

REVISTA PRISMA SOCIAL N° 49

USOS DEL METAVERSO PARA LA COMUNICACIÓN

2º TRIMESTRE, ABRIL 2025 | SECCIÓN ABIERTA | PP. 303-324

RECIBIDO: 14/10/2024 – ACEPTADO: 18/4/2025

LA REPRESENTACIÓN DE LA DIVERSIDAD EN LAS SERIES DE TELEVISIÓN CONTEMPORÁNEAS: PERCEPCIONES SOCIALES ANTE UN CONTEXTO INDUSTRIAL EN TRANSFORMACIÓN

THE REPRESENTATION OF DIVERSITY IN CONTEMPORARY TELEVISION SERIES: SOCIAL PERCEPTIONS IN A CHANGING INDUSTRIAL CONTEXT

SANTIAGO LOMAS MARTÍNEZ / SLOMAS@USAL.ES
UNIVERSIDAD DE SALAMANCA, USAL, ESPAÑA

TERESA MARTÍN GARCÍA / TERESAM@USAL.ES
UNIVERSIDAD DE SALAMANCA, USAL, ESPAÑA

MARÍA MARCOS RAMOS / MARIAMARCOS@USAL.ES
UNIVERSIDAD DE SALAMANCA, USAL, ESPAÑA

BEATRIZ GONZÁLEZ DE GARAY DOMÍNGUEZ / BGONZALEZGARAY@USAL.ES
UNIVERSIDAD DE SALAMANCA, USAL, ESPAÑA

ESTA INVESTIGACIÓN ESTÁ VINCULADA AL PROYECTO I+D+I «REPRESENTACIÓN LGBTIQ+ EN LA FICCIÓN SERIADA ESPAÑOLA Y EFICACIA EN LA REDUCCIÓN DE PREJUICIOS POR ORIENTACIÓN SEXUAL E IDENTIDAD DE GÉNERO» (LGBTIQ+ PANTALLAS/ LGBTIQ+ SCREENS - PID2019-110351RB-I00), FINANCIADO POR EL MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN.



prisma
social
revista
de ciencias
sociales

RESUMEN

El artículo investiga las percepciones de la sociedad española sobre la representación de la diversidad en las series de televisión nacionales en un contexto de grandes transformaciones, tanto sociales (movimientos como el feminismo o el activismo LGTB+ reclaman mejoras en las representaciones mediáticas) como industriales (la aparición de plataformas de video bajo demanda ha cambiado las formas de producción, distribución y recepción de contenidos audiovisuales). Basándose en antecedentes teóricos y analíticos sobre la representación de la diversidad y sobre cómo las nuevas plataformas la están incrementando, el artículo pone el foco en cuatro colectivos sociales: mujeres, personas LGTB+, migrantes o de origen extranjero y mayores de 65 años. Como metodología principal, se utiliza la encuesta, empleando escalas Likert para medir grados de acuerdo con afirmaciones relacionadas y texto abierto para preguntar ejemplos de buenas y malas representaciones de cada colectivo. Entre los resultados, cabe destacar que se percibe mejora en las representaciones de mujeres y falta de consciencia sobre mayores y extranjeros; las representaciones LGTB+ generan más rechazo. Como ejemplos, predominan títulos comerciales, sobre todo de cadenas generalistas y Netflix, con frecuente polarización en casos de comedias. También falta reflexión sobre qué es una buena o mala imagen.

PALABRAS CLAVE

Series de televisión; recepción; percepciones; plataformas VOD; diversidad

ABSTRACT

The article researches the perceptions of Spanish society on the representation of diversity in national television series in a context of major transformations, both social (movements such as feminism or LGBT+ activism are demanding improvements in media representations) and industrial (the emergence of *video-on-demand* platforms has changed the forms of production, distribution and reception of audiovisual content). Based on theoretical and analytical background on the representation of diversity and how new platforms are increasing it, the article focuses on four social groups: women, LGBT+ people, migrants or people of foreign origin and people over 65 years old. A survey is used as the main methodology, employing Likert scales to measure degrees of agreement with related statements and open text to ask for examples of good and bad representations of each group. Among the results, it is worth noting that there is a perceived improvement in the representations of women and a lack of awareness of the elderly and foreigners; LGBT+ representations generate more rejection. As examples, *mainstream* titles predominate, especially from generalist channels and Netflix, with frequent polarization in cases of comedies. There is also a lack of reflection on what constitutes a good or bad image.

