

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA**

**Departamento de Comunicación y Periodismo**

**Master Oficial en Comunicación y Periodismo**

Trabajo de Final de Máster

Año Académico 2014-2015

**“La representación de un nuevo tipo de estereotipo en los personajes de las series de ciencia ficción estadounidenses de televisión por cable actuales.**

**Los casos de *The Walking Dead*, *Juego de Tronos* y *Vikings*.”**

Autor: Elisabeth Vilá Carné

Dirección del TFM: Prof. Nuria Simelio Solà

**Barcelona, Junio 2015**

## Índice

1. Introducción .....	4
1.1. Tema .....	4
2- Planteamiento del problema de investigación.....	6
2.1. Objetivos del trabajo .....	6
Objetivo general.....	6
Objetivos específicos .....	6
2.2. Preguntas de investigación.....	6
2.3. Justificación del trabajo de investigación.....	7
3. Metodología de la investigación .....	8
3.1. Tipo de investigación .....	8
3.2. Hipótesis .....	9
3.3. Diseño de investigación y metodología .....	11
3.4. Diseño de la muestra .....	21
Descripción del corpus empírico y de la muestra teórica.....	21
4. Marco Teórico.....	25
4.1. Antecedentes teóricos del tema.....	25
4.3. Construcción del marco teórico .....	30
<i>THE WALKING DEAD</i> .....	30
<i>GAME OF THRONES</i> .....	33
<i>VIKINGS</i> .....	35
<i>Contexto estadounidense en las tramas de la narrativa serializada</i> .....	36
<i>El potencial de Internet con la series de televisión</i> .....	38
<i>Nuevo panorama audiovisual: la convergencia transmediática</i> .....	40
<i>Peligro en la narrativa estadounidense contemporánea y sus personajes de ficción</i> .....	42
<i>Estereotipos presentes en los contenidos audiovisuales</i> .....	44
<i>Personajes de ficción e identificación de los espectadores con los personajes</i> .....	46
5. Resultados del análisis de las series .....	48
Androcentrismo, uniformidad cultural y un nuevo estereotipo de personaje.....	48
Las características sociodemográficas de los personajes. ....	48
Los estereotipos tradicionales siguen vigentes en las series estadounidenses por cable con más audiencia.....	73
6. CONCLUSIONES .....	76
7. Bibliografía .....	78

## **Resumen**

A lo largo del siglo XXI, en la literatura analizada se presenta un nuevo paradigma de nueva ficción audiovisual sustentada por unas características muy determinadas. Una representación de narrativa audiovisual que nace mediante una simplificación útil de pensamiento, haciendo más fácil la interiorización de los contenidos audiovisuales en los espectadores.

En este estudio, se explorará el devenir de las nuevas representaciones de los personajes de la televisión por cable definidas a través de nuevos formatos. En concreto, se realizará un análisis de contenido, tanto cuantitativo con SPSS como cualitativo, de personajes de series de ficción televisivas por cable. Con el objetivo de explorar la representación de los valores de los estereotipos de los personajes en las series de televisión por cable de más audiencia de los últimos años, mediante tres casos específicos: *The Walking Dead* (AMC), *Game of Thrones* (HBO) y *Vikings* (The History Channel). En este estudio, partimos de la hipótesis de que a pesar de presentarse como series novedosas e innovadoras del siglo XXI, no lo son; dado que los personajes presentan valores tradicionales como la violencia, el androcentrismo o el poder, fomentando a su vez un retroceso en cuanto a los valores liberales y democráticos de nuestra sociedad contemporánea.

Este trabajo de investigación pretende pues dar a conocer un nuevo tipo de estereotipo “gris” fundamentado por su psicología interna, así como por una mezcla de valores positivos y negativos presentados simultáneamente y concomitantemente, representando un nuevo arquetipo de anti-héroe. Más adelante, en una futura investigación-tesis doctoral se podría ver si el prosumidor sufre o no una enculturación en cuanto a la propia psicología interna de este nuevo tipo de personaje.

## **Palabras clave**

Nueva Ficción televisiva, Nuevo tipo de estereotipo, Series de televisión por cable, Cotas de audiencia, Valores tradicionales, *The Walking Dead*, *Game of Thrones*, *Vikings*.

# 1. Introducción

## 1.1. Tema

En la actualidad, la televisión continua siendo uno de los modos de comunicación de las mejor ubicadas y de fácil acceso. Siendo un medio increíblemente importante para entender y estudiar. De hecho, la televisión en particular se ha convertido en el mayor agente de socialización de la sociedad moderna. Tiene una omnipresencia casi total en el tiempo como en el espacio y consecuentemente, una gran influencia en los múltiples telespectadores, lo cual la convierte en un agente socializador de primer orden. (Belmonte; Guillamón, 2005)

La Teoría Social Cognitiva es la teoría que corresponde al análisis de los contribuidores de los *mass media* a las concepciones de la realidad de las audiencias y los telespectadores. Con cada show, con cada serie, la televisión transmite mensajes particulares y complementarios, además de difundir definiciones, visiones del mundo y concepciones del orden social. (Belmonte; Guillamón, 2005)

Este estudio pretende, mediante sus contenidos, explorar y analizar la representación de los estereotipos y valores de los personajes principales de las series estadounidenses de cable actuales, mediante un estudio de caso de tres series: “The Walking Dead”, “Game of Thrones” y “Vikings”.

Las series comparten unas características similares, razón por la cual las hemos escogido. En primer lugar, son series que se presentan como novedosas e innovadoras dibujando un nuevo tipo de serie sustentada, mayoritariamente, en la violencia y en un nuevo arquetipo de anti-héroe. Un estereotipo que no es ni héroe ni villano, es ambos a la vez. En segundo lugar, las series comparten un tipo específico de audiencia que le gusta la violencia, los conflictos, el sexo; en otras palabras, el público objetivo aquí sería el sexo masculino. De hecho, ofrecen una valoración sobre el cambio de modelo en las series de ficción televisivas y la convergencia transmediática patente.

A lo largo del siglo XXI, se presenta una nueva forma de ficción audiovisual, un nuevo contexto narrativo, y un nuevo perfil de personaje “gris”, observado en estas series, que entreteje al mismo tiempo valores normalmente asociados al héroe y al anti-héroe. Partimos de la hipótesis de que a pesar de presentarse como series novedosas del siglo XXI, no es así dado que los personajes de las series presentan valores tradicionales como el androcentrismo, la violencia, entre otros muchos, fomentando así un retroceso en cuanto a los valores liberales y democráticos de nuestra sociedad actual contemporánea.

En esta investigación, pretendemos entender que mensajes particulares contienen tres series de ficción televisivas, a través del análisis de que estereotipos, arquetipos, valores y mensajes comunicativos transmiten a la audiencia, con un estudio combinado entre las metodologías cualitativas y cuantitativas. Es por ello que damos pie, mediante los contenidos, a explorar la representación de los valores y los estereotipos de los personajes principales de tres series: *The Walking Dead* (2010-¿) creada en 2010 por Frank Darabont de la cadena AMC, *Game of Thrones* (2011-¿), serie de ficción de fantasía de la cadena HBO, y *Vikings* (2013-¿) del canal The History Channel. Por ende, comprender el contexto y la situación actual de las series de ficción de televisión por cable con mayor audiencia de los últimos años.

## **2- Planteamiento del problema de investigación**

### **2.1. Objetivos del trabajo**

#### **Objetivo general**

- Describir los contenidos y analizar los valores de los personajes en las series televisivas de ficción de cable con más audiencia en los últimos años.

#### **Objetivos específicos**

- Analizar como los personajes de las series presentan valores tradicionales y fomentan un retroceso en cuanto a los valores liberales y democráticos de nuestra sociedad actual contemporánea, a pesar de presentarse éstas como series novedosas del siglo XXI.
- Estudiar los valores y estereotipos que transmiten los personajes en las series de ficción televisiva actual: The Walking Dead, Game of Thrones y Vikings.
- Analizar los personajes principales y secundarios de las series de ficción televisivas, además de los valores que transmiten para ver si se presenta o no dicho retroceso.
- Especificar los prototipos de personajes que se representan en las tres series de The Walking Dead, Game of Thrones y Vikings; y como estos pueden determinar la identificación de los personajes por parte de la audiencia.

### **2.2. Preguntas de investigación**

- ¿Qué valores transmiten las series de ficción televisiva por cable americanas de más audiencia: The Walking Dead, Juego de Tronos y Vikings a través de sus personajes?
- ¿Cuál es el contexto de las series de televisión en los últimos años?
- ¿Qué valores y estereotipos transmiten los personajes de estas series?
- ¿Siguen presentes los valores tradicionales en los contenidos audiovisuales de las series de ficción televisivas por cable de más audiencia?

### **2.3. Justificación del trabajo de investigación.**

Por un lado, en cuanto a aporte teórico, los autores y las teorías de las que parte esta investigación pueden contribuir al campo de estudio de la investigación en comunicación. Además, de también brindar elementos esenciales para los productores, guionistas y trabajadores del mundo de la televisión, y concretamente de las series.

Por otro lado, las metodologías y técnicas utilizadas en este trabajo pueden ser de utilidad para investigaciones futuras en este ámbito de la comunicación audiovisual, especialmente de las series de ficción de televisión por cable.

Dicho estudio de las series *The Walking Dead*, *Game of Thrones* y *Vikings* puede ser de interés para especialistas en la producción y creación de series de televisión, así como del cine y guionistas. En definitiva, para el sector de la creación del audiovisual. Añadir que, este proyecto puede contribuir al sector público, especialmente a la administración pública, el ministerio de cultura, y las consejerías de cultura especializadas en comunicación audiovisual.

De hecho, el interés central del estudio de estas series de ficción televisivas por cable radica en que desde el principio se presentan como series novedosas del siglo XXI. En otras palabras, se presentan como series innovadoras, modernas y originales supuestamente configuradas a través de un contexto novedoso. No obstante, carecen de propios valores democráticos y liberales, fomentado otros factores mucho más cercanos a los tradicionales como el androcentrismo, el poder y la violencia. Un nuevo formato de series de ficción televisivas por cable se presenta ante nosotros, un nuevo arquetipo de anti-héroe, en las series de ficción televisivas por cable de más audiencia de los últimos años.

### **3. Metodología de la investigación**

#### **3.1. Tipo de investigación**

En este estudio, la investigación será realizada de dos formas distintas: por una parte, será realizado un exhaustivo análisis cuantitativo y descriptivo de los personajes en cuestión, de las series de televisión y de su contexto. Expondremos del estado de la cuestión sobre las series de televisión de ficción americanas, además de los valores y estereotipos que transmiten sus personajes, así como, las diferentes formas de recepción de las mismas.

Por otra parte, hay que decir que el tipo de investigación será explicativa, dado que se estudiará el análisis de las causas que originan un determinado fenómeno, en este caso, las series de televisión, sus personajes, la transmisión de valores y estereotipos. Se pretende, de este modo, realizar una explicación de tales personajes de ficción en las series de *The Walking Dead*, *Juego de tronos*, y *Vikings* para ver si existe una diferencia entre los valores de los personajes, ya conocidos hasta el momento en el panorama serial audiovisual.

En cuanto a la bibliografía metodológica, no podía no estar presente el libro de *Técnicas de investigación social* de Ander Egg (1987), brindándonos las herramientas básicas para el desarrollo de cualquier investigación social en ciencias sociales. De esta manera, consideramos indudable y esencial consultar los aportes metodológicos de este manual para el pertinente desarrollo de nuestra investigación. Necesario apuntar también que Vilches (2011) nos da los instrumentos necesarios y bien definidos para la realización y el soporte metodológico de nuestra investigación.

### 3.2. Hipótesis

Aquí pues presentamos las hipótesis planteadas para la investigación en función del marco teórico previo:

Hipótesis principal:

- Partimos de la hipótesis principal de que a pesar de presentarse como series novedosas del siglo XXI, los personajes de las series presentan valores tradicionales fomentando así un retroceso en cuanto a los valores liberales y democráticos de nuestra sociedad actual contemporánea.
- Las series televisivas *The Walking Dead*, *Game of Thrones* y *Vikings* son un ejemplo claro de cómo los personajes de ficción representan unos estereotipos que transmiten valores determinados.

Hipótesis específicas:

- El androcentrismo sigue presente en las series de televisión estadounidenses actuales mediante sus personajes de ficción.
- A pesar de que se presentan como series novedosas del siglo XXI, no es así dado que estas series presentan a personajes con valores tradicionales que fomentan un retroceso en cuanto a los valores liberales y democráticos de nuestra sociedad contemporánea.
- La diversidad cultural y social en los personajes de ficción está ausente en el seno de las series de televisión con más audiencia de los últimos años.
- Los estereotipos de los personajes de estas series están directamente relacionados con los valores tradicionales.
- El estereotipo de mujer, en estas series, sigue siendo una representación sumisa condenada a la lujuria y al hedonismo masculino.
- Los personajes de estas series son muy violentos generando que la violencia física sea un elemento central del hilo conductor de la trama de las series.
- Los personajes de las series son un ejemplo claro de nueva ficción televisiva donde los personajes no tienen un estereotipo claro y definido, en el sentido en el que no configuran un arquetipo de héroe o anti-héroe. Saliéndose completamente

de las casillas, conformando una mezcla de arquetipos “grises” en un solo personaje.

- Los personajes de ficción de las tres series representan tanto valores positivos como negativos estableciendo un nuevo arquetipo de personaje que no sigue la tradición del binomio héroe-villano, desapareciendo completamente la figura de héroe.

### **3.3. Diseño de investigación y metodología**

La metodología utilizada, en este proyecto de investigación, es el análisis, tanto cualitativo como cuantitativo aplicado a las series de televisión mencionadas anteriormente: *The Walking Dead* (2010- ) emitida por la cadena AMC, *Game of Thrones* (2011- ) emitido por la HBO, y *Vikings* (2013- ) emitido por el History Channel. Se pretende así brindar una visión transversal y completa de análisis, aprovechando al máximo, de esta manera, las dos perspectivas, sin estancarse en una metodología única y concreta.

#### **Unidad de análisis**

La unidad de análisis de nuestro estudio primario de investigación son los personajes de ficción de las series de más audiencia de los últimos años por las cadenas por cable como la AMC; la HBO y The History Channel. Nos detendremos a analizar los valores y los estereotipos de los personajes de la serie.

#### **Metodología documental**

La metodología documental del trabajo de investigación se basa en la búsqueda de autores de referencia en el ámbito audiovisual de la series de televisión y en concreto de la representación de los personajes de las series de televisión como por ejemplo Elena Galán (2006), Anna Tous (2009, 2010), María del Mar Grandío (2011), Fernando Morales Morante (2012), Paula Hernández (2013), Graciela Padilla Castillo (2013), Henry Jenkins (2006), entre muchos otros. También se aportarán los datos de audiencia de las series televisivas estadounidenses y la exploración del contexto televisivo actual en relación a la ficción.

#### **Metodología cualitativa**

Por su parte, el análisis cualitativo se centra en un eje central: el estudio descriptivo y análisis de los personajes principales de la serie analizada. Prestando especial atención en los rasgos principales de cada uno de los personajes, con el objetivo de analizar un personaje hipotético que se sale de las casillas de los prototipos de héroe y antihéroe. Por lo tanto, hipotéticamente, vemos desaparecer la figura típica de héroe de la ficción televisiva estadounidense en detrimento de un nuevo tipo de arquetipo.

De nuevo, para el análisis cualitativo, seguiremos la ficha tipológica y de análisis realizada por Elena Galán (2006). Se tomarán como base las categorías cualitativas de la tipología de Galán, modificando dichas variables en función de los ámbitos del estudio de los personajes en los casos de *The Walking Dead*, *Game of Thrones* y *Vikings*.

El objetivo de esta ficha consiste en analizar los personajes principales y secundarios – tanto hombres, niños, como mujeres – que aparecen en la serie. Con el objetivo de establecer pues unas categorías, se ha recurrido a la bibliografía existente sobre caracterización de personajes para medios audiovisuales, y principalmente la caracterización de Elena Galán (2006) .

En líneas generales, el diseño de la ficha de los personajes de la serie se desarrolla siguiendo el esquema básico establecido por Galán (2006) para la caracterización de los personajes. Evidentemente, añadiendo las modificaciones pertinentes en cada uno de los contextos analizados de las tres series en cuestión.

### **Metodología cuantitativa**

Para el análisis de contenido cuantitativo se ha seguido una metodología concreta a partir de una plantilla de análisis elaborada para los fines concretos de la investigación. En un primer momento, se tomarán como ejemplo las categorías de la tipología de personajes elaborada por Elena Galán (2006), y se incluirán nuevas categorías y variables cuantitativas, a las ya obtenidas por Galán, más apropiadas para el contexto del análisis y adaptadas a nuestro marco teórico.

La investigación utilizará variables ya recogidas por Galán como Sexo, Edad, Nombre, Profesión, Clase social, Aspecto Físico, Temperamento, Objetivos, entre otras. Con el nuevo contexto analizado, hemos añadido nuevas variables cuantitativas como *Número de actos violentos*, este último con el objetivo de medir la violencia de los personajes por cada acto violento. Hemos añadido también la variable *sexualidad* con el fin de entender la orientación sexual de los personajes, así como la variable *etnia*, que consideramos esencial para el comprender si se presenta o no la existencia de una cierta diversidad étnica en el seno de las tres series (*The Walking Dead*, *Game of Thrones*, *Vikings*) (Ver Diseño de la ficha de análisis más abajo). Si faltasen categorías, a medida que avancemos en el análisis de los personajes de la investigación, se irían añadiendo paulatinamente.

Además de ello, se extraerán datos de audiencia (índices de audiencia) de la serie citada a partir de una página web llamada Spoiler TV (<http://www.spoilertv.com/>), brindándonos datos estadísticos de la cantidad de espectadores que han visto la serie, o el capítulo en cuestión. Por lo tanto, se señalarán los ámbitos de búsqueda de los datos de audiencia.