KEYWORDS

Television series; reception; perceptions; VOD platforms; diversity.

1. INTRODUCCIÓN

Durante los últimos años se está produciendo una creciente concienciación social acerca de la relevancia de las representaciones sociales en los medios de comunicación y de la importancia de que haya diversidad de imágenes en ellas. En particular, movimientos sociales como el feminismo o el activismo LGTB+ están siendo particularmente activos en crear conciencia al respecto, pues las imágenes disponibles en un contexto histórico sobre un colectivo determinado ofrecen un repertorio de posibilidades para ser e imaginar (o imaginarse) de enorme influencia en las personas que conviven en una sociedad, pertenezcan o no a tal colectivo. En paralelo, la televisión ha vivido una revolución industrial con la aparición de nuevas plataformas de video bajo demanda (o VOD, *video-on-demand*), que además de abrir nuevas ventanas para la distribución y el consumo de contenidos audiovisuales, han propiciado cambios en las formas de producirlos (Castro y Cascajosa, 2020). Entre estos, destaca cierta implicación con los debates sobre la necesidad de integrar imágenes diversas y diferentes a las más convencionales, especialmente en las series de televisión, para diferenciarse en un mercado televisivo saturado.

Este artículo investiga las percepciones de la sociedad española ante tales transformaciones representacionales e industriales, claves en la producción contemporánea de series de televisión, centrándose en cuatro colectivos sociales muy relevantes en términos de diversidad frente a modelos narrativos convencionales tendentes al machismo, heterosexismo, etnocentrismo y edadismo: mujeres, personas LGTB+, migrantes o de origen extranjero y mayores de 65 años. Por tanto, el objetivo principal de este estudio es conocer cómo valora la sociedad española la presencia de tales colectivos en las series de televisión en un contexto de debate social acerca de la visibilidad y el tratamiento de ciertas realidades sociales y de grandes transformaciones industriales con la emergencia y consolidación de nuevas plataformas audiovisuales.

1.1. ANTECEDENTES Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

Los estudios sobre diversidad han proliferado en los últimos años, como una temática de creciente importancia social que necesita aún mucha atención desde todos los ámbitos (laboral, educativo, mediático, de políticas públicas o médico-científico). En concreto, los estudios sobre comunicación están desarrollando nuevas líneas de investigación centradas en analizar la representación de la diversidad desde diferentes ópticas, pues la televisión tiene «el poder de crear empatía, conciencia e igualdad en toda la sociedad» (Comer et al., 2014, p. 47). Al respecto, Gerbner y sus colaboradores (1980) fueron pioneros en reflexionar sobre la inclusión e infrarrepresentación de ciertos grupos demográficos en detrimento de otros en la televisión. En sus trabajos, se comprobó que la realidad social que ofrecía la televisión estaba muy sesgada, lo que se definió como una demografía perversa (Roda, 1989). Desde entonces, los académicos han estudiado progresivamente la representación de diversas minorías en la televisión, más recientemente en España (véanse Amigo et al., 2016; Cukier et al., 2019; entre otros).

Para entender ciertas dinámicas de los medios de comunicación, especialmente de la televisión, es necesario referenciar la teoría del cultivo (Gerbner y Gross, 1976; Cohen y Weimann, 2000), que señala cómo los medios reproducen comportamientos e ideas: gran parte del conocimiento que se tiene acerca del mundo y de la sociedad proviene de los medios de comunicación de masas (Luhmann, 2002). Tradicionalmente, los medios de comunicación han cumplido una do-

ble función en cuanto a la representación social, contribuyendo a visibilizar ciertas realidades que de otro modo permanecerían ocultas o menos visibles, y, simultáneamente, convirtiéndose a menudo en cómplices de la representación sesgada, creando o manteniendo estereotipos y prejuicios sobre grupos sociales, frecuentemente minorías, como los inmigrantes (Seiter, 1986; Igartua y Cheng, 2009; Igartua et al., 2011). Desde la investigación en medios de comunicación, se han ido abordando diferentes escenarios de infrarrepresentación, analizando y midiendo las representaciones mediáticas de mujeres (Menéndez, 2008; Collins, 2011), personas LGBT+ (Soto-Sanfiel et al., 2014; Madžarević y Soto-Sanfiel, 2018) o migrantes/racializados (Igartua et al., 2007; Igartua et al., 2011). Entre ellos, muchos análisis se centran en ficciones audiovisuales. En España, durante los últimos años han aumentado los trabajos de investigación sobre representaciones sociales desde diferentes perspectivas, como la identidad sexo-genérica, diferencias de género, inmigración, aspectos raciales o etarios (Galán, 2007; Camacho Platero, 2010; Masanet et al., 2012; Lacalle y Gómez, 2016; entre otros).