### **Diseño de la ficha de análisis de los personajes**

Serie	Nombre del personaje	Importancia del personaje	Sexo	Edad	Aspecto físico	Nacionalidad
The Walking Dead Game of Thrones Vikings	(Tabla adjunta más abajo)	Principal/Secundario	Hombre Mujer	15-24 (jóvenes) 25-44 (jóvenes-adultos) 45-64 (adultos) Mayores de 65	Atractivo/muy atractivo Normal Poco atractivo	USA Europea África Asia América Latina Canadá Australia y Oceanía

Etnia	Orientación Sexual	Tipo de personalidad	Temperamento	Objetivos y metas
Blanco Negro Afroamericano Americano nativo Asiático Hawaiano o Isleño Pacífico Otra etnia Multiétnico	Heterosexual Homosexual Bisexual Transexual No consta/ No deducible	Extrovertido/ Introvertido	Intuitivo Perceptivo Reflexivo Sensitivo No consta/ No deducible	Ascenso en la jerarquía profesional Convertirse en un buen profesional La necesidad económica Altruismo No consta/ No deducible

Numero de hijos	Profesión o categoría socio-profesional	Rango en la escala laboral	Clase social	Conflictos
Sin hijos	Amas de casa	Directivo/sub-	Alta	Enfrentamientos entre
1-2 hijos	Directores, gerentes	directivo	Media	personajes,
3-4 hijos	y altos cargos	Cualificación	Trabajadora	
Más de 4 hijos	Profesiones y artes	superior	Marginales	Enfrentamientos padres e
No consta/No deducible	liberales	Cualificación	No consta/	hijos
	Educación y Sanidad	media	No deducible	
	Servicios	Cualificación		Enfrentamientos
	Monarquía	inferior		familiares (pareja,
	/Aristocracia	No consta/No		hermanos, etc)
	Retirados	deducible		
	Policías, Guerreros y			Enfrentamientos por
	Soldados			intereses
	Agricultura, y			
	ganadería			
	No consta/ no			No consta/ No deducible
	deducible			

Número de actos violentos
0
1 a 10
11 a 15
15 a 30
Más de 30
No consta/ No deducible

## Explicación de la configuración de las categorías utilizadas para el análisis

En esta explicación sobre las categorías utilizadas para el análisis de los personajes y sus valores en las tres series se hace de manera pertinente y detallada. Hay casos en los que las categorías no están explicadas básicamente por que no requieren de ella para definirse. Como por ejemplo, los casos de las variables cuantitativas siguientes: *Serie*, *Nombre del personaje*, *Importancia del personaje*, *Sexo*, *Número de hijos*, y *número de actos violentos físicos*. Así pues, pasamos a la definición y configuración de las categorías restantes utilizadas en el diseño de análisis de los personajes. El esquema general y el libro de códigos de nuestra investigación gira alrededor de las siguientes características:

Edad	<p>Hemos categorizado la variable “Edad” de la siguiente manera. En el caso de que se cite la edad en la serie nos hemos basado en ella. En cambio, en caso de que no se cite la edad en la serie, nos hemos basado en la edad del actor.</p> <p>Categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 15-24 (jóvenes)</li><li>• 25-44 (jóvenes- adultos)</li><li>• 45-64 (adultos)</li><li>• Mayores de 65</li></ul>
Aspecto físico	<p>Se considera a la variable “Aspecto físico” cuando la propia serie lo define y enseña así. Es decir, que los propios personajes definen a otros personajes como atractivos, muy atractivos, normales o poco atractivos. (Galán, 2006)</p> <p>Categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Atractivo/muy atractivo</li><li>• Normal</li><li>• Poco atractivo</li></ul>
Nacionalidad	<p>Hemos categorizado esta categoría de “Nacionalidad” en función de la ubicación geográfica.</p> <p>Categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• USA</li><li>• Europea</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• África</li> <li>• Asia</li> <li>• América Latina</li> <li>• Canadá</li> <li>• Australia y Oceanía</li> </ul>
Etnia	<p>Se considera la variable “Etnia” una variable difícil de determinar y definir. Es por ello, que a la hora de categorizarla nos hemos basado en el <u>Censo de Estados Unidos del año 2010</u>.  <a href="http://www.census.gov/2010census/popmap/ipmtext.php?fl=36">http://www.census.gov/2010census/popmap/ipmtext.php?fl=36</a></p> <p>La categoría “blanco” se refiere a gente con orígenes de Europa, el Medio Oriente o el Norte de África. Incluye a poblaciones como Irlandés, Alemán, Italiano, Británico, Iraquí del Oriente Próximo, Árabe o Polaco.</p> <p>En cuanto a la categoría “Negro o Afroamericano” se refiere a individuos con orígenes de los grupos raciales de África. Incluye a gente como Afroamericano, Keniano, Jamaicano, Caribeño o Haitiano.</p> <p>En lo que se refiere a “Nativo Americano” se puede decir que son gente de pueblos originarios del Norte y Sud América (incluyendo América Central)</p> <p>Añadir que encontramos la categoría de “Asiático” la cual se refiere a gente con orígenes del Extremo Oriente, Sureste Asiático o el subcontinente asiático, incluyendo Bangladesh, Camboya, China, Japón, India, Corea, Malaysia, Filipinas, Taiwán, Tailandia y Vietnam.</p> <p>El término de “Hawaino y Isleño Pacífico se refiere a una persona con orígenes en alguno de los pueblos de Hawai y</p>

	<p>Otras islas del Pacífico.</p> <p>“Otras etnias” se refiere a todas aquellas no incluidas en “Blanco”; “Negro o Afroamericano”; “Nativo Americano”; “Asiático” y “Hawaiano e Isleño del Pacífico”</p> <p>“Multiétnico” se define a personas multiétnicas con dos o más etnias.</p> <p>Categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Blanco</li> <li>• Negro o Afroamericano</li> <li>• Americano nativo</li> <li>• Asiático</li> <li>• Hawaiano o Isleño Pacífico</li> <li>• Otra etnia</li> <li>• Multiétnico</li> </ul>
Orientación Sexual	<p>Categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Heterosexual</li> <li>• Homosexual</li> <li>• Bisexual</li> <li>• Transexual</li> <li>• No consta/ No deducible</li> </ul> <p>Estas categorías se definen a través de las propias acciones de los personajes en la serie en cuanto a su orientación sexual. Se definen cada una de sus categorías en función de si el personaje realiza alguna acción sexual con una persona del sexo opuesto al suyo definida como “Heterosexual”, de su mismo sexo definida como “Homosexual”, o ambos sexos determinada como “Bisexual”. Falta transexual</p>
Tipo de personalidad	Siguiendo el modelo de Elena Galán (2006) (modelo que ella recogió en su momento de los modelos de Egri (1946), Field (1984) DiMaggio y Seger (1999) acerca de la dimensión

	<p>psicológica del personaje) sobre el tema de introversión y extroversión, recojo esta variable definiendo a un personaje “extrovertido” como aquel personaje que invierte su energía hacia el exterior, y por tanto, poseen personalidad sociable y expresiva. En cambio, la variable “introvertido” define al personaje como una persona que invierte su energía hacia el interior, caracterizado por ser una persona tímida y reservada.</p> <p>Categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Extrovertido</li> <li>• Introvertido</li> </ul>
Temperamento	<p>Para el análisis de esta variable, hemos utilizado el modelo de Jung [en Galán] que determina cuatro funciones : el pensar que significa tener un conocimiento amplio, el sentir que significa tener la capacidad de empatía y el sentido de lo bueno y lo malo; el percibir es decir el estar anclado a la realidad y por ultimo la intuición, que significa tener una comprensión profunda del porqué y para qué.</p> <p>Categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intuitivo</li> <li>• Perceptivo</li> <li>• Reflexivo</li> <li>• Sensitivo</li> <li>• No consta/ No deducible</li> </ul>
Objetivos	<p>Esta variable a sido recogida del modelo de Galán (2006). Definimos esta variable en función de los objetivos que persigue el personaje, tanto a nivel psicológico , personal como profesional. Los definimos en tanto las acciones de los personajes en la serie mediante elementos como la ambición, el trabajo, la empatía, la ayuda a los demás, la justicia, etc..</p> <p>Categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ascenso en la jerarquía profesional</li> <li>• Convertirse en un buen profesional</li> <li>• La necesidad económica</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altruismo</li> <li>• No consta/ No deducible</li> </ul>
Profesión	<p>Para la definición de esta categoría, nos hemos basado en una categorización de las profesiones de un artículo científico llamado “La imagen de la mujer en las series de televisión españolas. Análisis de los casos vascos y catalán. (A.Tous, K. Meso, N. Simelio: 2013).<sup>1</sup></p> <p>Categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amas de casa</li> <li>• Directores, gerentes y altos cargos</li> <li>• Profesiones y artes liberales</li> <li>• Educación y Sanidad</li> <li>• Servicios</li> <li>• Monarquía /Aristocracia</li> <li>• Retirados</li> <li>• Policías, Guerreros y Soldados</li> <li>• Agricultura, y ganadería</li> <li>• No consta/ no deducible</li> </ul>
Escala laboral	<p>En cuanto a esta variable, hemos seguido el modelo de Galán (2006).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cualificación superior</li> <li>• Cualificación media</li> <li>• Cualificación inferior</li> </ul>
Clase social	<p>De la misma forma, con esta variable hemos seguido el modelo de Galán (2006).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta</li> <li>• Media</li> <li>• Trabajadora</li> <li>• Marginal</li> </ul>

<sup>1</sup> TOUS ROVIROSA, A. MESO, K; SIMELIO, N; “La imagen de la mujer en series de televisión españolas. Análisis

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No consta/ No deducible</li> </ul>
Conflictos	<p>En cuanto a conflictos, hemos seguido también el modelo de Galán(2006) añadiendo una categoría: Enfrentamientos por intereses. Hemos categorizado esta variable modificándole levemente del modelo de Galán , ya que estos enfrentamientos y conflictos son relevantes en el tiempo. Y por ello, lo hemos categorizado. Lo hemos medido conforme al tiempo que dedican los personajes a enfrentamientos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enfrentamientos entre personajes</li> <li>• Enfrentamientos padres e hijos</li> <li>• Enfrentamientos por familia</li> <li>• Enfrentamientos por intereses</li> </ul>

### 3.4. Diseño de la muestra

#### Descripción del corpus empírico y de la muestra teórica

La presente investigación consiste en un análisis de las recurrencias temáticas en la narrativa audiovisual, cogiendo como corpus empírico los personajes de las tres series de calidad con más audiencia de los últimos años, la cual representa al drama serial.

El estudio recoge un total de 9 capítulos de las tres series citadas: *The Walking Dead*, *Game of Thrones* y *Vikings*. El corpus de análisis se compone de la elección de unos capítulos concretos de la primera temporada de cada serie. Este corpus integra las siguientes características pragmáticas y de emisión. Ofrecemos a continuación algunos datos generales sobre las series estadounidenses por cable analizadas:

<i>Serie</i>	<i>Subgénero</i>	<i>Canal televisivo</i>	<i>Inicio de la emisión</i>	<i>Episodios</i>
<b>The Walking Dead</b>	Subgénero de terror y ficción	AMC (Estados Unidos)	(2010- ¿)	1era Temporada (1x01, 1x03, 1x06); (tres capítulos) 13-14 episodios
<b>Game of Thrones</b>	Subgénero de ficción y fantasía	HBO (Estados Unidos)	(2011- ¿)	1era Temporada (1x01, 1x05, 1x10) (tres capítulos)
<b>Vikings</b>	Subgénero de ficción y mitología	The History Channel (Estados Unidos)	(2013- ¿)	1era Temporada (1x01, 1x04, 1x09) (tres capítulos)

Los tres capítulos de cada una de series formarán parte de tanto el inicio, como del nudo como del desenlace de la primera temporada de cada serie.

La elección de las series de *The Walking Dead*, *Game of Thrones* y *Vikings* como corpus de análisis se debe al hecho de que constituyen, en la actualidad, las series con más audiencia de los últimos años emitidas por las cadenas por cable estadounidenses (AMC, HBO, y Canal History). Dicha elección surge de la necesidad de entender porque se presentan estas exorbitantes cifras en estos canales y debido a qué fenómenos. Además, las hemos escogido principalmente también ya que presentan unas características comunes como son: la ciencia ficción (contextos mitológicos, medievales ficticios y apocalípticos), la violencia, los valores, los estereotipos, etc.

Se ha decidido llevar a cabo la elección de tres capítulos de cada temporada situados al principio, en el medio y al final para poder brindar una continua transversalidad en el análisis. Con el fin de abarcar tres puntos clave de cada una de las temporadas. La lectura que realizaremos en el análisis no será únicamente en base a los capítulos escogidos, estudiados y analizados; sino que, ha sido realizada con anterioridad una lectura completa de todos los capítulos de cada una de las tres series, no sólo de la primera temporada, sino de todas la temporadas de la series. De este modo, se brinda en dicho estudio una perspectiva globalizada del análisis.

**Tabla III: Distribución de los personajes en las tres series analizadas**

<b><u>Nombre del personaje</u></b>	<b><u>Serie</u></b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rick Grimes</li> <li>2. Shane Walsh</li> <li>3. Morgan Jones</li> <li>4. Dwayne (Hijo de Morgan)</li> <li>5. Lori Grimes</li> <li>6. Carl Grimes</li> <li>7. Dale Horvath</li> <li>8. Daryl Dixon</li> <li>9. Merl Dixon</li> <li>10. Glen</li> <li>11. Andrea</li> <li>12. Carol</li> <li>13. Sofia</li> <li>14. Ed</li> <li>15. Negro campamento</li> </ol>	<p><b><u>The Walking Dead</u></b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>16. Ragnar Lothbrok</li> <li>17. Lagertha</li> <li>18. Rollo Lothrbork</li> <li>19. Bjorn Ragnarson</li> <li>20. Ida Ragnarson</li> <li>21. Sissi</li> <li>22. Rey</li> <li>23. Consejero del Rey</li> <li>24. Mago (Ancient)</li> <li>25. Floki</li> <li>26. Athelstan</li> <li>27. Rey Horik</li> <li>28. Aslaug</li> <li>29. Jarl Borg</li> </ol>	<p><b><u>Vikings</u></b></p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>30. Ned Stark (Eddard)</li> <li>31. Catelyn Stark</li> <li>32. Robb Stark</li> <li>33. Jon Snow/ Nieve</li> <li>34. Bran Stark</li> <li>35. Arya Stark</li> <li>36. Sansa Stark</li> <li>37. Theon Greyjoy</li> <li>38. Jamie Lannister</li> <li>39. Cersei Lannister</li> <li>40. Tyrion Lannister</li> <li>41. Sabio</li> <li>42. Joffrey Baratheon</li> </ol>	<p><b><u>Game of Thrones</u></b></p>

43. Robert Baratheon 44. El Perro 45. Daenerys Targaryen 46. Viserys Targaryen 47. Karl Drogo 48. Yllirio 49. Benjen Stark 50. Jorah Mormont 51. Barristan Selmy 52. Loras Tyrell 53. La Montaña 54. Bronn 55. Rodrik 56. Varys 57. Lysa Arryn 58. Meñique 59. Renly Baratheon 60. Joryl 61. Maestre Stark 62. Robert (Hijo Lysa Arryn) 63. Osha 64. Tywin Lannister 65. Samuel Tarly 66. Shae 67. Gendry 68. Lord Comandante Mormont	
---	--

A través de la visión de los capítulos seleccionados de la serie (explicado más abajo en el diseño de la muestra), se procedería a analizar dichos personajes, ámbitos y categorías mediante estas fichas elaboradas a partir del modelo propuesto por Elena Galán en 2006 y adaptados al contexto de las tres series estadounidenses analizadas. Recogeríamos los datos de forma manual en función del análisis paulatino de la serie.

## 4. Marco Teórico

### 4.1. Antecedentes teóricos del tema

Para conocer el origen y los matices de la representación de los valores de los estereotipos en los contenidos audiovisuales nos remontamos al siglo XVIII. Sin embargo, es en el siglo XX con Walter Lippman y Andrés (en Galán, 2006) que la terminología del concepto estereotipo empieza a adquirir nuevos significados. De hecho, el concepto estereotipo proviene de los escritos de W. Lippman en su libro de *La opinión pública* escrito en 1922. Hizo hincapié en el término estereotipo, explicando que se formaba a través de imágenes mentales formando un filtro social que ayudaba a las personas que usaban estereotipos a clasificarlas de acuerdo a su modo de hablar, vestir, comer, etc... Para Lippman, los estereotipos son representaciones o categorizaciones rígidas y falsas de la realidad, producidas por un pensamiento ilógico (Galán, 2006).

Según Andrés (2002: en Galán, 2006), no existe una definición consensuada del término, aun así se entiende que tiene como objetivo designar conductas reincidentes propias de ciertas patologías mentales de los individuos (Galán, 2006). La definición del mismo, se definiría unos años después con Santoro, y fue el propio autor quien la dio a conocer en un artículo publicado en 1977 llamado *Consideraciones generales sobre la investigación de estereotipos*. Aportando así una excelente teoría sobre el concepto de estereotipo de forma generalizada.

El “estereotipo” es un proceso de percepción de acuerdo con el ambiente social que hace más fácil la clasificación o categorización de una persona o grupo. Y esta definición la han ido trabajando muchos autores con el fin de entender que estereotipos están presentes en nuestra sociedad contemporánea. Aparte de Lippman y Santoro, conviene precisar la opinión de otros expertos en la materia. En 1990, entraría en escena Linda Seger con su libro *Cómo crear personajes inolvidables. Guía práctica para el desarrollo de personajes en cine, televisión, publicidad, novelas y narraciones cortas*. En esta publicación, la autora expone la necesidad de llevar a acabo un proceso de análisis de investigación sobre la psicología de los personajes en el panorama audiovisual mediante el concepto.

En efecto, para conocer lo matices del concepto “estereotipo” es fundamental, a la hora de analizarlo, entender el contexto en el cual se presenta. Es por ello que nos hemos basado en Anna Tous, autora que expone el contexto del panorama audiovisual serial mediante su artículo *La era del drama en televisión. Perdidos, CSI: Las Vegas, El ala oeste de la Casa Blanca, Mujeres desesperadas y House*, artículo redactado en 2010. Haciendo hincapié en el contexto en el cual se expone el personaje, configurando a su vez el estereotipo.

Desde la incorporación de este concepto de “estereotipo”, numerosos investigadores y centros de estudio han trabajado en él con el fin de entender en profundidad su complejidad. Añadir que A. Tous nos brinda un punto álgido para nuestra investigación desarrollando temáticas seriales en lo audiovisual, especialmente en las series de ficción estadounidenses pertenecientes al género dramático y en cómo estas se han contextualizado en el panorama audiovisual.

En otra publicación llamada “Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses” de A. Tous hace un recorrido a la historia de la televisión, pasando por los tres estadios más importantes de su historia: la paleotelevisión, la neotelevisión y el contexto en el cual nos encontramos actualmente: la metatelevisión. Brinda un aporte teórico histórico-procesual para la comprensión de la ficción en televisión y de qué manera se ha generado dicha construcción del estereotipo en la televisión a lo largo de los últimos años.

De nuevo, para conocer los perfiles y contextualizarlos correctamente nos hemos basado en la comprensión sobre el nuevo cambio del modelo de televisión y la convergencia transmediática de H. Jenkins. Conocer el origen de los estereotipos actuales implica una comprensión total de la era transmedia, la cual se presenta como alternativa al modelo tradicional de consumo de televisión. En este sentido, en el libro *Convergencia y transmedialidad. La ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica* (coord.. L. Vilches) escrito en 2013; entendemos que el concepto de estereotipo ha cambiado, no solo por la forma de difundir los contenidos sino por la manera de consumirlos. De esta forma, la representación del “estereotipo actual” va cambiando paralelamente a los soportes que difunden los contenidos audiovisuales seriales.

En todas las características que definen un estereotipo, muchos investigadores resaltan la participación de los públicos y de los fans en internet en la representación y configuración de los nuevos perfiles de personajes. Además de redefinir las fronteras en el panorama audiovisual de las series de televisión. Según F. Mayor (2013), los nuevos consumidores son activos y pueden ellos definir los límites de un personaje y estereotipo mediante el nuevo *transmedia storytelling* (concepto acuñado por H. Jenkins en 2006). De la misma forma, Graciela Padilla Castillo (2013) en su artículo trata de cómo Internet (foros, blogs, y otros soportes digitales), además de las redes sociales aportan nuevas líneas de investigación en el panorama audiovisual. Hace entender como la definición del propio estereotipo y arquetipo de los personajes de la series y en general de los contenidos audiovisuales se redefine a partir de la revolución de las nuevas tecnologías TIC, tanto de la web 2.0 como web 3.0.

De la misma forma, N. Simelio y M. J. Ruiz (2013) abordan el tratamiento de las series de ficción televisiva en la web 2.0 y la ampliación activa de los espectadores mediante la creación de *fanfiction*, además de la participación en foros y redes sociales. En otras palabras, los fans implicados desarrollan contenidos sobre las series mediante estas plataformas, y con ello la representación de estereotipos y de personajes principales en las series.