La creciente disponibilidad de plataformas de streaming y el aumento de su oferta audiovisual durante los últimos años ha contribuido a que la ficción serializada haya ido adquiriendo mayor relevancia como medio de entretenimiento, situándose por encima de programas de la televisión generalista. Como señala Galán, «las series de ficción, además de servir de entretenimiento, presentan modelos de identificación que son imitados y que tienden a fomentar y a enraizar, aún más, representaciones estereotipadas» (2007, p. 236). De forma similar, Montero Rivero (2005) señala la influencia en la percepción colectiva de la ficción televisiva, que puede forjar las actitudes de toda una generación. La ficción audiovisual, por tanto, influye en la percepción social y del mundo.

Los estudios sobre género y orientación sexual de los últimos años se han centrado, especialmente, en analizar la existencia y transmisión de estereotipos mediante los contenidos audiovisuales. Así, el análisis sobre la representación desde una perspectiva de género en relación con las series televisivas ha evidenciado roles recurrentes y la persistencia de viejos estereotipos patriarcales en la construcción de personajes y de narrativas (Menéndez, 2008; Sangro y Plaza, 2010; García-Muñoz et al., 2012).

En cuanto a orientación sexual, los esfuerzos se han enfocado en medir la presencia o ausencia de personajes LGBT+ y en estudiar cómo es la representación que se hace de los personajes y qué rasgos les caracterizan, con una particular atención a la evolución histórica desde representaciones muy estereotipadas hacia otras más complejas y desarrolladas (García Manso, 2012; González de Garay y Alfeo Álvarez, 2017; Lomas Martínez, 2018; Sánchez Soriano, 2022). Con la entrada en escena de las plataformas de streaming y su amplitud de oferta de contenidos, puede afirmarse que ha aumentado la diversidad sexual en el ámbito audiovisual (González-de-Garay et al., 2023).

Los trabajos de investigación sobre la inmigración en la ficción televisiva han sido escasos; entre ellos, destacan algunos centrados en los medios informativos y en la programación de las principales cadenas televisivas (Igartua et al., 2007, 2009, 2011; Lacalle, 2008). Los estudios sobre ficción han señalado las principales características de la construcción de los personajes y el desarrollo de las historias en las que se introducen, coincidiendo la mayoría en que existe aún una importante infrarrepresentación y que prevalecen muchos sesgos y estereotipos. Por

tanto, falta visibilidad de personajes inmigrantes y pertenecientes a minorías étnicas y que estos tengan más y mejores desarrollos, para contrarrestar las actitudes negativas y estereotipos al respecto que todavía hoy abundan. Algunos estudios, más centrados en ficciones emitidas en plataformas de streaming, evidencian una tendencia al alza en el número de personajes inmigrantes o pertenecientes a minorías étnicas, pero las cifras siguen estando muy lejos del porcentaje real de la población en España (Martín-García et al., 2022).

En cuanto a la edad de los personajes ficcionales, los trabajos académicos existentes también ponen de manifiesto la falta de diversidad al respecto, pues hay una escasísima representación de niños y ancianos frente a jóvenes y adultos jóvenes, lo cual contrasta enormemente con la demografía real española. Además, y según se apunta desde estos estudios, cuando estos tipos de personajes están presentes, normalmente tienen papeles secundarios y frecuentemente estereotipados, basados en un repertorio limitado de roles, como los de abuelos (Guarinos, 2023; Marcos-Ramos et al., 2024).