Además, M. del Mar Grandío (2011) en su texto “Riesgo y trauma en la ficción televisiva estadounidense post 11-S: el caso de *Heroes*” se focaliza en los contenidos de ficción audiovisuales estadounidenses, después de los atentados del 11-S de las torres gemelas en Nueva York. Ofrece una comprensión transversal del trauma y del peligro que se presenta en la ficción televisiva americana desde un estudio de caso: el caso de *Heroes*. En 2011, la autora nos explica la situación en la que se encuentran los personajes en el género de *Risk Communications Research*, llegando incluso a representar un nuevo arquetipo de personaje envuelto en un contexto peligroso y traumático. Nos hace entender el contexto en el cual se presentan las series y por lo tanto a los temores a los que se exponen los guionistas a través de la construcción de los personajes y estereotipos en las series.

En efecto, como bien dice Andrés (en Galán, 2006), no hay una unanimidad en la definición de estereotipo. El término “estereotipo” en los productos de entretenimiento es cada vez más importante en función del contexto en el cual nos encontremos y a través de los valores acaecidos. De hecho, el estereotipo está compuesto por valores tradicionales, modernos, positivos, negativos; de toda índole que definen la configuración de un estereotipo. Es por ello que en la representación de un personaje es esencial extraer los valores por los cuales se compone y para ello nos hemos basado en un texto de T. Velázquez (2010). Para conocer un estereotipo, es necesario matizar los valores por los cuales está compuesto el personaje o estereotipo. De hecho, en su texto, T. Velázquez (2010) presenta una categorización y diferenciación de los valores de tradición y modernidad. Las cuales exponemos a continuación:

Tabla: Diferenciación de los valores de tradición y modernidad en T. Velázquez (2010).

Valores de tradición	Valores de modernidad
<ul style="list-style-type: none"> <li>- cooperación</li> <li>- obediencia</li> <li>- honor</li> <li>- esfuerzo</li> <li>- vergüenza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individualidad</li> <li>- agresividad</li> <li>- libertad</li> <li>- rapidez</li> <li>- eficacia</li> </ul>

Siguiendo en la misma línea, una de las autoras que ha tratado el concepto de los estereotipos muy detenidamente ha sido Elena Galán (2006). Para conocer el perfil de personaje que encontramos en la sociedad contemporánea, nos hemos basado en sus escritos, concretamente en dos artículos llamados: *Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva* (2006) y *Fundamentos básicos en la construcción del personaje para medios audiovisuales*.

Para conocer la complejidad de la palabra “estereotipo” nos hemos basado en sus reflexiones y pensamientos. Hasta la fecha, los datos extraídos de la ficción nos enmarcan que los estereotipos acaecidos en los contenidos audiovisuales sufren consecuencias de una serie de factores. En los cuales surgen unos personajes simples por el público: la referencia del héroe o el villano por ejemplo, el protagonista y el antagonista. Es por ello que hasta ahora, hemos visto una búsqueda de personajes sencillos y rápidamente reconocibles con el fin de conseguir que el proceso de

identificación del espectador fuese lo más rápido posible (Galán, 2006). Sin embargo, ¿Y sino fuese así en los contenidos audiovisuales actuales? ¿Y si estuviésemos en un período de cambio en cuanto a la representación y reproducción de estereotipos? ¿Realmente, los contenidos y estereotipos accedidos hace cinco años o menos son los mismos que los actuales? Como bien hemos dicho antes, no hay una unanimidad en la definición del concepto de estereotipo, ni la habrá. El contexto configura el estereotipo y por definición los contextos varían, los valores, factores cambian y la sociedad evoluciona.

### 4.3. Construcción del marco teórico

#### ***THE WALKING DEAD***

*The Walking Dead* cuenta la historia de las secuelas de un apocalipsis zombi, siguiendo a un pequeño grupo de supervivientes que viajan a través de los Estados Unidos en busca de un nuevo hogar alejado del acecho de los “caminantes”. El personaje principal es el oficial de policía Rick Grimes, interpretado por Andrew Lincoln, el cual tras despertar de un coma en un hospital se da cuenta del apocalipsis, viendo que el mundo que conocía ya no existe dado que los “caminantes” dominan las calles. A las afueras de Atlanta, un grupo de individuos lucha por sobrevivir, entre los cuales se encuentran Shane Walsh (interpretado por Jon Bernthal), su esposa Lori (Sarah Wayne Callies) y su hijo Carl (Chandler Riggs).

Si hay algo que caracteriza a la serie televisiva *The Walking Dead*, es su carácter de atracción en numerosos espectadores. Una atracción nada habitual en la recepción audiovisual de los últimos años que ha hecho que muchas personas se enganchen, literalmente, al seguimiento incondicional de la serie, para saber que es lo que acontece con cada personaje. (Martínez Lucena, 2012)

La articulación de la serie se basa en un apocalipsis zombi, en la cual los personajes tienen que ir adaptándose al continuo ataque de los zombis (de los “caminantes”), por ello deben moldear su personalidad para su supervivencia, con los recursos básicos que van encontrando por el camino.

El objetivo principal de la trama es la supervivencia, a toda costa, y como bien he mencionado anteriormente, la supervivencia del grupo de individuos que lidera Rick Grimes (protagonizado por el actor Andrew Lincoln) desde un principio. A lo largo de los episodios se desarrolla cómo es la psicología de los personajes en el contexto de peligro y catástrofe zombi; y como se va construyendo dicha psicología y su acontecer a lo largo de la trama. Lo que los personajes hayan vivido anteriormente ya no importa, por el contexto apocalíptico en el que se encuentran. Lo que ahora realmente importa es sobrevivir como sea. A medida que avanza la trama se les van poniendo obstáculos con los zombis, generando poner a los personajes en situaciones de extrema violencia, además de realizar decisiones difíciles en cuanto a la supervivencia o no de ciertos

personajes. (Martínez Lucena, 2012) El ambiente se define como algo salvaje e inexplicable. Como bien apunta Martínez Lucena, hay diversas acepciones que se presentan a lo largo de la serie de *The Walking Dead* (Martínez Lucena, 2012):

- Apocalipsis: salido del hospital después de un coma de varias semanas, Rick Grimes, un policía de pueblo se encuentra que su ciudad está desértica y no hay nadie. Desconcertado y confundido por la ausencia de humanos y por la presencia de muertos vivientes, que inexplicablemente, han aparecido provocando un mundo apocalíptico.
- La muerte : la muerte rodea el mundo en el que viven. Aparecen muertos, los propios zombis son muertos vivientes, son personas que antes de ser zombis eran humanos.
- La soledad: el hecho de no encontrar a nadie humano por la calle, genera un estado de soledad. Las ciudades están desiertas, sin gente.
- Lo desconocido : el no saber a donde van los personajes
- Lo inexplicable: como el hecho de que los zombis no mueran pegándoles un disparo en el cuerpo.
- Lo inseguro: no tener un sitio seguro donde resguardarse, la falta de protección de los protagonistas ante los ataques de los “caminantes”. (Martínez Lucena, 2012)

Todas estas características y acepciones se presentan en el desarrollo de la trama de *The Walking Dead*, ofreciendo novedades a otras series de televisión y provocando una audiencia de público estratosférica, la cual comentaremos en los próximos compases del marco teórico a través de unos gráficos. Evidentemente, analizaremos estos valores y acepciones más detalladamente en el propio análisis de contenido cualitativo y cuantitativo de la serie. (Martínez Lucena, 2012)

De hecho, *The Walking Dead* surgió en 2010 por la cadena de cable AMC, y se encuentra, actualmente, en su quinta temporada. Esta serie es una serie de televisión dramática y de terror estadounidense creada y producida por Frank Darabont. La historia de *The Walking Dead* está basada en el cómic de Robert Kirkman. La serie ha recibido aclamación por parte de la crítica y ha sido considerada mejor serie drámatica, obteniendo en su primera temporada más de 5,3 millones de espectadores, y obteniendo en su quinta temporada una cifra de 14,56 millones de televidentes por cable (Tabla 1).

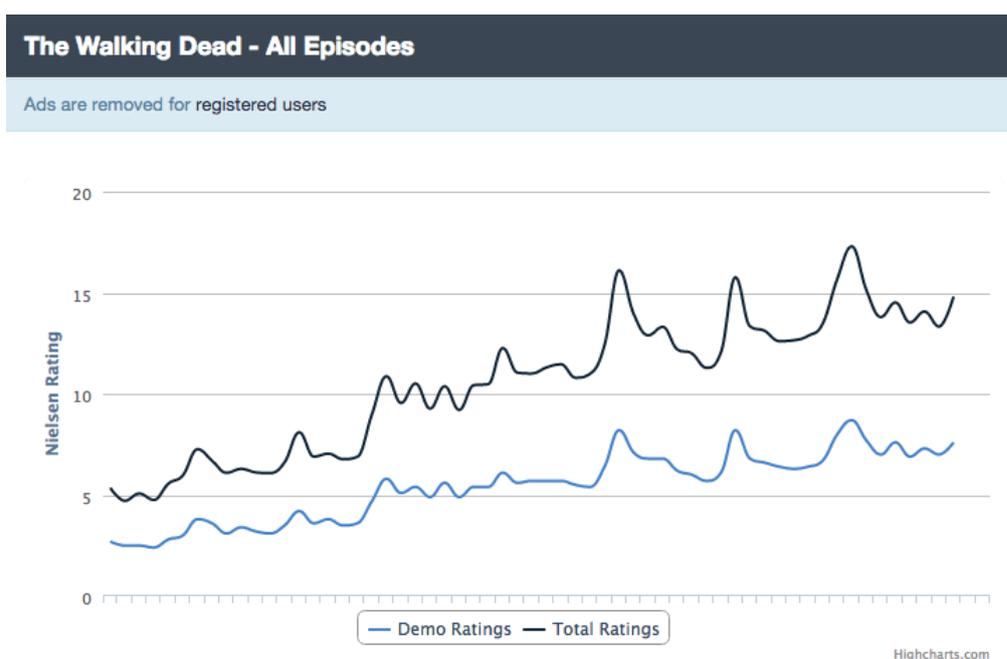
Tabla I. Audiencia de *The Walking Dead* desde la primera temporada hasta la quinta.

Season Number	Demo	Total
1	2.65	5.23
2	3.62	6.91
3	5.54	10.75
4	6.77	13.33
5	7.48	14.56

Elaboración: Fuente Spoilers TV- The Walking Dead audiences

En efecto, *The Walking Dead* es una de las series que ha obtenido más audiencia en los últimos años, especialmente ha pasado de tener un total de 5,23 millones de personas en el primer capítulo de la primera temporada (1x01) a obtener 14,56 millones de personas en el primer capítulo de la quinta temporada (5x01), multiplicándose por tres. Así pues, llegando a obtener unas cifras estratosféricas de audiencia. Lo podemos observar en el gráfico siguiente (Tabla 2) puesto que analiza la audiencia de cada uno de los episodios de las cinco temporadas de la serie. Además de esto, se puede observar como los targets demográficos son los más altos vistos en la televisión por cable, obteniendo un 7,48 millones de personas en la quinta temporada (ver Tabla I).

Gráfico 1. Distribución de audiencia de *The Walking Dead* desde la primera temporada hasta la quinta.



Elaboración: Fuente Spoilers TV- The Walking Dead ratings

## ***GAME OF THRONES***

En la nueva era dorada del drama televisivo, encontramos la serie Juego de tronos (Game of Thrones, HBO, 2011 - ¿). Esta serie trata de una adaptación de la saga de “Canción de hielo y fuego”, escrita por el estadounidense George R. R. Martin, a cargo de David Benioff y D. B. Weiss, productores ejecutivos de la serie, además de guionistas y directores. (López Rodríguez, 2014)

*Game of Thrones* es una serie de ficción, ambientada en un mundo imaginario de origen medieval. El núcleo del interés de la serie reside en la lucha por el trono de diversos grupos de familias. En la serie, se presenta un territorio llamado Poniente, el cual se encuentra dividido en diversas regiones gobernadas por familias poderosas. Estas últimas identificadas mediante un emblema, un eslogan, sus valores y sus aspiraciones.<sup>2</sup> La serie gira en torno a dos conceptos clave: el poder y la traición. De hecho, como bien apunta López Rodríguez: “*El equilibrio del poder entre estas familias es frágil, pues se sostiene sobre alianzas y pactos que son fácilmente traicionados.*” (López Rodríguez, 2014: 144).

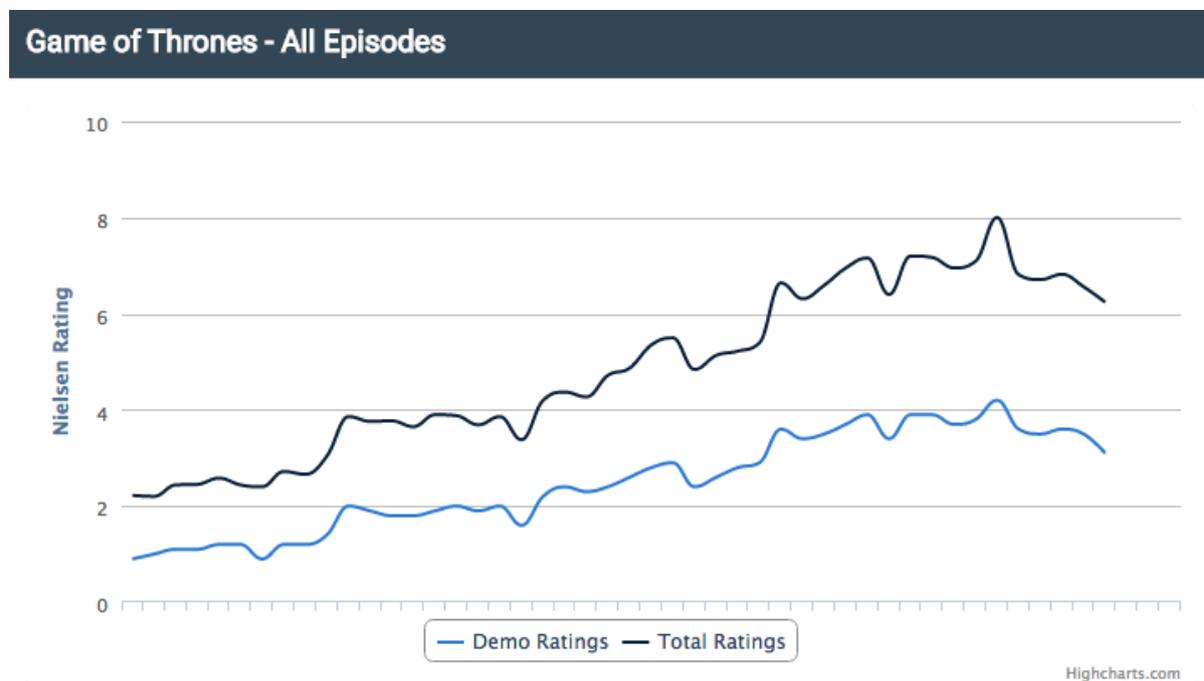
En la actualidad, *Game of Thrones* es un referente esencial de la televisión contemporánea, no sólo en España, sino en muchos países del mundo. Esta producción de la HBO se ha convertido en un fenómeno internacional, determinándose y consolidándose como un producto más que consolidado entre múltiples públicos objetivos y espectadores, sin focalizarse únicamente en uno específico. (López Rodríguez, 2012)

---

<sup>2</sup> López Rodríguez, Francisco Javier; Juego de tronos. *En la nueva era dorada del drama televisivo, o ganas o mueres*. Frame, n ° 10, Julio 2014 pp. 144- 149, ISSN 1988-3536.

En efecto, una de las características más destacadas de esta serie tiene origen en los datos de audiencia.

Gráfico 2: Distribución de audiencia de Game of Thrones desde la primera temporada hasta la quinta.



Fuente : Spoiler TV – *Game of Thrones ratings*

Según los datos publicados por la consultora Nielsen (Gráfico 2), podemos observar como a lo largo de las temporadas, la audiencia ha ido incrementado de manera exponencial pasando de dos millones de espectadores en la primera temporada a obtener en la quinta temporada (exactamente en el primer capítulo) una audiencia aproximada de ocho millones de telespectadores. De esta manera, desde la primera temporada, la serie a multiplicado su audiencia cuatro veces, hasta llegar a la cifra de ocho millones de personas. Esta nueva marca sitúa a la serie como la más vista de la televisión por cable sólo por detrás de *The Walking Dead* de la cadena AMC.<sup>3</sup> De hecho, *Game of Thrones* ha ido ganando adeptos con el paso de las temporadas. En efecto, *Game of Thrones* es una serie con un gran potencial.

<sup>3</sup> Artículo del periódico 20 minutos “Juego de Tronos, logra su record histórico de audiencia con el estreno de temporada” (15 de abril de 2015). <http://www.20minutos.es/noticia/2432894/0/george-r-r-martin-juego-de-tronos/record/historico-audiencia-8-millones/#xtor=AD-15&xts=467263>

## VIKINGS

*Vikings* (2013-) es una serie de televisión coproducida entre Canadá y Irlanda, creada por el productor Michael Hirst, para el canal de televisión The History Channel. Es una serie basada en las leyendas del vikingo Ragnar Lothbrok, uno de los héroes más famosos de la cultura nórdica, que saqueo Northumbria, Francia y Bretaña. La serie retrata la vida de Ragnar Lothbrok como un guerrero curioso y navegante y tecnológicamente innovador, además de ambicioso y rebelde, que hace construir un barco a Floki (un constructor de barcos) para lanzarse a explorar los territorios al oeste de Escandinavia.<sup>4</sup>

De hecho, la serie destaca por su fidelidad histórica (fuentes documentadas) y antropológica (democracia de la sociedad vikinga) contando con el papel de la mujer que podía ser guerrera, entre otros elementos tanto religiosos como igualitarios. Se trata de una serie emitida por el canal The History Channel, lo que destaca la voluntad didáctica con la cuidadosa reproducción de la religión, la sociedad y las costumbres vikingas.

En cuanto a la audiencia de *Vikings*, podemos decir que no es tan exuberante como las de *The Walking Dead* o *Game of Thrones*, pero aun así tiene una audiencia considerable. Como muestra la Tabla 2, durante la primera temporada, la serie ha obtenido una media de 4,3 millones de espectadores por episodio de media.

Tabla II: Distribución de los espectadores por episodios de la serie Vikings



Fuente: SensaCine

<sup>4</sup> 'Artículo llamado Vikings', historia frente a fantasía" en El Blog de El País, el 4 de Junio de 2014: <http://blogs.elpais.com/quinta-temporada/2014/06/vikingos-historia-frente-a-fantasia.html>

## ***Contexto estadounidense en las tramas de la narrativa serializada***

En Estados Unidos, las cadenas generalizadas más importantes tanto de networks como por cable son las siguientes: NBC, CBS, ABC, HBO, AMC, Showtime, FOX y The CW.

Siguiendo en el contexto estadounidense, las cadenas de la NBC, CBS, ABC, FOX y The CW son las *networks* generalizadas que emiten en todo el territorio estadounidense, y que hasta los años 80 y 90, tuvieron el monopolio de la programación televisiva de los Estados Unidos. A partir de los 80, se presentó una emergencia de la televisión por cable, específicamente en el año 1981, año en el cual la televisión por cable llegó al 30 % de los hogares estadounidenses. De este modo, se presenta una época de competencia entre el cable y las *networks* en el contexto americano, período llamado la “segunda edad de oro de la televisión estadounidense”.<sup>5</sup> (Cascajosa, 2005)

Llegado a este punto, hay que decir que se ha presentado un cambio radical en la narrativa serializada. En efecto, actualmente, el cable se encuentra en un período de auge indiscutible y uno de los ejemplos claros de éxito es el caso de *The Walking Dead* (2010-¿), obteniendo unas cuotas de pantalla y audiencias más altas superando tanto a las de cable, como a las networks. De hecho, las cadenas por cable han doblado la programación de ficción de las *networks* tradicionales, mediante películas y series, estableciendo una mejora en la calidad de sus contenidos:

“La producción por cable fideliza a la audiencia primando la calidad por encima de la cantidad – mayor libertad en cuanto a elección de temas, temporadas más breves. [...] Se pueden permitir diversos lujos en el ámbito de la producción que mejoran los contenidos y la calidad de las series [...]” (Tous, OPA: 6).

Así pues, se da una mejora cualitativa de la producción serial y una mayor rentabilidad de las series televisivas en comparación con las películas de Hollywood: “La millora qualitativa de la producció serial en ocasions ha estat comparada per estudiosos com

---

<sup>5</sup> Robert J. Thompson fue pionero del concepto de “Segunda edad de oro de la televisión estadounidense” en su libro “Television's Second Golden Age”, escrito en 1959. En el cual analiza el drama televisivo de los años ochenta y principios de los noventa llegando a la conclusión de que el drama revivía, y uno de sus ejemplos clave era *Twin Peaks*. (Cascajosa, 2005)

Peter Kramer (1996) i Kristin Thompson (2003) al Hollywood clàssic i s'ha arribat a qualificar de superior a la cinematogràfica actual.” (Tous, 2010: 61)

De esta manera, se muestra un teatro en el que el escenario de las series es el de un mercado televisivo que recoge la ficción después de una contundente saturación de la televisión mediante los programas de tele-realidad. Es en este sentido, que Tous (2010) explica que las series televisivas tienen, pues, una calidad consolidada a base de una competencia creciente entre la múltiple, variada y compleja oferta televisiva.

Tal como sugiere la literatura, nos encontramos en una época que tiene que ver con la era de la metatelevisión. La era de la metatelevisión es una era en la que se presenta una hibridación genérica, una mezcla de géneros. Además, se materializa el uso de tramas entrelazadas caracterizando la ficción televisiva seriada contemporánea. Cuando nos referimos a hibridación genérica nos referimos a que es una producción televisiva que contiene elementos paranormales y de ciencia ficción. Es decir, combina diversos géneros paranormales; como el sobrenatural en un ambiente de aventuras, como en el caso de Perdidos (“Lost”; ABC, 2004). En la era de la metatelevisión se observan procesos de atracción entre los diferentes medios (televisión, publicidad, música). Es decir, se presenta una mezcla de combinaciones temáticas, en la cual en una serie hace referencia a otras series, a otros concursos televisivos conocidos, a referencias musicales, a referencias publicitarias e incluso a los informativos; conformando de esta forma una parrilla televisiva y un contexto televisivo muy determinado: “[...] no se inunda la parrilla televisiva con un solo programa, como en el “Caso de Gran Hermano”, sino que un solo programa pretende abarcar y sintetizar el conjunto del flujo televisivo.” (Tous, 2009: 183)

Añadir a esto, que en esta era de la metatelevisión se han desarrollado numerosas estrategias con los fans mediante las páginas web. Se utiliza la plataforma de Internet 2.0 para hacer marketing de la serie y aumentar la intriga de dicha serie entre la audiencia (Tous, 2009). Incluso mediante la nueva tecnología de Internet 3.0, los públicos objetivos pueden interactuar y conversar con los productores y guionistas de las series a través de los foros, blogs y las redes sociales (Facebook, Twitter, etc): “Webseries interactivas: caracterizadas por el uso de la tecnología digital para la participación del usuario en la configuración de la trama.” (Morante; Hernández. 2012: 142).

## *El potencial de Internet con la series de televisión*

En efecto, el mundo de la televisión se ve obligado a reinventarse y a transformarse cuando el mundo de Internet crece vertiginosamente. (Padilla Castillo, 2013) Esta reinención de la que habla Graciela Padilla Castillo (2013) se presenta también en el contexto de las series de televisión. Internet ofrece contenidos de las series mediante la web 2.0 y 3.0. Es importante para éstas estar presentes en Internet, dado que la Red puede llegar a mantener y reavivar ciertas series de televisión, promoviendo un panorama serial continuo y transversal en la Red: “En la gran Red, la televisión ha encontrado un lugar especial para explotar, promover, revivir o versionar su ficción televisiva [...] Por eso, la ficción televisiva y concretamente, las series, han buscado su hueco en Internet.” (Padilla Castillo, 2013: 897-898). En definitiva, por eso Internet es un medio tan importante para la difusión de estas series de televisión, dando la posibilidad de descargarlas y verlas en streaming. De esta manera, la series de televisión, originarias de la televisión, también se expanden por la Red. Convirtiendo, estas series ya existentes emitidas por televisión, difundidas a la vez por la red de Internet.

El entorno web 2.0 y 3.0 ha transformado la manera de concebir las series: “[...] el diálogo 2.0 y 3.0 de los cibernautas ha llevado a las cadenas de televisión a reemitir algunas series, versionar series antiguas, exportar series nacionales al extranjero o importar extranjeras para su emisión [...]” (Padilla Castillo, 2013: 898)

La guerra de las dos pantallas, entre la televisión y el ordenador con el caso de las series, se ha transformado radicalmente para dejar de competir y convertirse en aliados, construyendo, de esta forma, una industria en beneficio común a las dos pantallas. Una estrategia que permite la retroalimentación entre las dos, apoyándose tanto la una sobre la otra.

“Se referían al enlace de la pantalla del televisor y de la pantalla del ordenador, porque la audiencia que perdía la primera podía recuperarla gracias a la ayuda del segundo [...] Los nuevos medios informáticos están modificando los modelos tradicionales de comunicación y de realización social.” (Padilla Castillo, 2013: 898).

En el contexto audiovisual, destacar la unión entre la ficción televisiva y las redes sociales (Facebook, Twitter) es primordial. Da origen a un nuevo estilo de consumidor: el espectador-cibernauta<sup>6</sup>, ya adiestrado en el mundo de Internet y en el que empezó directamente a ver series emitidas, explícitamente, en el contexto on-line. Este proceso de unión entre la ficción y las redes sociales genera en el espectador-cibernauta la posibilidad, por una parte, de identificarse y sentirse querido; y por otra parte, de participar activamente a través de las redes sociales; como bien apunta Padilla Castillo:

“Oportunidad para el espectador de sentirse escuchado. Oportunidad para la cadena y la productora, que sabe cómo son sus seguidores [...] En las redes sociales nos unimos a lo que nos gusta. Nos ensablamos a los perfiles de las series, para sentirnos parte activa y necesaria.” (Padilla Castillo, 2013: 900- 903)

Por ende, consideramos que es importante, en este punto del Marco teórico, hacer hincapié en las semejanzas y las divergencias presentes entre las series de televisión y las webseries de Internet 3.0. Aspecto considerado esencial para la comprensión de las narrativas audiovisuales y del panorama serial actual.

Las series y las webseries son dos formatos similares; pero al mismo tiempo diferentes dentro del mundo audiovisual. Por un lado, las series de televisión tienen unas características específicas y bien definidas: la productora, la distribuidora y la cadena de televisión son las encargadas de la respectiva producción, distribución y emisión de la serie en cuestión. Mientras que, por otro lado, la creación de las *webseries* se hace de manera independiente. Son los propios usuarios o aficionados en internet quienes lo distribuyen mediante las paginas web o los *social media*; o son las propias productoras de televisión (en sus web oficiales). De esta manera, la ficción en Internet implanta y configura unas estrategias eficaces para retroalimentar la webserie y la difusión en red de las series ya emitidas por televisión, conocer su audiencia y gestionar su realización (Morales Morante; Hernández, 2012). Algunas características de la webserie provienen de la televisión, aun así, el modelo y la estructura de la red hace a la webserie y a las series de televisión ya existentes emitidas por Internet tener un formato universal y accesible para todo internauta. Es este el punto álgido de la cuestión, Internet es universal: “su publico objetivo [el de Internet] puede ser el mundo entero (con

---

<sup>6</sup> Recogemos el mismo término de espectador-cibernauta de Padilla Castillo, ya que consideramos que define muy bien el consumidor activo de series en Internet.

posibilidad de conectarse a la red)[...]" (Morales Morante, Hernández, 2012: 146). Sin embargo, la emisión serial en las cadenas de televisión está contextualizada en un país, con unas reglas determinadas, con una lengua y envueltas en un territorio delimitado.

De esta manera, podemos empezar a ver como se va configurando una frontera bien definida entre los públicos y las características de la serie de televisión, la serie de televisión emitida por Internet y la webserie, teniendo cada una de ellas formatos diferentes. Generando así un nuevo panorama audiovisual poseedor de herramientas propias.

### ***Nuevo panorama audiovisual: la convergencia transmediática***

Hoy en día, la evolución de los medios digitales ha generado un panorama audiovisual completamente nuevo, produciendo una nueva realidad comunicativa que rompe con todos los esquemas tradicionales. La aparición de Internet 2.0, 3.0 y su evolución han conllevado a un cambio en la adquisición de las nuevas prácticas mediáticas de los individuos, generando que el consumo de Internet entre la población adolescente sea en la actualidad mayor que el consumo propio de la televisión.<sup>7</sup>

En efecto, las series de televisión se han transpuesto a otro formato: pasando de la televisión al ordenador con Internet, como bien hemos apuntado anteriormente; creando el concepto moderno de series de televisión ya existentes emitidas por Internet y de webseries. Según Morales Morante y Hernández (2012), las webseries son definidas como todos aquellos seriales de ficción audiovisual creados para ser emitidos por Internet: "La mayor parte de las webseries están pensadas inicialmente para ser difundidas exclusivamente a través de la Red [...]" (Morales Morante, Hernández, 2012: 143). Se trata del proceso de la convergencia transmediática (concepto acuñado por Henry Jenkins) y de una nueva producción de la ficción emitida en un nuevo medio de comunicación: Internet.<sup>8</sup> Esta nueva forma de comunicación de la ficción en Internet

---

<sup>7</sup> "En este sentido, el último informe Mediascope Europe 2010 de la European Interactive Advertising Association (2010) consolida a Internet como el medio más utilizado con 13,6 horas semanales superando a la televisión con 13 horas semanales. Este informe también muestra que Internet es utilizada como forma de entretenimiento, el 46% de la población española visiona películas y ficción televisiva por Internet al menos una vez al mes." (Simelio, 2010: 2)

<sup>8</sup> "Se trata de una nueva forma de producción de la ficción, dirigida a un nuevo público y emitida en un nuevo medio, que presenta unas características propias diferentes a las ofrecidas por las ficciones de los medios tradicionales" (Hernández, año: pág. 94)

presenta unas determinadas características singulares y muy diferentes de los medios de comunicación tradicionales como la televisión, la prensa o la radio, ofreciendo facetas innovadoras en la moderna complejidad narrativa audiovisual:

“Las capacidades de Internet hacen posible implantar un modelo de recepción activa mucho más eficiente que la propia televisión, una fragmentación de los discursos útil para ajustar las líneas narrativas a las demandas específicas de la audiencia” (Morales Morante, Hernández, 2012: 143).

La participación activa de los usuarios en la configuración de los contenidos audiovisuales es un hecho evidente y una de las facetas innovadoras, como bien apunta Jenkins:

“The circulation of media content – across different media systems, competing media economies and national borders – depends heavily on consumers’ active participation [...] We might now see them as participants who interact with each other according to a new set of rules that none of us fully understands” (Jenkins, 2006: 7-8).

Los medios de comunicación de masas se han introducido en nuestras vidas de una manera directa, clara y radical. De hecho, las pantallas se han incorporado a nuestra vida cotidiana y en nuestros hogares: pantallas como la televisión o los ordenadores. La segunda pantalla, es decir, la pantalla del ordenador, ha modificado, en gran parte, nuestra conducta incidiendo en los ámbitos de desarrollo de la persona y en la formación del sujeto, puesto que repercute en las actitudes, en los valores y las normas de los individuos. A lo largo de los años, se ha ido presentando una creciente interrelación entre la televisión y la web 2.0 inaugurando nuevas modalidades de relación con el espectador, definidas por la constante retroalimentación entre espectador y creador de contenido audiovisual. Modificando así, de manera radical los paradigmas de la textualidad y de la interpretación (Ott en Lacalle, 2011: 88).

Según C. Lacalle (2011), existe una relación casi simbiótica entre la ficción televisiva y las nuevas tecnologías, constituyendo así una aproximación a la retroalimentación de los procesos comunicativos de los medios de comunicación (Lacalle, 2011: 89). Esta convergencia tan clara entre la televisión y el ordenador ha ido emergiendo a lo largo de los años, constatando claramente que en Estados Unidos, el Convergence Research Panel, lanzado por Nielsen en 2008 media que el uso de la televisión e Internet en un mismo hogar era del 57 % (evidentemente de las personas que tenían Internet). (Lacalle, 2011). Actualmente, todas las cadenas de televisión, o la gran mayoría tienen webs o parte de la web dedicada a sus ficciones, tanto de series de televisión, como de *reality shows* o programas de noticias y/o actualidad. Dedicar gran parte de sus webs a tratar las curiosidades de los personajes de ficción, de los propios actores, además de sondeos de opinión, blogs, concursos, foros, videos de contenidos sobre las series o programas, e incluso se genera venta online de *merchandising* de los propios contenidos de las series de ficción (Lacalle, 2011).

Todo este conjunto de nuevos contenidos integrados entre la televisión e Internet permite una extensión del universo narrativo, convirtiendo así en *fandom cultura* en algo globalizado para todo el mundo. De este modo, el llamado *transmedia storytelling* permite al usuario aportar su grano de arena al relato de la película o serie en cuestión, en definitiva a cualquier relato audiovisual mediante estas narrativas, consiguiendo dar menos protagonismo al propio guionista y descentralizar su autoría en detrimento de los cibernautas (Lacalle, 2011).

### ***Peligro en la narrativa estadounidense contemporánea y sus personajes de ficción***

Tras la catástrofe del 11-S en Estados Unidos, la narrativa serializada centro su foco de atención en los peligros y el terror. A medida que iban pasando los años después del 11 de septiembre de 2001, nuevas amenazas se fueron incorporando en las narrativas televisivas de los medios audiovisuales contemporáneos (Grandío, 2011) Y en consecuencia, los personajes de estas narrativas de ciencia-ficción se sienten amenazados por el riesgo, por el terror y la destrucción del planeta. Se va conformando, como bien apunta María del Mar Grandío, “un tipo de contexto social de peligro que deriva en la aparición de traumas en estos personajes” (Grandío, 2011: 56). Apunta el caso de *Lost* (2004- 2010) entre otros muchos. Con todo esto, se construye una etiqueta

y un cuadro llamado *Risk Communications Research*, ámbito definido para hacer referencia al estudio del contenido e impacto de cualquier mensaje relacionado con un peligro.

“En este contexto televisivo, de especial interés, se presentan las series de ciencia-ficción en las que se observan grandes peligros hacia el pueblo americano a través de las alegorías de la realidad [...] se observa como en las ficciones audiovisuales post 11-S los personajes se sienten amenazados por el riesgo de destrucción masiva o invasión letal [...]” (Grandío, 2011: 56)

Consecuentemente a este contexto de apocalipsis y de peligro (provocado por el trauma post 11-S apuntado por M. Grandío, en nuestra investigación, consideramos necesario hacer especial hincapié en cómo los autores conciben y determinan los personajes de ficción en el panorama audiovisual. Especialmente, en las series de televisión, en estas mismas difundidas por la red (visualizadas en *streaming* o descargándolas) y en las webseries.

Tal como sugiere la literatura, los personajes de ficción son creaciones a imagen y semejanza de la realidad, como bien apunta W. Lippman : “los estereotipos son representaciones o categorizaciones rígidas y falsas de la realidad, producidas por un pensamiento ilógico.” (Galán, 2006: 59). Situándonos, pues, con que la narrativa audiovisual es semejante a la realidad en el contexto de peligro y destrucción post 11-S estadounidense. La ficción construye socialmente la realidad a partir de unos argumentos preexistentes, adaptándolos al lenguaje audiovisual. (Galán, 2006).

“Tras el 11 de septiembre [Ulrick Beck] centró también su mirada en el terrorismo y en las grandes corporaciones como nuevos actores globales de peligro en su libro *La sociedad del riesgo global* (2002). [...] pronto estas nuevas amenazas se fueron incorporando en las narrativas mediáticas contemporáneas, también en las ficciones televisivas.” (Grandío, 2011: 55)

Dos posturas son definidas ante la conceptualización de los personajes ficticios en el mundo audiovisual. Por un lado, se presentan los formalistas y por otro, los estructuralistas. Los formalistas explican que los personajes son producto de tramas, que su manera de actuar es funcional. En el sentido en que son participantes, actores o actantes y no personajes. De alguna forma es erróneo considerar a dichos personajes de

series y películas como reales. Por su parte, los estructuralistas afirman que existe una necesidad de caracterización del personaje más abierta. Todorov afirma [en Galán, 2006], siguiendo la línea de Propp, que hay dos categorías distintas en un personaje; por una parte, distingue las narraciones centradas en la trama o psicológicas; y por otra parte, las narraciones centradas en las psicológicas.<sup>9</sup> (Galán, 2006)

Sin embargo, en la narrativa audiovisual son necesarios protagonistas para focalizar la trama. Los llamados héroes o antihéroes, estereotipos o arquetipos, o también protagonistas y antagonistas.

De esta manera, entendemos por “arquetipo” la representación estereotipada de un rol al que se le distingue de otros por sus comportamientos, sus rasgos biológicos y sus cualidades. En los medios de comunicación de masas, los arquetipos están representados por personajes.<sup>10</sup> Mientras que, el estereotipo o el protagonista aparece como instrumento principal para contar la historia. Es por ello que consideramos importante entender la etimología griega de la palabra protagonista. Viene del griego “*protagonistés*”, y el término se forma por la unión entre “*protos*” que significa primero y “*agonistés*” que significa actor. Es decir, el protagonista es el primero en realizar la acción, el que más actúa, y es el personaje principal del relato:

“Como guía de la acción principal, el protagonista suele trabar alrededor de sí el resto de las acciones, en contraste con la función cooperativa de los secundarios.” (Gutiérrez Delgado, 2012: 45).

### ***Estereotipos presentes en los contenidos audiovisuales***

En general, en la televisión se han ido presentando muchos estereotipos a lo largo de los años. Sin embargo, cada vez se van definiendo más detalladamente a través de los contenidos audiovisuales y de sus análisis. La literatura analizada presenta unos modelos existentes de tanto el sexo masculino como el femenino. Según Sergio Cobo Durán (2011), los estereotipos más presentes en los contenidos audiovisuales son los siguientes: el estereotipo de mujer-objeto, la mujer masculinizada, el hombre

---

<sup>9</sup> “Por ello, Todorov defiende la actitud de Propp respecto al personaje, pero al mismo tiempo distingue dos categorías amplias, las narraciones centradas en la trama o psicológicas y las centradas en los personajes o psicológicas.” (Galán, 2006: 1)

<sup>10</sup> En “Los arquetipos de los MCM: Héroes y antihéroes de los niños” de Olivia Velarde.

tradicional y el nuevo hombre nuevo.

En primer lugar, hay que decir que la propia literatura consultada nos indica que el estereotipo de mujer objeto se define por su funcionalidad de interactuar de forma directa e indirecta en las relaciones sexuales heterosexuales. Como bien apunta Cobo Durán, este estereotipo caracteriza a una mujer en la cual es habitual que su atuendo y vestimenta sea escaso, correspondiéndola con ropas escotadas y ligeras que redefinan y resalten la figura femenina. (Cobo Durán, 2011) En efecto, el estereotipo de mujer objeto no deja de ser una representación sumisa condenada a la lujuria y al hedonismo masculino. Siempre este estereotipo de mujer está asociado directamente con la imagen de mujer fatale, provocativa, y mujer mala víbora, pero que sin embargo atrae al público. Este ejemplo lo hemos podido ver en el caso de Shannon en la serie de Lost (ABC, 2004-2010).