Los estudios sobre diversidad tienden a centrarse en la representación y visibilidad de identidades específicas y rara vez abordan la cuestión en su conjunto, integrando varios colectivos sociales en un mismo estudio. Tampoco existen apenas estudios que vayan más allá del análisis de las representaciones y profundicen en la percepción de la diversidad. Por ejemplo, en un terreno como el de los estudios LGTB+ cuya bibliografía ha aumentado considerablemente durante los últimos años, la investigación de audiencias –esto es, los estudios de recepción– permanece ampliamente inexplorada (Malici, 2014), salvo algún muy reciente trabajo como el realizado por Villegas Simón et al. (2024) sobre la recepción de audiencias trans de representaciones trans en series televisivas. Asimismo, la mayoría de investigaciones sobre el nuevo escenario audiovisual donde destacan las plataformas se centran en analizar los propios contenidos que ofertan las plataformas (García Leiva, 2020; Agustín y Gómez, 2021) o en el estudio de las posibles diferencias y similitudes con respecto a la televisión generalista (Neira, 2020; Piñón, 2021). Entre los escasos antecedentes sobre recepción, cabe destacar un estudio realizado por Marcos-Ramos et al. (2020), donde, a partir de un análisis de contenido realizado a varias series de televisión españolas de prime time, se creó un índice para medir su diversidad, complementándolo con una encuesta para analizar las percepciones de la población, evidenciando que la diversidad de la ficción audiovisual española es baja y tibia en acuerdos con la corrección de la representaciones de mujeres, personas mayores o población LGTB+.

Teniendo en cuenta tal antecedente, este trabajo de investigación pretende avanzar en el estudio de las percepciones sociales sobre la diversidad de las representaciones de las ficciones audiovisuales españolas, centrándose en cuatro colectivos sociales: mujeres, personas LGTB+, migrantes o personas de otras nacionalidades y mayores de 65 años.

2. DISEÑO Y MÉTODO

Esta investigación estudia cómo valora la sociedad española la representación de varios colectivos sociales (mujeres, personas LGTB+, migrantes y mayores de 65 años) en las series de televisión españolas contemporáneas, en un contexto de grandes transformaciones industriales con la consolidación de las plataformas de vídeo bajo demanda como alternativa a la televisión tradicional, así como de creciente debate social acerca de la visibilidad y el tratamiento de cier-

tas realidades sociales. Esta es, pues, una investigación exploratoria y descriptiva, de carácter cuantitativo, basada en la utilización de la encuesta como metodología principal para conocer qué percepciones existen en la sociedad española sobre tales representaciones sociales en la ficción televisiva contemporánea. También se realiza análisis cualitativo basado en el análisis de discurso sobre algunas respuestas de texto libre que se integran en la encuesta utilizada como instrumento metodológico.

La encuesta se elaboró integrando varias secciones de tal manera que se pudieran analizar diferentes variables. En primer lugar, se realizaron una serie de preguntas sociodemográficas y una serie de afirmaciones sobre percepciones generales relacionadas con la representación de los colectivos objeto de estudio. Los aspectos sociodemográficos que se registraron fueron: género, edad, nivel de estudios, nacionalidad, comunidad autónoma de residencia y orientación sexual. En cuanto a las afirmaciones, estas se correspondían con cinco respuestas medidas con escala Likert de 5 gradientes en las que se preguntaba si el porcentaje de personajes femeninos, no heterosexuales (homosexuales, lesbianas, bisexuales u otras orientaciones), mayores de 65 años, personajes inmigrantes o extranjeros que aparecen en las series de televisión españolas se corresponde con la realidad.

Una vez completadas estas cuestiones se añadieron varios bloques de preguntas en los que se consideraban diversos aspectos específicos relacionados con cada colectivo social y la evolución de sus representaciones en un contexto de pujanza de las nuevas plataformas audiovisuales de pago frente a la tradicional televisión lineal, generalista y en abierto. Tras una pregunta de control para verificar que la población encuestada tenía suscripciones a plataformas audiovisuales de pago («¿Tiene o ha tenido alguna suscripción a plataformas audiovisuales de pago (Netflix, Movistar+, HBO/Max, etc.)?»), se sucedían cuatro bloques de preguntas, sobre mujeres, personas LGTB+, mayores de 65 años e inmigrantes y extranjeros.

Cada bloque se dividía en cinco preguntas. Las tres primeras eran afirmaciones basadas en la escala Likert de cinco puntos antes planteada para medir percepciones específicas relacionadas con cada colectivo. Las dos últimas eran preguntas a las que se podía responder en cajas de texto libre un ejemplo de buena y mala representación del colectivo en cuestión.

El primero de los bloques estaba destinado a analizar el colectivo de las mujeres y en él se preguntaba, entre otras cuestiones, si las series españolas de plataformas de pago (Netflix, Movistar+, HBO/Max, etc.) tienen más personajes femeninos que las generalistas (La 1, Antena 3, Telecinco, etc.) o si en las series actuales con personajes femeninos algunas identidades (sobre todo las mujeres de origen español de entre 18 y 35 años) están más representadas que otras. También se pedía, además, un ejemplo de serie de televisión española con una buena y con una mala representación de personajes femeninos. Estas mismas preguntas se repetían con variaciones específicas en relación con los diferentes colectivos analizados: personas LGTB+, mayores de 65 años e inmigrantes y extranjeros.

3. TRABAJO DE CAMPO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para realizar esta investigación se recurrió a la realización de una encuesta a 453 personas entre el 9 y el 12 de abril de 2024. Para distribuir la encuesta, que obtuvo informe favorable del Comité de Ética de la universidad desde la que se ha enmarcado el estudio, se utilizaron los

servicios de la empresa Qualtrics, en cuya plataforma se realizó el diseño y se estableció que una muestra representativa debía contar con al menos 385 personas. La encuesta se distribuyó a través de la empresa Netquest con una solicitud de 400 participantes limitados por dos condicionantes: residentes en España y con alguna suscripción a plataformas de pago. Se obtuvieron 453 respuestas de la encuesta, de las cuales solo se aceptaron 422 por haber pasado la pregunta de control que verificaba la suscripción a plataformas de pago¹.

A continuación, se ofrecen varias tablas descriptivas sobre la muestra de personas que realizaron la encuesta. En primer lugar, cabe señalar la existencia de bastante equilibrio entre mujeres y hombres, con apenas cuatro encuestados/as de diferencia (Tabla 1).

Tabla 1. Muestra por género

Respuesta	%	Recuento
Mujeres	50,24	212
Hombres	49,29	208
No binarixs	0,47	2

Sin embargo, las franjas de edad más representadas fueron entre 36 y 55 años (Tabla 2).

Tabla 2. Muestra por edad

Respuesta	%	Recuento
Entre 18 y 25 años	11,14	47
Entre 26 y 35 años	15,40	65
Entre 36 a 45 años	22,75	96
Entre 46 a 55 años	19,91	84
Entre 56 a 65 años	15,88	67
Más de 65 años	14,93	63

Más de la mitad de las personas encuestadas acreditaron una alta formación, con estudios superiores (Tabla 3).

Tabla 3. Muestra por nivel de estudios

Respuesta	%	Recuento
Estudios primarios (escuela primaria o menos)	2,37	10
Estudios secundarios	37,20	157
Estudios superiores o universitarios	60,43	255

¹ La encuesta completa y los resultados obtenidos están disponibles en este enlace: https://osf.io/mqcj3/?view_only=1b1d7026ee2f472b8f3d918a99e8b2ad

La gran mayoría de encuestados/as se identificó como «españoles» (Tabla 4).

Tabla 4. Muestra por nacionalidad

Respuesta	%	Recuento
Españoles	96,92	409
No españoles	3,08	13

Las comunidades más representadas fueron aquellas que tienen mayor población: Andalucía, Comunidad de Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana (Tabla 5).

Tabla 5. Muestra por comunidad autónoma

Respuesta	%	Recuento
Andalucía	18,48%	78
Aragón	5,92%	25
Asturias	3,55%	15
Baleares	1,66%	7
Canarias	4,50%	19
Cantabria	1,18%	5
Castilla-La Mancha	4,98%	21
Castilla y León	4,98%	21
Cataluña	13,27%	56
Comunidad Valenciana	11,61%	49
Extremadura	1,90%	8
Galicia	4,50%	19
La Rioja	1,42%	6
Comunidad de Madrid	13,98%	59
Región de Murcia	2,61%	11
Navarra	1,42%	6
País Vasco	4,03%	17
Ceuta	0,00%	0
Melilla	0,00%	0

La gran mayoría de encuestados/as se identificaron como heterosexuales (Tabla 6).