Otro de los estereotipos más encontrados en la literatura analizada ha sido el de la mujer masculinizada. De hecho, Cobo Durán (2011) explica que *“la mujer masculinizada se representa en un perfil más cercano a los valores tradicionales del hombre que a los femeninos, en la línea de la afirmación que confirma que las normas de género en determinadas ocasiones no aparecen explícitamente definidas.”* (Cobo Durán, 2011: pág. 593)

Por lo tanto, aunque se muestre un personaje femenino en realidad su comportamiento y manera de hacer obedece a un modelo masculino conservador, más cercano al perfil de masculinidad tradicional que al femenino. Es una mujer definida por su incapacidad de mostrar sentimientos, asociado directamente al valor tradicional del hombre. Un característica clave de su fortaleza es la constante recurrencia a la violencia como fin y medio en sus relaciones interpersonales y sociales.<sup>11</sup>

Un estereotipo presente es el modelo de hombre tradicional. En efecto, el hombre tradicional está caracterizado por un comportamiento autoritario como resultado de la defensa de los valores tradicionales y patriarcales. Caracterizados y definidos por su

---

<sup>11</sup> COBO DURÁN, Sergio. “Uso de los roles en la construcción de personajes: desde la Nueva Masculinidad a los estereotipos de género de Misfits” en *Previously On. Estudios Interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión*. Noviembre 2011, Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

ausencia en la revelación de sentimientos. Este personaje está definido y se ha destacado por hacer constantes referencias sexuales hacia el género femenino. Se define por su masculinidad tradicional y ser un hombre heterosexual ortodoxo.

En cuanto al modelo de nuevo hombre nuevo caracterizado por su nueva masculinidad, podemos decir este estereotipo se caracteriza por tener un rol que reconoce la posibilidad de existencia de valores positivos asociados a la masculinidad, alejándose de los valores patriarcales y tradicionales, normalmente asociados al modelo de hombre tradicional. Como bien apunta Cobo Durán (2011), es un perfil de masculinidad presentado en un *“personaje heterosexual que acepta valores asociados tradicionalmente a lo femenino como la sentimentalidad y la emoción, prohibidos al hombre tradicional, pero sin implicar una feminización del personaje. Es un personaje que no establece distinciones de género a la hora de actuar con hombres y mujeres.”* (Cobo Durán, 2011: p. 595). Un ejemplo de ello sería el personaje de Rick Grimes, el cual estaría dentro de la muestra de análisis sustentada en este estudio de investigación; ya que forma parte de los personajes analizados en la serie de The Walking Dead (AMC, 2010 - ?).

### ***Personajes de ficción e identificación de los espectadores con los personajes***

Para contextualizar, de forma generalizada, intentaremos explicar los modelos principales, las bases y los personajes representados en los medios audiovisuales. Para así, poder comprender los fundamentos básicos de la construcción de los personajes en ficción.

Los personajes son construcciones, son modelos e ideas conformadas en un contexto o situación. De esta forma, lo primero que es esencial entender en un personaje de ficción es que éste no existe por sí solo, sino que aparece en un contexto determinado y con unas influencias culturales, en función de sus rasgos étnicos, sociales, religiosos y educativos. Dicho personaje también está enmarcado en un lugar, en un período histórico y con una categoría socio-profesional definida. Por tanto, todos estos elementos determinarán su forma de hablar, su forma de actuar, sus gestos, su modo de vestir, su modo de afrontar una situación y su modo de pensar (Galán, 2006). En definitiva, todas estas características conformarán su psicología de una manera u otra.

Hasta hace más de una década aproximadamente, no existían programas, seriales, miniseries, video blogs o series de televisión que representaran los valores propios e internos de los individuos. De esta manera, Iglesias (1994) [en Galán, 2006] durante los años 90, defendía que los individuos que visualizaban las series no se sentían identificados con los programas, noticias o series, normalmente y mayoritariamente americanas. Sin embargo, en la actualidad, la televisión ofrece unos contenidos más cercanos a la realidad del individuo y a su entorno.<sup>12</sup>

De este modo, podemos decir que, tal como sugiere la literatura analizada, cada vez más, los espectadores analizan los contenidos audiovisuales, empezando a reconocer sus propios valores y contravalores, específicamente en los personajes, y especialmente en las series de televisión.: “*Los telespectadores ven más aquellos programas que coinciden con sus propios valores.*” (Medrano, Cortes y Pascual, 2012, p. 317). También esto surge en concomitancia con las nuevas tecnologías (TIC) e Internet; puesto que cualquier espectador-cibernauta puede decidir en qué momento y de qué manera mirar la película, la serie o el programa escogido; decidiendo pues que valores, que personajes, y que serie ver o no ver.

---

<sup>12</sup> En síntesis, en las investigaciones analizadas y leídas, vemos que los individuos o telespectadores son especialmente, jóvenes adolescentes que visualizan los contenidos. Y parece ser que empiezan a reconocer sus propios valores y contravalores en los contenidos visualizados e incluso en los personajes de dichos contenidos.

## 5. Resultados del análisis de las series

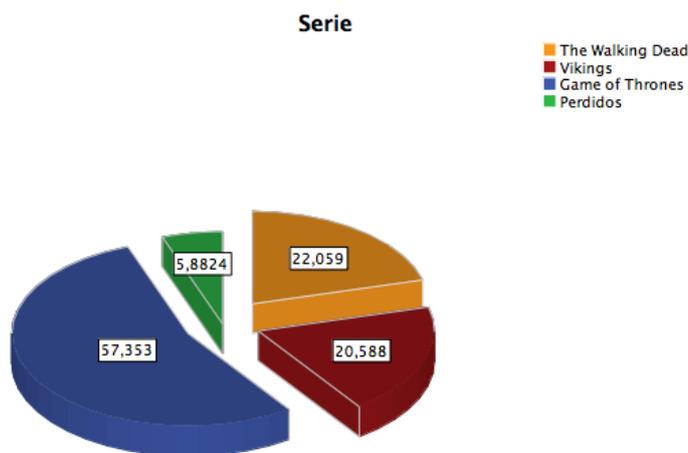
En este apartado, realizaremos un estudio cuantitativo, mediante la herramienta SPSS (versión 20), y cualitativo sobre los personajes de las tres series analizadas: *The Walking Dead*, *Game of Thrones* y *Vikings*, con el objetivo de analizar que estereotipos se representan en los personajes, además de analizar que valores se presentan los personajes, con el fin de entender que nuevo tipo de estereotipo surge en estas tres series.

### Androcentrismo, uniformidad cultural y un nuevo estereotipo de personaje.

#### Las características sociodemográficas de los personajes.

En cuanto a resultados, en un primer momento podemos decir que los datos obtenidos (ver Gráfico 0) presentan una predominancia de los personajes de la serie *Game of Thrones*, obteniendo 39 personajes de un total de 68. En cambio, *The Walking Dead* y *Vikings* obtienen un recuento de 15 y 14 personajes respectivamente. Permitiendo así que la muestra teórica recogida dependa mayoritariamente de esta serie, *Game of Thrones*. En definitiva, esta última obtiene un 57,3 % de los personajes de la totalidad de la muestra teórica. Mientras que *The Walking Dead* y *Vikings* obtienen un 22 % y un 20,5 % respectivamente.

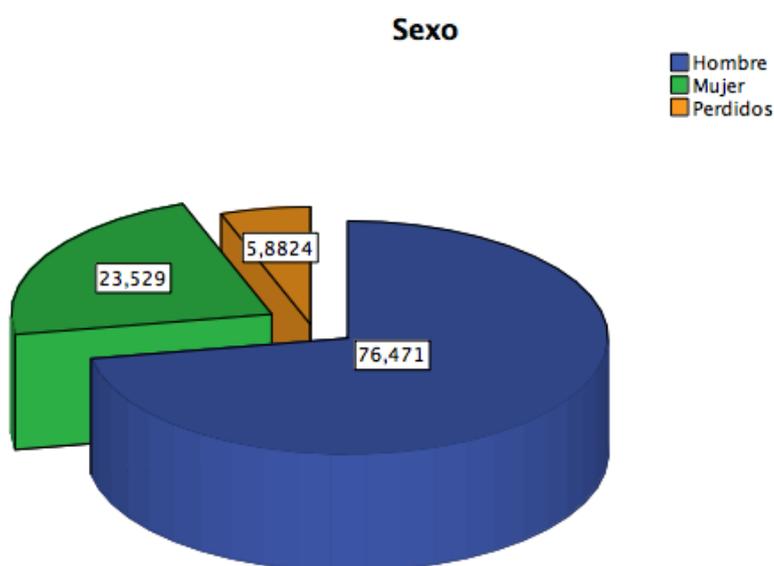
Gráfico 0: Distribución de los personajes en función de las tres series analizadas: *The Walking Dead*, *Game of Thrones* y *Vikings*.\*



Elaboración propia\*

En este apartado, realizaremos un estudio de las principales características socio-demográficas de los personajes (serie, sexo, edad, etnia, importancia del personaje, nacionalidad, orientación sexual, profesión, escala laboral, clase social, etc...) con el objetivo de ver que resultados se obtienen en torno a este elenco de personajes y que tipo de representación de personajes se nos presenta.

**Gráfico 1: Distribución de la diversidad entre sexos de los personajes en las tres series analizadas.**



Elaboración propia

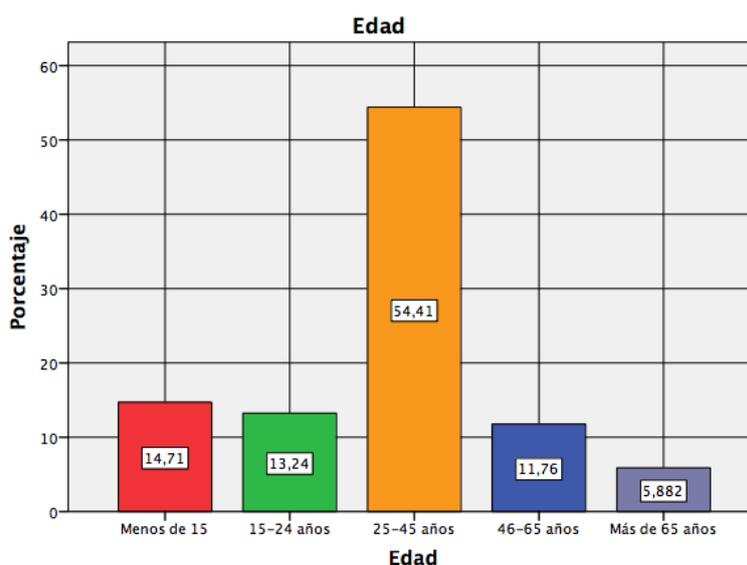
En las tres series, primero hablaremos en cuanto a la diversidad entre sexos. En el Gráfico 1 encontramos que se presenta una predominancia del sexo masculino; puesto que encontramos un 76,5 % de personajes que son hombres, contra un 23,5 % de mujeres. Podemos claramente ver como se presenta un androcentrismo en la representación de los personajes de las series, otorgando al hombre una posición esencial y central en los contenidos audiovisuales de las series. Generando así un contexto sustentado casi únicamente por el punto de vista masculino. La figura del hombre, pues, es en gran parte el personaje que conduce la argumentación de las series, generando, de la misma forma, un retroceso en la distribución igualitaria, con respecto a los dos sexos, en la pantalla.

**Tabla I: Distribución de la diversidad entre sexos en las tres series analizadas.**

			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Serie	The Walking Dead	Recuento	11	4	15
		% dentro de Serie	73,3%	26,7%	100,0%
	Vikings	Recuento	10	4	14
		% dentro de Serie	71,4%	28,6%	100,0%
	Game of Thrones	Recuento	31	8	39
		% dentro de Serie	79,5%	20,5%	100,0%
Total	Recuento	52	16	68	
	% dentro de Serie	76,5%	23,5%	100,0%	

De hecho, según varios medios de comunicación, estas series se presentan como actuales e innovadoras ante la sociedad contemporánea. Sin embargo, presentan unas estadísticas de diversidad entre sexos (ver Tabla I) muy poco igualitaria, obteniendo una aparición del sexo masculino muy superior con un 76,5%, en cada una de las series variando entre el 70% y el 80%. De este modo, podemos ver como aparece un androcentrismo en el seno de las series, el cual se focaliza en la presencia del punto de vista masculino, otorgándole una posición central.

**Gráfico 2: Distribución de la edad de los personajes en las tres series analizadas.**



Elaboración propia\*

En cuanto a la edad de los personajes de las series, podemos observar (ver Gráfico 2) que predomina la franja entre los 25 y los 45 años por encima de las demás, con un 54,4% de la totalidad de los personajes. Por lo tanto, las tres series han focalizado que el target principal de los personajes se presente en esta franja de entre los 25 y los 45 años. Buscando así, coger el target de público maduro en cuanto a la narrativa audiovisual, dado que la franja representa la gente que ya ha establecido una relación constante y duradera con este tipo de contenidos seriales.

**Tabla II: Distribución desglosada de cada una de las franjas de edad de los personajes de las tres series analizadas.**

**Tabla de contingencia Serie \* Edad**

		Edad					Total
		Menos de 15	15-24 años	25-45 años	46-65 años	Más de 65 años	
The Walking Dead	Recuento	3	0	11	1	0	15
	% dentro de Serie	20,0%	0,0%	73,3%	6,7%	0,0%	100,0%
Serie Vikings	Recuento	2	0	10	1	1	14
	% dentro de Serie	14,3%	0,0%	71,4%	7,1%	7,1%	100,0%
Game of Thrones	Recuento	5	9	16	6	3	39
	% dentro de Serie	12,8%	23,1%	41,0%	15,4%	7,7%	100,0%
Total	Recuento	10	9	37	8	4	68
	% dentro de Serie	14,7%	13,2%	54,4%	11,8%	5,9%	100,0%

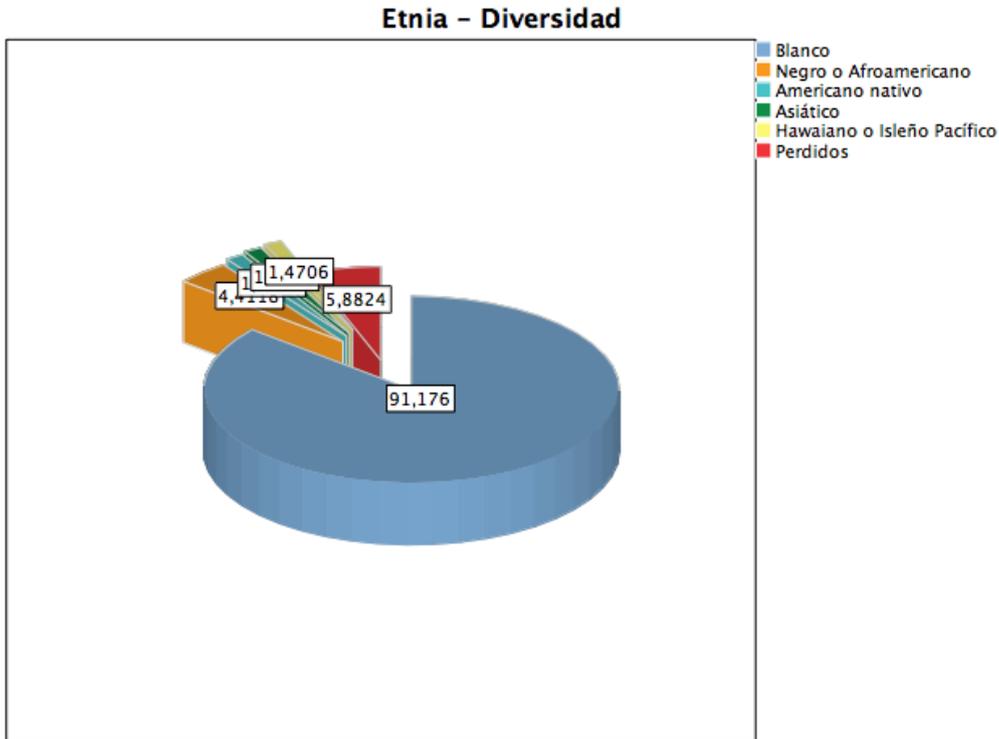
Un caso levemente diferente se presenta en *Game of Thrones*, en la cual encontramos una mejor distribución de la edad (Ver Tabla II), diversificándose y presentando más personajes jóvenes, en torno a los 15 y los 24 años, franja ausente en las otras dos series (*The Walking Dead* y *Vikings*).

**Tabla III: Distribución de los personajes principales y secundarios en las series de The Walkind Dead, Game of Thrones y Vikings.**

			Principal o Secundario		Total
			Principal	Secundario	
Serie	The Walking Dead	Recuento	12	3	15
		% dentro de Serie	80,0%	20,0%	100,0%
Serie	Vikings	Recuento	7	7	14
		% dentro de Serie	50,0%	50,0%	100,0%
	Game of Thrones	Recuento	17	22	39
		% dentro de Serie	43,6%	56,4%	100,0%
Total		Recuento	36	32	68
		% dentro de Serie	52,9%	47,1%	100,0%

Como podemos observar en la Tabla III, en la totalidad de las series existe una distribución equilibrada entre los personajes principales y secundarios, obteniendo una repartición del 52,9 % de personajes principales y un 47,1 % de personajes secundarios. Esto conlleva a decir que se le da igual importancia a los personajes principales que a los secundarios. No poniendo a los principales por encima de manera clara.

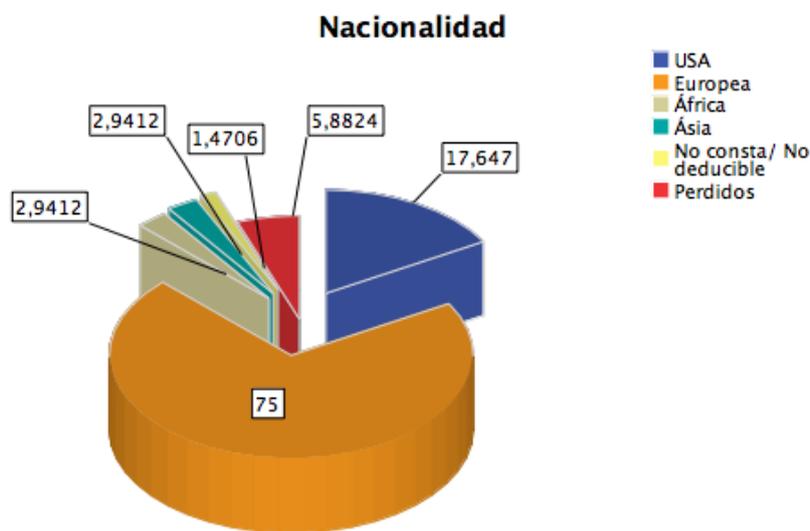
**Gráfico 3: Distribución de la diversidad étnica de los personajes de las tres series analizadas.**



El Gráfico 3, nos muestra que en las series analizadas (*The Walking Dead*, *Game of Thrones*, *Vikings*) no se presencia una distribución de diferentes etnias, sino que predomina la etnia blanca por encima de las demás de manera fehaciente con un porcentaje de 91,18%. En cuanto a esto, interpretamos una ausencia de diversidad cultural en cuanto a las series analizadas.

En otras palabras, no se presenta una diversidad étnica en la series analizadas dado que predomina la etnia blanca muy por delante de las demás (etnias como negro o afroamericano, Americano nativo, Asiático, Hawaiano o Isleño Pacífico, etc...). Es entonces, que no existe una diversidad étnica en la distribución de personajes en las series de ficción televisivas estadounidenses por cable de más audiencia en la actualidad. Estas series no dan lugar a la aparición de un conjunto de diversas etnias que coexisten alrededor del mundo ficticio y que difieren en el color de la piel, el lenguaje, la estatura, y las costumbres. En efecto, se pone de relieve un monopolio de la etnia blanca en los contenidos audiovisuales referentes a las series de televisión por cable estadounidenses.