Tabla 6. Muestra por orientación sexual

Respuesta	%	Recuento
Heterosexuales	90,76	383
Bisexuales	4,74	20
Homosexuales	2,61	11
Prefiero no indicarla	1,42	6
Otra	0,47	2

4. RESULTADOS

4.1. PERCEPCIONES GENERALES SOBRE GRUPOS SOCIALES

Se consultó a las personas encuestadas sobre su percepción de si la representación de los personajes que pertenecían a alguna minoría se correspondía o no con la demografía española. Sobre el porcentaje de personajes femeninos en las series de televisión españolas, menos de la mitad de los encuestados/as (45,74%) se muestra algo o totalmente de acuerdo y casi un tercio (32,23%) no se posiciona. En cuanto a los personajes LGTB+, casi la mitad (44,55%) considera que no hay correspondencia con la realidad (aunque, de nuevo, casi un tercio [en este caso, 28,67%] no se posiciona). Acerca de personas mayores de 65 y personajes inmigrantes o extranjeros, en ambos casos se reiteran porcentajes similares, algo más elevados (46,21% y 48,11%, respectivamente), que evidencian la percepción de falta de diversidad. Si bien con los personajes no nacionales el no posicionamiento vuelve a ser alto (33,18%), con los mayores es algo más bajo (23,22%), y casi un tercio de encuestados/as considera que la representación es suficiente (30,57%).

Por lo tanto, aunque la percepción de la cantidad de representaciones de las mujeres es más positiva (es decir, hay mayor acuerdo sobre su correspondencia con la realidad), se señala por contraste la falta de mayor presencia de personajes LGTB+, mayores de 65 y no nacionales en las series españolas.

4.2. PERCEPCIONES POR BLOQUES EN CONTEXTO AUDIOVISUAL CONTEMPORÁNEO

Las percepciones sobre la representación de las mujeres son algo ambivalentes (Tabla 7). Las personas encuestadas no aprecian diferencias relevantes entre la representación que hacen las series emitidas en plataformas y las de televisiones generalistas (con un alto 58,11% de respuestas sin posicionarse, solo 26,88% mostrándose de acuerdo con que hay más personajes de mujeres en plataformas). Si bien los encuestados/as aprecian una evolución en las representaciones hacia personajes más realistas y complejos, con un 65,13% de acuerdo, también señalan que la mayoría de estos son mujeres españolas de entre 18 y 35 años, con un 56,9% de acuerdo. No obstante, en relación con esto último, la opinión general no parece tan formada, pues un 32,69% prefiere no posicionarse.

Tabla 7. Medias y desviaciones típicas en resultados sobre mujeres

Representaciones Mujeres	Media	Desviación típica
Creo que las series españolas de plataformas de pago (Netflix, Movistar+, HBO/Max, etc.) tienen más personajes femeninos que las generalistas (La 1, Antena 3, Telecinco, etc.).	3.12	0.83
Considero que en las series de televisión actuales se ofrecen imágenes de personajes femeninos más realistas y complejas que en las pasadas, que contenían más estereotipos.	3.66	1.05
Pienso que en las series actuales con personajes femeninos, algunas identidades (sobre todo las mujeres de origen español de entre 18 y 35 años) están más representadas que otras.	3.56	0.93

Sobre los personajes LGTB+ (Tabla 8), un 45,34% considera que hay más en las series que se emiten en las plataformas. También hay altos niveles de acuerdo en que las representaciones de personas LGTB+ han mejorado con el tiempo (39,95% algo de acuerdo y 21,57% totalmente de acuerdo) y que hay más representaciones de hombres cis gays que de otras identidades del colectivo (con 54,91% de acuerdo total). Sin embargo, resultan elocuentes los altos porcentajes de no posicionamiento que se encuentran en las tres últimas preguntas (44,12%, 39,95% y 37,01%, respectivamente), los cuales sugieren falta de reflexión y de consciencia en relación con la visibilidad LGTB+.