**Gráfico 4: Distribución de la nacionalidad de los personajes de las series analizadas de *The Walking Dead*, *Game of Thrones* y *Vikings*.**



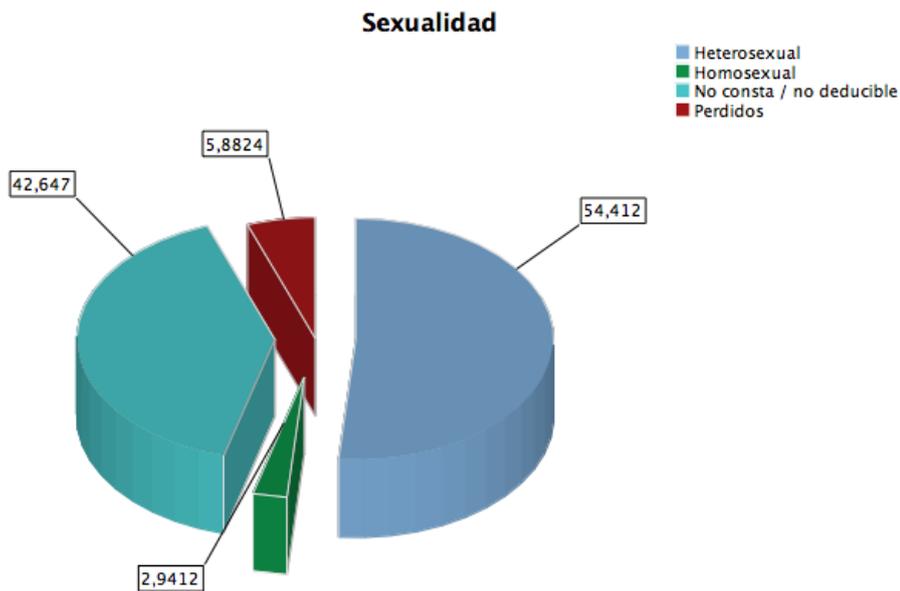
Elaboración propia

Como podemos observar en el Gráfico 4, se presenta un monopolio de la nacionalidad Europea de los personajes de las series analizadas, ya que obtenemos un 75 % de los

personajes pertenecientes a Europa. En segundo lugar, los personajes provienen de los Estados Unidos en un 17, 65%; y por ultimo, vemos que las minorías asiáticas y africanas se quedan con muy poca participación en las series obteniendo entre un 1% y un 3 %.

Esto verifica la predominancia de los personajes pertenecientes a la zona geográfica de Europa y Estados Unidos, en cuanto a contenidos audiovisuales de las series televisivas actuales, llegando a fomentar un casi monopolio de personajes europeos en los seriales televisivos estadounidenses de las cadenas por cable en la actualidad.

**Gráfico 5: Distribución de la orientación sexual de los personajes en las tres series analizadas: The Walking Dead, Game of Thrones y Vikings.**



Elaboración propia\*

Como observamos en el Gráfico 5, en las tres series analizadas hemos contemplado una distribución orientada mayoritariamente hacia la heterosexualidad. Obteniendo en estadísticas en las que un 54,41 % de los personajes de las tres series (The Walking Dead, Game of Thrones y Vikings) son heterosexuales. Es por ello, que podemos comentar la existencia de otro monopolio, el de la heterosexualidad en los contenidos audiovisuales de estas tres series por cable.

Aun así, poco a poco vamos viendo una primera aparición de personajes homosexuales, de allí su incorporación a los contenidos audiovisuales de las series. En estas tres series, obtenemos un porcentaje bajo casi un 3 % de personajes con orientación sexual homosexual.

Interpretando cuantitativamente y cualitativamente los datos referentes al cruce de la variable *serie* con *etnia*, *nacionalidad* y *orientación sexual*, podemos deducir a través de los resultados de estas variables la existencia de una tendencia a la uniformidad cultural en cuanto a los contenidos audiovisuales de las series de ficción televisivas por cable. En otras palabras, se teme un aumento de la preeminencia Europea, obteniendo en este caso un 75 % de sus personajes y de los Estados Unidos, con un 17,6 %, a través de la manera en como se distribuyen los productos de televisión. Además, se teme únicamente se muestren personajes pertenecientes a la etnia blanca, obteniendo un 91,18 %, y también se interpreta que únicamente se representan personajes con una orientación sexual heterosexual, dejando de lado los colectivos homosexuales (obteniendo únicamente un 3%), los bisexuales y los transexuales. Es por ello que a través de estos datos, se presenta una uniformidad cultural en cuanto a la distribución de contenidos audiovisuales.

En efecto, la reflexión aquí reside en que los contenidos audiovisuales de estas series deberían ser más diversos culturalmente hablando, y no uniformes sustentando únicamente dos ideologías hegemónicas como son la europea y la estadounidense; o únicamente mostrando personajes pertenecientes a la etnia blanca. De esta forma, se necesitarían potenciar los contenidos audiovisuales en cuanto a la diversidad cultural a través del desarrollo de en la participación de otras etnias, creando elementos que fomenten la sociedad diversa y la globalización.

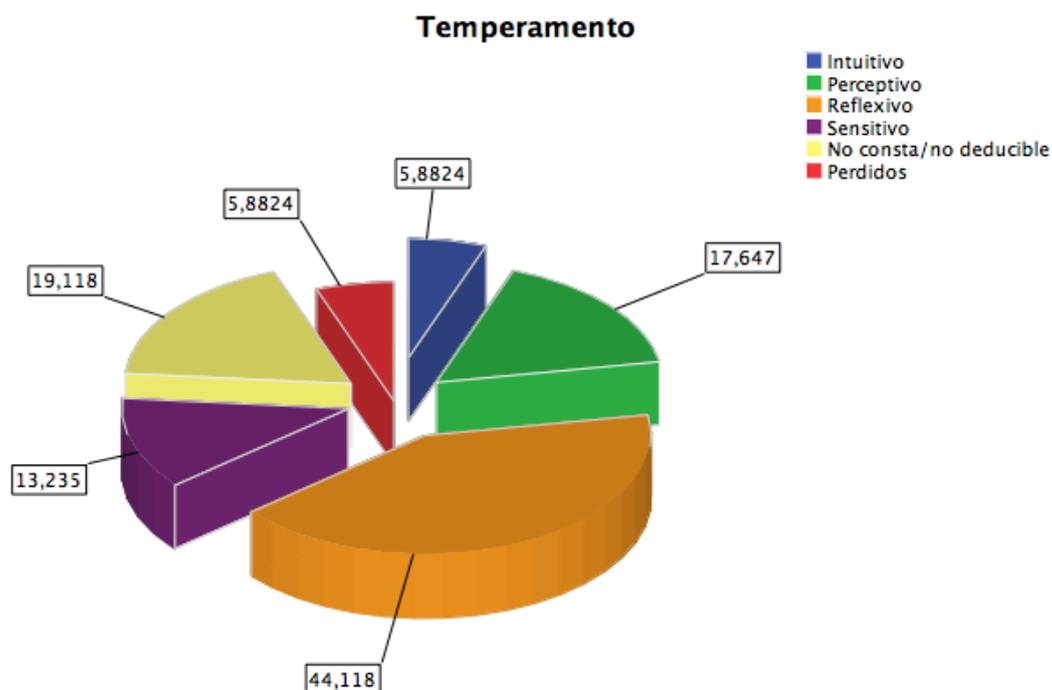
**Tabla IV: Distribución de la personalidad de los personajes en las series de The Walking Dead, Game of Thrones y Vikings.**

**Tabla de contingencia Serie \* Personalidad**

		Personalidad			Total
		Extrovertido	Introvertido	No consta /no deducible	
The Walking Dead	Recuento	12	3	0	15
	% dentro de Serie	80,0%	20,0%	0,0%	100,0%
Serie Vikings	Recuento	8	5	1	14
	% dentro de Serie	57,1%	35,7%	7,1%	100,0%
Game of Thrones	Recuento	23	11	5	39
	% dentro de Serie	59,0%	28,2%	12,8%	100,0%
Total	Recuento	43	19	6	68
	% dentro de Serie	63,2%	27,9%	8,8%	100,0%

En cuanto a la personalidad de los personajes, podemos observar en la Tabla IV que mayoritariamente los personajes son extrovertidos, obteniendo un 63,24% de la totalidad de los personajes de los seriales analizados. Con esto se puede interpretar que el mensaje comunicativo que se quiere fomentar aquí es que los personajes cada vez más son extrovertidos y muestran más frecuentemente sus sentimientos a los demás. Configurando un personaje más *open-minded*, es decir más abierto, más dinámico y extrovertido. Hemos de constatar de que el hecho de que el personaje sea más extrovertido permite al espectador saber los sentimientos del personaje y adherirse a él en mayor o menor grado. Se crean pues elementos con el objetivo de conocer los sentimientos de los personajes, mediante su extroversión.

**Gráfico 6: Distribución del temperamento de los personajes en las series analizadas.**



Elaboración propia\*

Según el Gráfico 6, el temperamento de los personajes que surge con más frecuencia es el reflexivo, obteniendo un 44,12 % de la muestra de los 68 personajes analizados en las tres series estadounidenses. Además, la segunda categoría más presente es la perceptiva, en la cual encontramos un 17,6 %. El temperamento sensitivo es la tercera categoría más repetida obteniendo un 13,25 % de los personajes de las series estudiadas. Y como menos asidua, encontramos el temperamento intuitivo, con un 5,8 % de la muestra.

¿Por qué reflexivo? ¿Cuál es la razón por la cual los personajes se categorizan como reflexivos? De hecho, el propio personaje se cuestiona muchas cosas a lo largo de la narrativa ficcional. De si sus acciones son las correctas o de si sus pensamientos son los buenos. Sabemos como piensan, como actúan y sobre todo porque lo hacen. La narrativa audiovisual implantada en estos seriales nos permite saberlo debido a la introspección narrativa que se realiza en el personaje. Es así que el propio personaje hace una introspección interna de su carácter. En otras palabras, el personaje tiene la capacidad reflexiva que la mente sea consciente de forma inmediata de sus propios

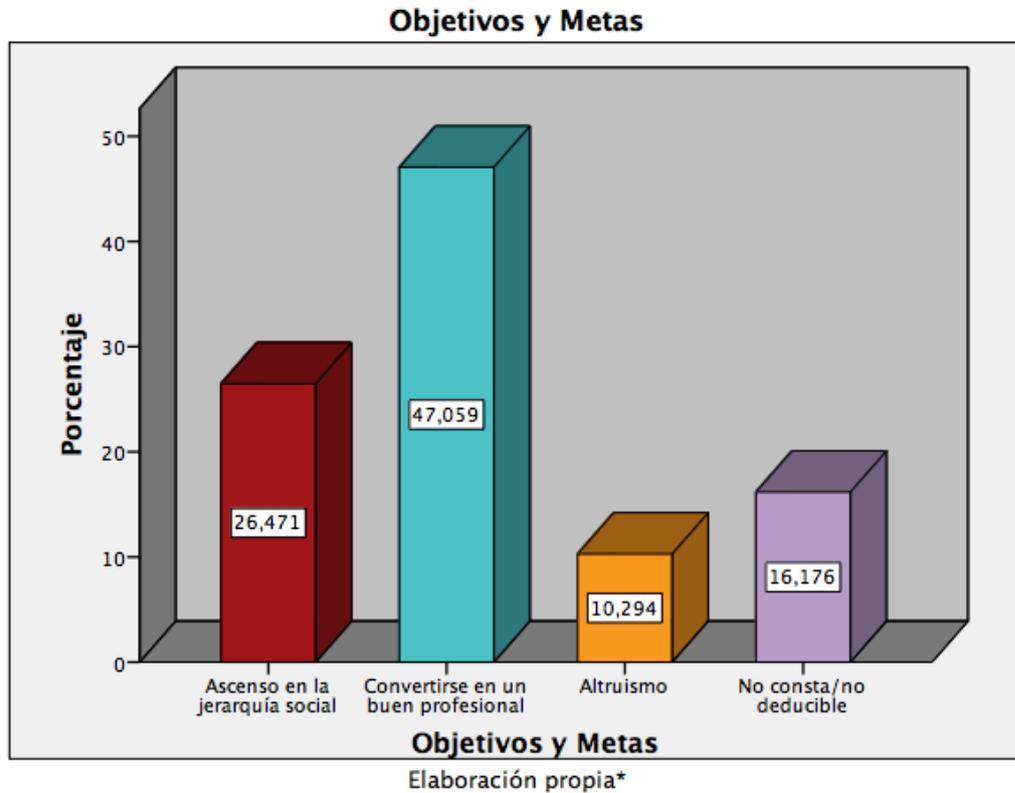
estados. Y en consecuencia, permite al espectador entender al personaje en la narrativa audiovisual y acceder a esos estados mentales. Generando que el propio espectador entienda el porque de la realización de las acciones y pensamientos del personaje.

**Tabla V: Distribución de los objetivos y de las metas de los personajes en función de las tres series.**

**Tabla de contingencia Serie \* Objetivos y Metas**

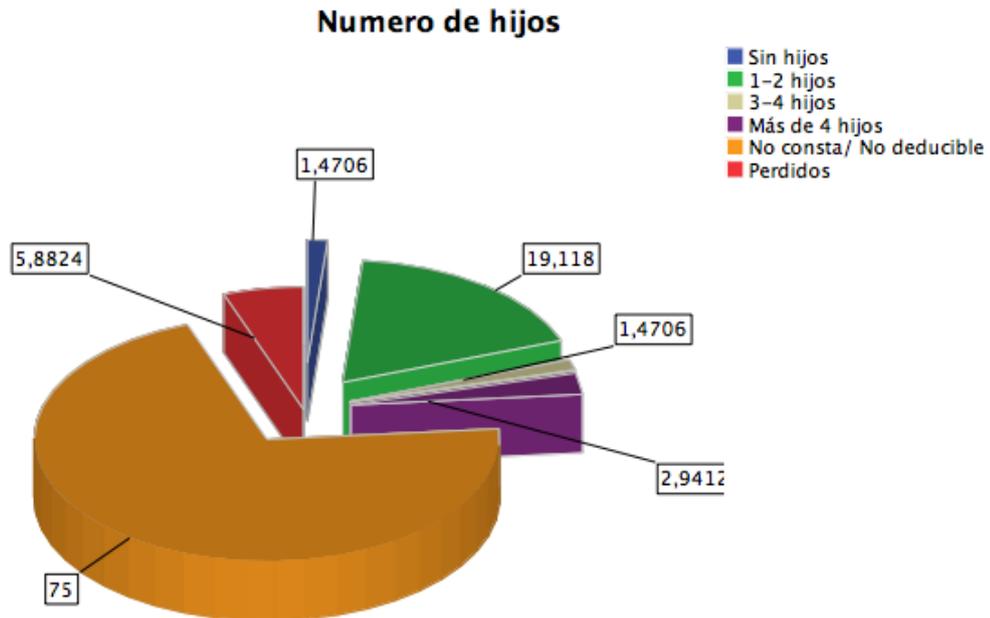
		Objetivos y Metas				Total
		Ascenso en la jerarquía social	Convertirse en un buen profesional	Altruismo	No consta/no deducible	
The Walking Dead	Recuento	2	7	3	3	15
	% dentro de Serie	13,3%	46,7%	20,0%	20,0%	100,0%
Serie Vikings	Recuento	7	3	3	1	14
	% dentro de Serie	50,0%	21,4%	21,4%	7,1%	100,0%
Game of Thrones	Recuento	9	22	1	7	39
	% dentro de Serie	23,1%	56,4%	2,6%	17,9%	100,0%
Total	Recuento	18	32	7	11	68
	% dentro de Serie	26,5%	47,1%	10,3%	16,2%	100,0%

**Gráfico 7: Distribución de los objetivos de los personajes en las series analizadas.**



En la Tabla V y en el Gráfico 7, podemos ver como los objetivos de los personajes representados en las tres series de *The Walking Dead*, *Game of Thrones* y *Vikings* se centran mayoritariamente en que los personajes se conviertan en buenos profesionales, obteniendo un 47,06 % de toda la muestra teórica, y en que estos mismos asciendan en la jerarquía social, obteniendo un 26,4 %. Con ello deducimos e interpretamos, que los personajes centran sus pensamientos en sus propios objetivos: en hacer bien su trabajo y en su propio ascenso en la jerarquía profesional-social. Al fin y al cabo, las reflexiones de los personajes giran en torno a su propia psicología interna en cuanto a objetivos, metas e intereses en un futuro cercano.

**Gráfico 8: Distribución del número de hijos de los personajes en el conjunto de las tres series analizadas.**



Elaboración propia\*

En el Gráfico 8, podemos observar en un 75 % del numero de hijos no consta de presencia por parte de los personajes. Este dato nos permite interpretar que los guionistas focalizan mayoritariamente la importancia en la individualidad de los personajes, es decir en los valores individuales de cada personaje, y no se centran en la atención de grupos colectivos. Sin embargo, existen excepciones de casos de personajes, a lo largo del estudio, en los que la importancia de los valores radica en los lazos familiares, como por ejemplo Rick Grimes y su hijo Carl, o Ragnar y su hijo Bjorn.

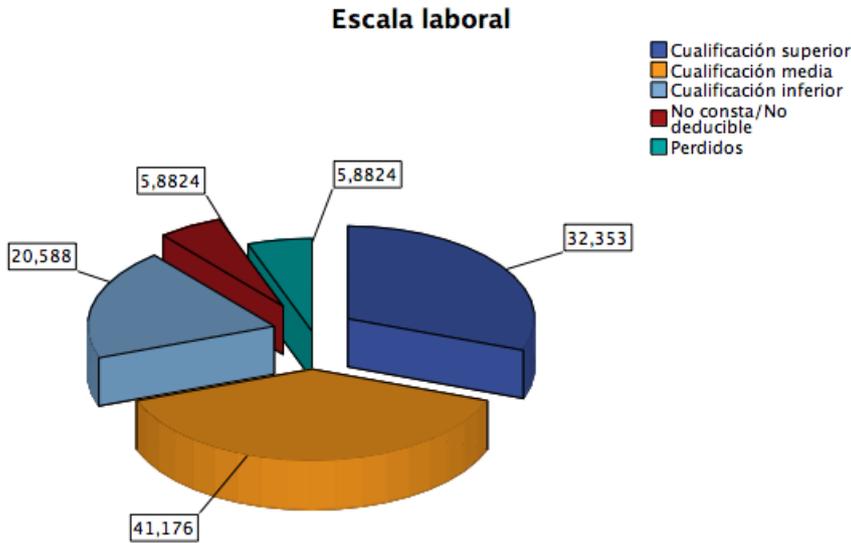
En este sentido, a partir de estas últimas cuatro variables (*personalidad, temperamento, objetivos y metas y número de hijos*) y sus resultados se podría interpretar que las series preocupan y focalizan su argumentación en el desarrollo de la psicología interna de los personajes. Formando un nuevo arquetipo o estereotipo de personaje, asociado a sus propios valores positivos.

Interpretando los datos obtenidos, podemos deducir que los productores y guionistas fijan su atención en el desarrollo del temperamento reflexivo de los personajes representados (el cual representa un 44,1 % de la muestra de los personajes), de las acciones de sus personajes, en sus gestos, en sus decisiones, en sus objetivos de cómo convertirse en buenos profesionales (representando un 47,1 % de la muestra teórica), en sus consecuencias, en sus causas y en la repercusión que puede conllevar tomar una o otra decisión en el desarrollo de la trama y de la propia configuración psicológica del personaje. Entramos pues en un tipo de serie que configura un nuevo tipo de personaje, focalizándose en la propia psicología interna del personaje.

Aquí la interpretación reside en que se le da mucha más importancia a la psicología del personaje mediante las acciones que realiza, los pensamientos que tiene, los objetivos que quiere alcanzar, y las decisiones que toma. Este nuevo arquetipo de personaje pretende que el propio espectador tenga un claro interés en una introspección hacia el propio personaje. En saber cómo piensa el personaje, de qué manera reflexiona, cómo actúa, qué gestos hace y qué acciones realiza. Se va configurando pues un personaje más reflexivo, más extrovertido, y más individual conformando un nuevo arquetipo de personaje que no se relaciona ni con el héroe, ni con el villano. Un personaje del cual dan ganas de conocer su psicología y sus pensamientos. Por parte del espectador, un individuo del cual querer ponerse en su propia piel.

**Gráfico 8.1: Distribución de la escala laboral de los personajes en las series de The Walking Dead, Game of Thrones y Vikings.**

**Distribución de la escala laboral de los personajes en las series de The Walking Dead, Game of Thrones y Vikings.**



Elaboración propia\*

Este gráfico nº 8.1 presenta información simultánea de dos variables: Serie y Escala Laboral. En el gráfico precedente, podemos ver representado como la mayoría de los personajes presentes en las tres series analizadas tienen cualificación media, obteniendo un 41,18 %, y cualificación superior representada en un 32,25%. Además, también podemos ver como los resultados obtenidos por esta gráfica indican que un 20,58% del total de los personajes de las tres series han obtenido una cualificación inferior.

**Tabla VI: Distribución de las series en función de la escala laboral.**

**Tabla de contingencia Serie \* Escala laboral**

			Escala laboral				Total
			Cualificación superior	Cualificación media	Cualificación inferior	No consta/No deducible	
Serie	The Walking Dead	Recuento	0	7	4	4	15
		% dentro de Serie	0,0%	46,7%	26,7%	26,7%	100,0%
	Vikings	Recuento	5	3	6	0	14

Game of Thrones	% dentro de Serie	35,7%	21,4%	42,9%	0,0%	100,0%
	Recuento	17	18	4	0	39
Total	% dentro de Serie	43,6%	46,2%	10,3%	0,0%	100,0%
	Recuento	22	28	14	4	68
Total	% dentro de Serie	32,4%	41,2%	20,6%	5,9%	100,0%

En la tabla VI, se puede ver como el 43,6% de los personajes de *Game of Thrones* tiene cualificación superior, y también podemos observar que un 35,7 % de los personajes de *Vikings* tienen cualificación superior. Además, los personajes de *The Walking Dead* tienen un 46,7 % de cualificación media. Es por ello que la distribución de la escala laboral está bastante focalizada en las dos cualificaciones citadas: en la alta y la media. En este sentido, se puede deducir que se dejan de lado los personajes con cualificación inferior y se orienta claramente el punto de vista en personajes situados en cualificaciones superiores, en otras palabras, en posiciones de poder.

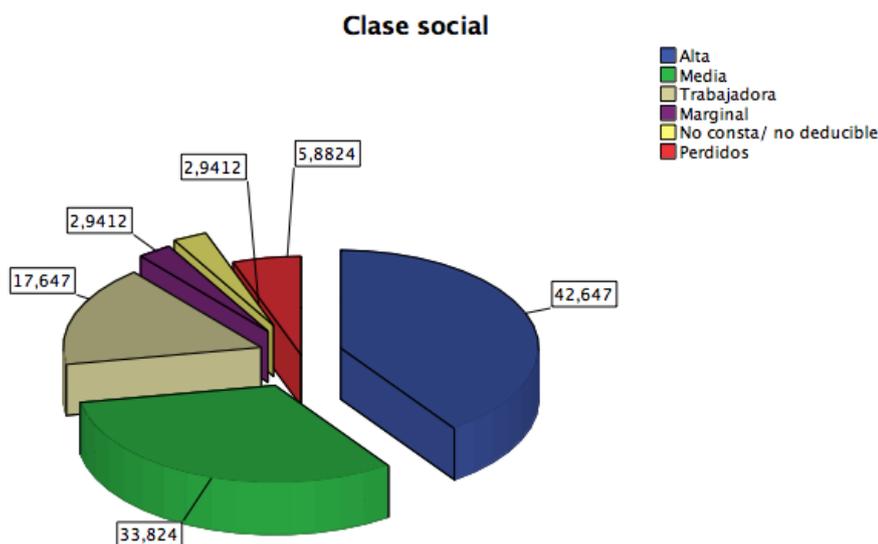
**Tabla VII: Distribución de las clases sociales de los personajes en las tres series.**

**Tabla de contingencia Serie \* Clase social**

		Clase social					Total
		Alta	Media	Trabajador a	Margin al	No consta/ no deducible	
The Walking Dead	Recuento	0	9	4	0	2	15
	% dentro de Serie	0,0%	60,0%	26,7%	0,0%	13,3%	100,0%
Seri e Vikings	Recuento	5	3	6	0	0	14
	% dentro de Serie	35,7%	21,4%	42,9%	0,0%	0,0%	100,0%
Game of Thrones	Recuento	24	11	2	2	0	39
	% dentro de Serie	61,5%	28,2%	5,1%	5,1%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	29	23	12	2	2	68
	% dentro de Serie	42,6%	33,8%	17,6%	2,9%	2,9%	100,0%

Siguiendo en la misma línea, podemos observar en la tabla (ver Tabla VII) precedente que los personajes de las series analizadas están presentes mayoritariamente en dos clases sociales: la clase alta y la clase media. De hecho, las tres series se reparten las tres clases sociales. En *Game of Thrones*, podemos observar como la clase que predomina es la clase alta, obteniendo un 61,5 % de sus personajes. Con esta estructura, podemos ver como la clase media es la que está más presente en *The Walking Dead*, obteniendo unos resultados del 60,0% de sus personajes formando parte de la clase media. Añadir que la clase trabajadora está presente en un 42,9 % en la serie *Vikings*, representando pues que este colectivo es el más frecuente en dicha serie.

**Gráfico 9: Distribución de las clases sociales de los personajes de The Walking Dead, Game of Thrones y Vikings.**

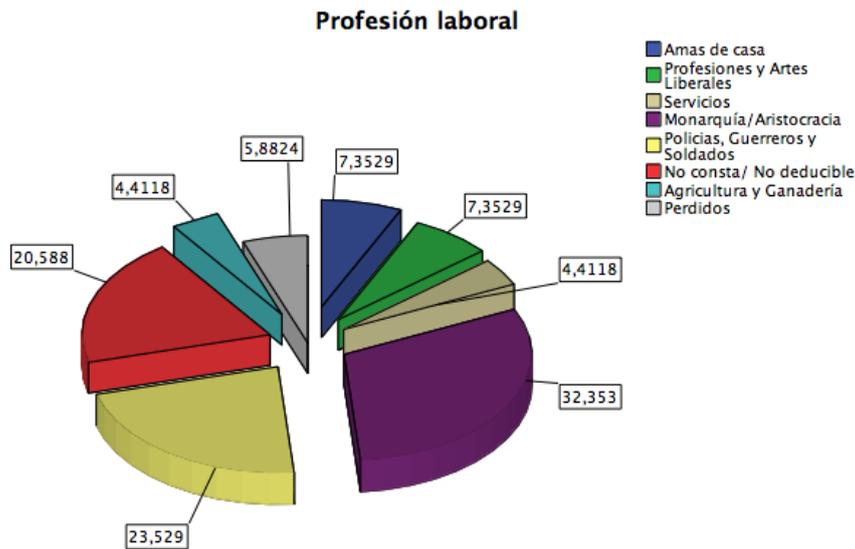


Elaboración propia

De la misma forma, como podemos observar en el gráfico nº 9, se presenta una distribución de las clases sociales bastante evidente, en el sentido en que los personajes que salen en las series están concentrados en las clases sociales altas y medias, dejando a un lado la presencia de clases trabajadoras o marginales. Así pues, los personajes pertenecientes a las clases altas forman un 42,65 % de la muestra total de los personajes analizados y los personajes pertenecientes a la clase media representan un 33,82 %.

Aquí pues, se interpreta que los personajes presentados mayoritariamente en estas series son individuos con posiciones de poder, variando entre las clases sociales altas y medias. Que pretenden, como hemos visto anteriormente con la variable *objetivos y metas*, mantenerse con el poder en la jerarquía social y profesional de la sociedad.

**Gráfico 10: Distribución de las profesiones laborales de los personajes en la series de The Walking Dead, Game of Thrones y Vikings.**



Elaboración propia\*

En el gráfico 10 precedente, podemos observar la distribución de profesiones en las tres series analizadas en porcentajes. De esta manera, en el conjunto de la series, la profesión que se destaca son las profesiones relacionadas con la “Monarquía y la Aristocracia” obteniendo un 32,35 % de toda la muestra teórica recogida. En segundo lugar, la profesión que destaca más con un 25, 53 % es el oficio de “Policías, Guerreros y Soldados”.

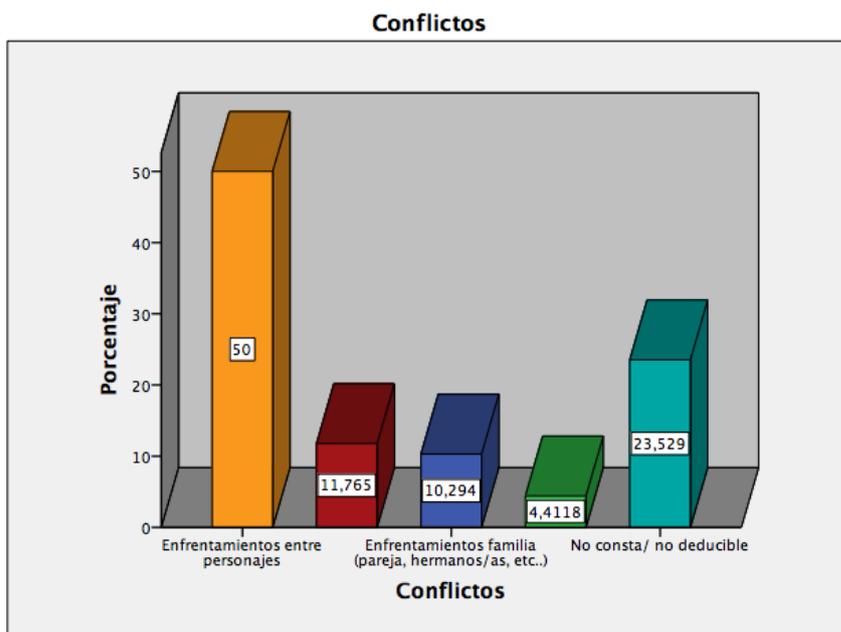
Como elemento puramente descriptivo, podemos decir que la distribución de la diversidad de las profesiones brilla por su ausencia. Fundamentando así una casi hegemonía de los personajes determinados entre las posiciones de poder y jerárquicas, es decir las profesiones relacionadas con la monarquía y la aristocracia, y las profesiones violentas, directamente relacionadas con las funciones de policías, guerreros y soldados. La suma de ambas categorías socio-profesionales presenta casi un 58 % de las profesiones laborales de toda la muestra teórica con los personajes de las tres series.

**Tabla VIII: Distribución de los conflictos y enfrentamientos de las tres series analizadas.**

**Tabla de contingencia Serie \* Conflictos**

		Conflictos					Total
		Enfrentamientos entre personajes	Enfrentamientos padres e hijos	Enfrentamientos familia (pareja, hermanos/as, etc..)	Enfrentamientos por intereses	No consta/ no deducible	
The Walking Dead	Recuento	11	3	0	0	1	15
	% dentro de Serie	73,3%	20,0%	0,0%	0,0%	6,7%	100,0%
	Recuento	4	2	1	0	7	14
Vikings	% dentro de Serie	28,6%	14,3%	7,1%	0,0%	50,0%	100,0%
	Recuento	19	3	6	3	8	39
Game of Thrones	% dentro de Serie	48,7%	7,7%	15,4%	7,7%	20,5%	100,0%
	Recuento	34	8	7	3	16	68
Total	% dentro de Serie	50,0%	11,8%	10,3%	4,4%	23,5%	100,0%

**Gráfico 11: Comparación de los conflictos y enfrentamientos en las tres series analizadas.**



La tabla VIII y el gráfico 11 anteriores nos explican que la mayoría de enfrentamientos que se producen en los nueve capítulos de las tres series, surgen entre personajes. Focalizando así el núcleo de los conflictos, los cuales surgen de enfrentamientos cara a cara entre personajes.

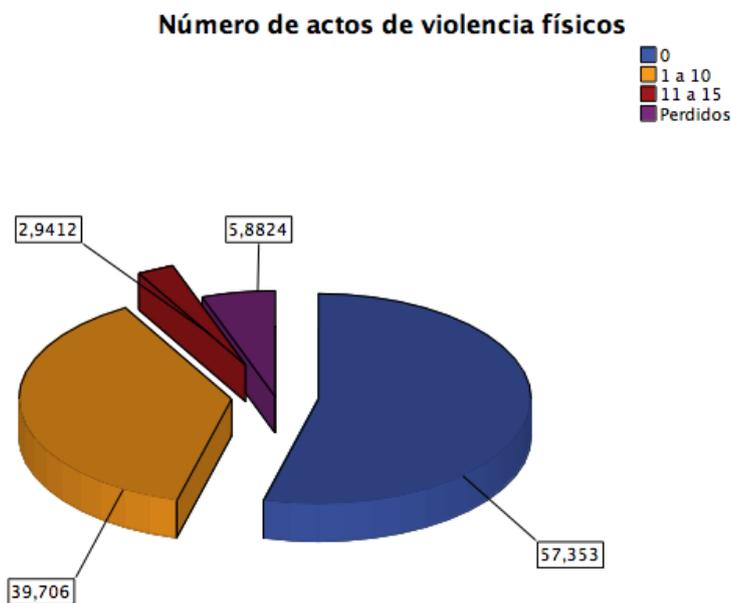
**Tabla IX: Distribución del número de actos violentos en función de la serie analizada.**

**Tabla de contingencia Serie \* Número de actos de violencia físicos**

		Número de actos de violencia físicos			Total
		0	1 a 10	11 a 15	
The Walking Dead	Recuento	6	9	0	15
	% dentro de Serie	40,0%	60,0%	0,0%	100,0%
Serie Vikings	Recuento	10	2	2	14
	% dentro de Serie	71,4%	14,3%	14,3%	100,0%
Game of Thrones	Recuento	23	16	0	39
	% dentro de Serie	59,0%	41,0%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	39	27	2	68
	% dentro de Serie	57,4%	39,7%	2,9%	100,0%

Como podemos ver en la tabla adjunta (ver Tabla IX) y el gráfico 12, durante los 9 capítulos analizados de la primera temporada de cada una de las series, la serie que obtiene más porcentaje de violencia es *The Walking Dead* con un 60 % de sus personajes que realizan entre 1 y 10 actos de violencia física. Seguido por *Game of Thrones*, el cual obtiene un 42 % de sus personajes que realizan entre 1 y 10 actos de violencia física. A la cola, encontramos a *Vikings*, la serie que de las tres tiene menos actos de violencia obteniendo un 71,4 % de sus personajes, los cuales no realizan ningún acto de violencia.

**Gráfico 12: Distribución del número de actos de violencia físicos en el conjunto de las series de The Walking Dead, Game of Thrones y Vikings.**



Elaboración propia\*

Como podemos observar cuantitativamente en el gráfico 12, el 57,35 % de los personajes surgidos de las tres series analizadas no realizan ningún acto de violencia física. Sin embargo, encontramos que existe una presencia mínima en cuanto a este tipo de violencia, ya que encontramos que el 39,7 % de los personajes que realiza entre 1 y 10 actos de violencia físicos a lo largo de los nueve capítulos analizados. Sumándole a esto, los datos del gráfico 12, nos muestran como un pequeño porcentaje, concretamente el 2,9 % de los personajes realiza entre 11 y 15 actos de violencia. Por tanto, cuantitativamente y representativamente hablando, estas series se presentan como violentas desde un principio, sin embargo, en cuanto a estadística no lo son significativamente.

**Tabla XII: Distribución del número de actos de violencia físicos en función del sexo al que pertenecen los personajes de las tres series analizadas.**

**Tabla de contingencia Sexo \* Número de actos de violencia físicos**

	Número de actos de violencia físicos			Total
	0	1 a 10	11 a 15	

Sexo	Hombre	Recuento	27	23	2	52
		% dentro de Sexo	51,9%	44,2%	3,8%	100,0%
	Mujer	Recuento	12	4	0	16
		% dentro de Sexo	75,0%	25,0%	0,0%	100,0%
Total	Recuento		39	27	2	68
	% dentro de Sexo		57,4%	39,7%	2,9%	100,0%

Según la tabla precedente (ver Tabla XII), durante la primera temporada y los capítulos analizados de cada una de las series, podemos observar que la presencia de 1 a 10 actos de violencia se asocia con un 44,2 % de los hombres, mientras que la mujer está en un 25%. Los hombres se distribuyen equitativamente los actos violentos y los actos no violentos, obteniendo respectivamente 48% (sumando 44,2 % + 3,8%) y 51,9 %. De esta manera, de los dos sexos, los hombres siguen siendo los que recurren más a la violencia, teniendo en cuenta que 25 de 52 personajes entablan antes actos de violencia que no las mujeres. Aun así, se puede decir que en general, existe una ausencia de actos violentos por parte de la mayoría de los personajes obteniendo un 57,4 %.

**Tabla XIII: Distribución del número de actos violentos físicos en función de las profesiones y categorías socio-profesionales de los personajes de las series de The Walking Dead, Game of Thrones y Vikings.**

**Tabla de contingencia Profesión laboral \* Número de actos de violencia físicos**

			Número de actos de violencia físicos			Total
			0	1 a 10	11 a 15	
Profesión laboral	Amas de casa	Recuento	3	2	0	5
		% dentro de Profesión laboral	60,0%	40,0%	0,0%	100,0 %
	Profesiones y Artes Liberales	Recuento	5	0	0	5
		% dentro de Profesión laboral	100,0%	0,0%	0,0%	100,0 %
	Servicios	Recuento	1	1	1	3
		% dentro de Profesión laboral	33,3%	33,3%	33,3%	100,0 %
	Monarquía/Aristoc	Recuento	17	5	0	22

racia	% dentro de Profesión laboral	77,3%	22,7%	0,0%	100,0%
Policías, Guerreros y Soldados	Recuento	5	11	0	16
	% dentro de Profesión laboral	31,2%	68,8%	0,0%	100,0%
No consta/ No deducible	Recuento	6	7	1	14
	% dentro de Profesión laboral	42,9%	50,0%	7,1%	100,0%
Agricultura y Ganadería	Recuento	2	1	0	3
	% dentro de Profesión laboral	66,7%	33,3%	0,0%	100,0%
Total	Recuento	39	27	2	68
	% dentro de Profesión laboral	57,4%	39,7%	2,9%	100,0%

En la tabla anterior (ver Tabla XIII), podemos observar como se desglosa la distribución del número de actos violentos en función de cada una de las profesiones de los personajes. La profesión de los personajes que se asocia más con los actos violentos es la profesión de “Policías, Guerreros y Soldados” los cuales obtienen un 68,8% al menos de algún acto de violencia (es decir entre uno y 10 actos de violencia a lo largo de los capítulos analizados).

En efecto, aquí se ratifica el estereotipo de hombre tradicional. Es decir, los individuos pertenecientes a la categoría profesional de “Policías, Guerreros y Soldados” son más violentos que los pertenecientes a las demás profesiones. Este resultado se asocia directamente con la masculinidad tradicional.

Aun así, interpretando los resultados de forma cualitativa podemos decir que a lo largo de los capítulos se ha presentado una violencia contundente en las series y sus personajes. La violencia presente en estas tres series no reside en cuantas veces se haya realizado un acto de violencia físico, sino en la efectividad de ese acto. Por lo tanto, en que ese acto se convierta en una muerte de un personaje, de un animal, en definitiva de un ser vivo o no vivo (en el caso de *The Walking Dead*). No es una violencia extrema en cuanto a la frecuencia de actos físicos, como bien nos apunta la siguiente cifra: “el 57,35 % de los personajes de las tres series no realizan ningún acto de violencia física”. En cierto modo, aquí hay que apuntar que la violencia presentada en estas series es efectiva. En

otras palabras, los actos de violencia que se realizan por pocos que sean acaban con la muerte de otros personajes. Es un tipo de violencia efectiva, que en cuanto a números no se puede decir que haya mucha violencia, sin embargo dichos actos de violencia que acaban en muerte son muy numerosos. De esta forma, la violencia física presente en estas series puede repercutir eficazmente en muertes.

En los resultados anteriores, hemos interpretado como se está generando un nuevo arquetipo de personaje envuelto por una nueva psicología interna fundamentada por la reflexión, por la personalidad extrovertida, por la individualidad, por la toma de decisiones, por los objetivos y por las acciones.

En definitiva, interpretando los datos obtenidos a través de las variables *Escala laboral*, *clases sociales*, *Profesiones laborales*, *Conflictos* y *Números de actos de violencia física* podemos decir que se va configurando cada vez más un estereotipo de personaje inusual en los contenidos audiovisuales seriales del siglo XX y que empieza a surgir más frecuentemente en el siglo XXI. Un estereotipo definido tanto por valores positivos como negativos: un anti-héroe, definido ni por ser un héroe ni un villano.

Con todo este conjunto de datos recogidos del análisis se puede interpretar que a lo largo de las tres series, este estereotipo de personaje colocado en posiciones de poder y portador de violencia, es un arquetipo que se presenta como creencia consensuada. Según los datos analizados, la posición de poder y la violencia son unas características compartidas por la mayoría de los personajes. Configurando un nuevo tipo de estereotipo, un estereotipo definido por las posiciones de poder y por la violencia concebido como natural en la serie. Esta imagen del personaje se va adentrando en la concepción del espectador, de tal manera que llega un punto en el que este estereotipo lo utilizamos sin pensar y lo concebimos como normal. Atribuyendo la violencia y la posición de poder sean unos valores acordes con el propio personaje. De la misma forma, se atribuye la violencia como un recurso positivo para la propia defensa de los lazos primarios y secundarios del personaje, es decir como pretexto de la defensa de la propia familia y de grupos de amigos de los personajes. Sin embargo, en realidad, las acciones violentas y el abuso de poder son considerados tradicionalmente como valores negativos. Se justifica así un acto violento como acto positivo, considerado tradicionalmente como negativo, atribuido a un contexto sensible para el personaje. En cierta manera, se plantea y transmite un estereotipo de personaje violento con poder,

considerado como habitual y normal en cualquier contexto. Una representación que nace mediante una simplificación útil de pensamiento, haciendo que lo interioricemos inconscientemente como normal. Evitando así que nos haga pensar críticamente sobre los propios valores reales del personaje que se está creando.

El nuevo arquetipo de personaje se entreteteje en las posiciones jerárquicas altas y medias. Sin dejar de lado la utilización del tipo de violencia previamente explicitada. De ahí, se puede interpretar que el nuevo arquetipo de personaje es una mezcla sustentada y configurada concomitantemente por la psicología interna del personaje explicada anteriormente, el androcentrismo, la uniformidad cultural, la violencia y el poder. Un estereotipo que obtiene valores tanto positivos como negativos en su forma de ser, dibujando un nuevo tipo de estereotipo “gris” jamás visto en la historia de las series de televisión, un anti-héroe que no se define ni como héroe ni como villano. Un personaje con tanto valores positivos (reflexivo, extrovertido, etc) como negativos (uso de la violencia, abuso de poder, etc).

**Los estereotipos tradicionales siguen vigentes en las series estadounidenses por cable con más audiencia.**

Una vez vista la configuración de un nuevo arquetipo/estereotipo de personajes través de ciertos valores. Ahora, nos focalizaremos en el análisis de estereotipos tradicionales vigentes en estas series.

En cuanto a la Tabla X, observamos que se presenta una distribución del aspecto físico de los 68 personajes analizados. Como bien hemos apuntado en la metodología, hemos determinado las categorías de “Atractivo – Muy Atractivo”; “Normal” y “Poco atractivo” cuando la propios personajes definen a otros personajes como atractivos, muy atractivos, normales o poco atractivos.

**Tabla XIV: Distribución del aspecto físico de los personajes en función del sexo al que pertenecen.**

**Tabla de contingencia Sexo \* Aspecto Físico**

		Aspecto Físico				Total
		Atractivo- Muy atractivo	Normal	Poco atractivo	No consta/ No deducible	
Sexo	Hombre	Recuento 22	13	9	8	52
	% dentro de Sexo	42,3%	25,0%	17,3%	15,4%	100,0 %
Sexo	Mujer	Recuento 12	2	1	1	16
	% dentro de Sexo	75,0%	12,5%	6,2%	6,2%	100,0 %
Total	Recuento	34	15	10	9	68
	% dentro de Sexo	50,0%	22,1%	14,7%	13,2%	100,0 %

Así pues, como podemos observar en la tabla previamente, el aspecto físico está directamente asociado con el sexo. En la muestra de las tres series, encontramos que de todas las mujeres presentes en las series, un 75 % está asociado con la categoría de “Atractivo – Muy Atractivo”. Lo cual nos confirma que, hoy en día, las series siguen estereotipando a la mujer como una persona que debe ser atractiva, guapa y bonita. Como bien apunta Bermúdez, “*las mujeres suelen representar poco más que la belleza y la seducción*”. Según este autor, “*el estereotipo de la mujer pura, bella e inocente es*

*bastante tradicional, y durante mucho tiempo ha sido dominante en el cine”* (Bermúdez, año, p.124). En efecto, aquí podemos ver que sigue predominando este estereotipo de mujer tradicional.

En efecto, la muestra empírica verifica que un 75 % de las mujeres de estas series son consideradas como atractivas - muy atractivas. De esta forma, incluso presentándose como tres series novedosas del siglo XXI, se observa que sigue predominando el estereotipo de mujer tradicional como un individuo directamente asociado al aspecto físico y a la belleza. Durante los 9 capítulos analizados, se observa como *“el estereotipo de mujer se define por su funcionalidad en la capacidad misma de interactuar de forma directa e indirecta en las relaciones sexuales heterosexuales [...] Este estereotipo caracteriza a la mujer en la cual es habitual que su atuendo sea escaso y se corresponda con ropas escotada y ligeras que redefinan la figura femenina.”* (Cobo Durán, 2011: 593).

En efecto, con el análisis de estos nueve capítulos, nos encontramos con que siguen predominando los valores tradicionales en los que el estereotipo de la mujer objeto-tradicional no deja de ser una representación sumisa condenada a la lujuria y al hedonismo masculino.

**Tabla XV: Distribución de los roles de los personajes principales en función del sexo al que pertenecen.**

**Tabla de contingencia Sexo \* Principal o Secundario**

			Principal o Secundario		Total
			Principal	Secundario	
Sexo	Hombre	Recuento	25	27	52
		% dentro de Sexo	48,1%	51,9%	100,0%
	Mujer	Recuento	11	5	16
		% dentro de Sexo	68,8%	31,2%	100,0%
Total		Recuento	36	32	68
		% dentro de Sexo	52,9%	47,1%	100,0%

En esta tabla (ver Tabla XV), podemos observar como se distribuye la importancia de los roles principales y secundarios en función del sexo. Según las estadísticas extraídas de nuestro análisis, se le da cada vez más importancia al papel de la mujer como

personaje principal. A lo largo de los nueve capítulos analizados, obtenemos un 68,8 % de las mujeres presentes como personajes principales. Así pues, en este sentido, cada vez más se le da más importancia al rol de la mujer en las series.

Sin embargo, relacionándolo con los resultados previamente obtenidos, la mujer presente en estas tres series es la del estereotipo de mujer objeto, una mujer tradicional relacionada directamente con el culto a la belleza, a la sexualidad y al aspecto físico. En otras palabras, aumenta la presencia de la mujer como personaje principal pero mediante el estereotipo de mujer objeto. Es decir, se engaña al espectador pensando que las mujeres están cada vez más presentes en los roles principales de las series, pero mostrando un imagen que corresponde con la representación sumisa de la mujer, condenada a la lujuria y al hedonismo masculino.

## 6. CONCLUSIONES

En la elección de las series se ha optado por escoger una ficción con características comunes: siendo series de ficción, con temas similares, en un contexto de fantasía y con grandes cotas de audiencia. Aunque el muestrario de series durante el periodo 2010-2015 es muy amplio, se han seleccionado estas tres porque representan una muestra significativa importante en cuanto a cotas de audiencia y rasgos comunes.

A lo largo del siglo XXI, se presenta una nueva forma de ficción audiovisual, un nuevo contexto narrativo, y un nuevo perfil de personaje, observado en las series analizadas *The Walking Dead*, *Juego de Tronos* y *Vikings* que entreteje nuevas características en los personajes de ficción. A pesar de presentarse desde un principio como series novedosas del siglo XXI, no ha sido el caso, puesto que el nuevo perfil de los personajes de las series presentan valores tradicionales: como el androcentrismo, la uniformidad cultural, la violencia, la imagen sometida de la mujer, entre otros muchos elementos. Fomentando así un retroceso en cuanto a los valores liberales y democráticos de nuestra sociedad actual contemporánea. Todo esto se conforma la narración ficcional de estas series, configurando un nuevo tipo de ficción audiovisual.

*The Walking Dead*, *Game of Thrones* y *Vikings* presentan un nuevo tipo de estereotipo de personajes del siglo XXI. Presentado en gran medida por una tendencia hacia la comprensión e introspección de su psicología interna y la fomentación de los valores tradicionales como el androcentrismo o la uniformidad cultural. Respecto a esto último, no existe una tendencia hacia la uniformidad cultural en los contenidos audiovisuales de las tres series, dado que está presente el papel predominante de las culturas europeas y estadounidenses, dejando de lado las demás culturas como la asiática, africana, etc... En efecto, se va configurando un personaje más reflexivo, extrovertido e individual, del cual conocemos su psicología interna. En especial, hacia el uso de la violencia, hacia la proliferación de las posiciones de poder, hacia el androcentrismo (focalización del punto de vista masculino), otorgando al hombre una posición central en los contenidos audiovisuales de las series de ficción analizadas.

Estas tres series pertenecen de lleno a una era dónde proliferan unos contenidos en los que surge un estereotipo de personaje fundamentado por ser un individuo reflexivo, extrovertido, individual, androcéntrico, violento y con ansias de poder. Un estereotipo

de personaje del cual dan ganas de conocer su psicología interna, aun así fundamentado por valores tradicionales. Los guionistas y productores han fijado y construido un arquetipo, el cual el espectador quiere conocer desde dentro, haciendo una introspección en el personaje. En otras palabras, el espectador tiene una empatía propia hacia el personaje. Quiriendo conocer la manera de pensar del personaje, como actúa, que gestos hace, que decisiones toma, de que manera reacciona, queriéndolo saber todo sobre la interioridad del personaje. Haciendo así creer al propio espectador que es un personaje de la serie; como en un videojuego en el cual tu eres el propio protagonista de la historia.

Constatamos que los factores de *violencia* y *poder* son los dos puntos clave determinantes del espectador para querer entender la psicología interna del personaje. De hecho, el uso de la violencia en estas series radica en la defensa de la familia, de los grupos de interés, etc... Atribuyendo así la violencia como una acción positiva con el pretexto de defensa de la propia familia y de grupos de amigos. Así pues el perfil definido es una mezcla entre valores positivos y negativos, un perfil de personaje alejado de ser únicamente el héroe o el villano, sino que se configura un personaje “gris”, ni bueno ni malo, ambos a la vez.

El interés central en la creación de este nuevo tipo de arquetipo radica donde los personajes cuentan sus vivencias y experiencias, mediante estos dos factores clave de violencia y poder, que hacen desaparecer los límites entre la realidad y la ficción. Convirtiendo al propio espectador en un personaje más de la trama serial, sintiéndose participe de la acción acaecida por el personaje.

En el siglo XXI, la planificación de los personajes necesita de un fino ajuste en cuanto al fomento de los valores democrático-liberales. Se crea pues un proceso de naturalización en el personaje, y por lo tanto en el espectador, viendo que los factores tradicionales como los de violencia y de poder son inherentes al propio personaje, haciendo creer así de forma natural al espectador como la *violencia* y el *abuso de poder* son elementos normales, típicos y naturales al hombre. Una representación que nace mediante una simplificación útil de pensamiento, haciendo que interioricemos el uso de la violencia y el uso del poder como algo inconscientemente normal. Evitando así que nos haga pensar críticamente sobre los propios valores del personaje que se están creando, los cuales son considerados como tradicionales.

## 7. Bibliografía

- ANDER EGG, Ezequiel (1987) *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires, Editorial Humanitats.
- BELMONTE, J. ; GUILLAMÓN, (2005) “Televisión, educación y construcción de identidad de los telespectadores” *Comunicar: Revista científica Iberoamericana de comunicación y educación*, ISSN 1134-3478, n° 25, 2, 2005.
- CASCAJOSA, Concepción C. (2005) “Por un drama de calidad en televisión : la segunda edad dorada de la televisión norteamericana.” *Comunicar: Revista científica Iberoamericana de comunicación y educación*, ISSN 1134-3478, n° 25, 2, 2005.
- COBO DURÁN, Sergio. (2011) “Uso de los roles en la construcción de personajes: desde la Nueva Masculinidad a los estereotipos de género de Misfits” en *Previously On. Estudios Interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión*. Noviembre 2011, Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- GALÁN FAJARDO, Elena. (2007) *Fundamentos básicos en la construcción del personaje para medios audiovisuales*. Universidad Carlos III de Madrid, Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación, *Revista CES Felipe II*. ISSN 1695-8593, n°7, 2007.
- GALÁN, Elena y DEL PINO, Cristina (2010): “Jóvenes, ficción televisiva y nuevas tecnologías”. *Área Abierta*, no 25. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense, pp. 1-17.
- GALÁN, Elena. (2006) “Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva.” *ECO-PÓS- v.9, n.1*, enero-julio 2006, pp.58-81
- GÓMEZ ALONSO, Rafael, (2008) “Aportaciones teóricas en los relatos televisivos : el caso de Lost”, Universidad Rey Juan Carlos, revista del CES Felipe II. ISSN-e 1695-8542, n°8, 2008: 1-9.
- GRANDÍO, María del Mar. (2011) “Riesgo y trauma en la ficción televisiva estadounidense post 11-S: el caso de *Heroes*. Vol. 16 –Núm 31. ISSN: 1137-1102, pp.51-67, 2011.

- GUTIÉRREZ DELGADO, Ruth (2012). “El protagonista y el héroe: definición y análisis poético de la acción dramática y de la cualidad de lo heroico”. *En : Ámbitos*, nº 21-A: 43-62
- HERNÁNDEZ, Paula (2013), “Webseries para la convergencia”. En: Vilches, Lorenzo (coord.) *Convergencia y transmedialidad. La ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica*. Barcelona, Editorial Gedisa: 93-112. (corregido profe)
- JENKINS, Henry (2006) “Convergence Culture. Where Old and New Media Collide”: New York University Press.
- LACALLE, Charo. *La Ficción Interactiva: Televisión y Web 2.0*. Revista Ámbitos, (2011) nº20, pp.87-107.
- LIPPMAN, W. (1922). *La opinión pública*, Madrid: Editorial Langre.
- LÓPEZ RODRÍGUEZ, F. J.; (2014) ”Juego de tronos. En la nueva era dorada del drama televisivo, o ganas o mueres.” *Frame*, n ° 10, Julio 2014 pp. 144- 149, ISSN 1988-3536.
- MARTINEZ LUCENA, Jorge, (2012) “Infectados: la representación de lo humano en The Walking Dead” en IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IVCILCS- Universidad de la Laguna, diciembre 2012, pp. 1 – 23. ISBN – 13: 978-84-14698-06-7.
- MEDRANO SAMANIEGO, C, CORTES PASCUAL, P. PALACIOS NAVARRO, S. (2007) “La televisión y el desarrollo de valores.” *Revista de educación*, 342. Enero-abril 2007, pp. 307-328
- MAYOR MAYOR, Francesc, (2014), *Transmedia Storytelling desde la ficción televisiva serial española: El caso de Antena 3*. CIC Cuadernos de Información y Comunicación 2014, vol. 19, 69-85. ISSN: 1135-7991.
- MORALES MORANTE, Fernando; HERNÁNDEZ Paula (2012). *La Webserie: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en red*. *Revista Comunicación*, nº 10, Vol 1, año 2012, pp. 140-149. ISSN. 1989-600X
- PADILLA CASTILLO, Graciela (2013): “Nuevas líneas de investigación sobre ficción televisiva en ciencias de la Comunicación: Internet y redes sociales”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 19. Núm. especial abril, págs.: 897-904. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- SANTORO, E. (1977). *Consideraciones generales sobre la investigación de*

- estereotipos*, Revista de Comunicación, 12, Caracas.
- SEGER, L. (1990). *Cómo crear personajes inolvidables. Guía práctica para el desarrollo de personajes en cine, televisión, publicidad, novelas y narraciones cortas*, Barcelona: Editorial Paidós.
  - SIMELIO, Nuria, (2010) “La representación de las relaciones sociales en las series de ficción digitales creadas específicamente para Internet. La televisión como contribución a la alfabetización digital.” Congreso de Comunicación y Educación, Universidad de Sevilla.
  - SIMELIO SOLÀ, Nuria, RUIZ MUÑOZ, María Jesús, (2013), “Redes sociales y fanfiction” En: Vilches, Lorenzo (coord.) *Convergencia y transmedialidad. La ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica*. Barcelona, Editorial Gedisa: 67-82.
  - TOUS ROVIROSA, A. (2010): *La era del drama en televisión. Perdidos, CSI: Las Vegas, El ala oeste de la Casa Blanca, Mujeres desesperadas y House*, UOC Press, Barcelona.
  - TOUS ROVIROSA, A. (2009): “Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses”, *Comunicar. Revista Científica de Educomunicación*, 33. pàg. 175-183
  - TOUS ROVIROSA, Anna. “Temas y tramas de la narrativa serializada de los Estados Unidos.” Observatorio de la Producción Audiovisual. [http://www.upf.edu/depeca/opa/informe12\\_esp.pdf](http://www.upf.edu/depeca/opa/informe12_esp.pdf)
  - TOUS ROVIROSA, A. MESO, K; SIMELIO, N; (2013) “La imagen de la mujer en series de televisión españolas. Análisis de los casos vasco y catalán.” ISSN 0214-0039 © 2013 Communication & Society/Comunicación y Sociedad, 26, 3 (2013) 67-97
  - VELARDE, Olivia. Los arquetipos de los MCM: Héroes y antihéroes de los niños.
  - VELÁZQUEZ, Teresa (2010). ”Société multiculturelle et construction de l’image de l’autre. Le rol de moyens de communication”. Wulf, Christoph, Poulain, Jacques y Triki, Fathi (eds.) *Violence, religion, et dialogue interculturel. Perspectives euro-méditerranéennes*. Paris, L'Harmattan: 207- 234.

- VILCHES, Lorenzo (coord.), DEL RIO, O. SIMELIO, N, SOLER, P, VELAZQUEZ, T. (2011), *La investigación en comunicación. Métodos y Técnicas en la era digital*. Gedisa Editorial.