Tabla 8. Medias y desviaciones típicas en resultados sobre personas LGTB+

Representaciones LGTB+	Media	Desviación típica
Creo que las series españolas de plataformas de pago (Netflix, Movistar+, HBO/Max, etc.) tienen más personajes LGTB+ que las generalistas (La 1, Antena 3, Telecinco, etc.).	3.46	0.91
Considero que en las series de televisión actuales se ofrecen imágenes de personajes LGTB+ más realistas y complejas que en las pasadas, que contenían más estereotipos.	3.68	1.01
Pienso que en las series actuales con personajes LGTB+, algunas identidades (sobre todo los hombres cis gays) están más representadas que otras.	3.60	0.88

En todo caso, tales porcentajes de no posicionamiento se quedan pequeños en comparación con los obtenidos acerca de las personas mayores de 65 años (63,12%, 50,74%, 42,82%) y los personajes de inmigrantes o extranjeros (60,70%, 44,28% y 50,00%), que revelan una escasa sensibilización sobre la necesidad y la relevancia de representar a estos colectivos en las ficciones televisivas. Sobre los mayores (Tabla 9), las respuestas son bastante tibias: 27,48% considera que hay más personajes en las ficciones generalistas que en las de plataformas y 31,69% que las representaciones han mejorado. Donde más se posicionan los encuestados/as es para criticar la falta de personajes protagonistas o relevantes para la trama, con 32,92% algo de acuerdo y 14,85% totalmente de acuerdo. En cuanto a personajes inmigrantes y extranjeros (Tabla 10), si bien un 27,61% considera que hay más en las series de pago, hay mayor acuerdo (41,04%) en que las representaciones han mejorado y que los personajes de origen latinoamericano son los que aparecen con mayor frecuencia en la ficción (38,31%).

Tabla 9. Medias y desviaciones típicas en resultados sobre mayores de 65 años

Representaciones Mayores de 65 años	Media	Desviación típica
Creo que las series españolas de plataformas de pago (Netflix, Movistar+, HBO/Max, etc.) tienen más personajes mayores de 65 años que las generalistas (La 1, Antena 3, Telecinco, etc.).	2.75	0.77
Considero que en las series de televisión actuales se ofrecen imágenes de personajes mayores de 65 años más realistas y complejas que en las pasadas, que contenían más estereotipos.	3.13	0.91
Pienso que en las series actuales los personajes mayores de 65 años tienen escasos papeles protagonistas o relevantes para la trama.	3.51	0.91

Tabla 10. Medias y desviaciones típicas en resultados sobre inmigrantes y extranjeros

Representaciones Inmigrantes/Extranjeros	Media	Desviación típica
Creo que las series españolas de plataformas de pago (Netflix, Movistar+, HBO/Max, etc.) tienen más personajes inmigrantes o extranjeros que las generalistas (La 1, Antena 3, Telecinco, etc.).	3.18	0.82
Considero que en las series de televisión actuales se ofrecen imágenes de personajes inmigrantes o extranjeros más realistas y complejas que en las pasadas, que contenían más estereotipos.	3.33	0.91
Pienso que en las series actuales con personajes inmigrantes o extranjeros, algunas nacionalidades (sobre todo, los personajes de origen latinoamericano) están más representadas que otras.	3.32	0.84

De forma conjunta, puede concluirse que el colectivo que se percibe mejor representado en términos numéricos en las series de plataformas es el de las personas LGTB+; en los otros tres casos, menos de un tercio de las personas encuestadas se muestra de acuerdo con la mayor abundancia de presencias en plataformas frente a las series generalistas. Se considera que las representaciones de mujeres y personas LGTB+ han mejorado sustancialmente en los últimos años y, aunque las de mayores e inmigrantes y extranjeros también, las percepciones no son tan claras y rotundas en estos casos.

En cuanto a la falta de diversidad interna dentro de las representaciones de cada colectivo, más de la mitad de encuestados/as se muestra de acuerdo en cuanto a mujeres y personas LGTB+ y menos de un 40% respecto a la cuestión de la nacionalidad. Casi la mitad (47,77%) critica la falta de relevancia narrativa de los personajes mayores.

Teniendo en cuenta los altos datos de no posicionamiento especialmente en relación con los mayores y la nacionalidad, puede hipotetizarse que falta sensibilización y reflexión acerca de la necesidad y la relevancia de la presencia mediática de estos colectivos. Tal vez esto se deba a la menor presencia de reclamaciones por la visibilidad de tales colectivos en los medios de comunicación de masas frente a las relacionadas con mujeres y personas LGTB+, crecientes en los últimos años.

4.3. PERCEPCIONES SOBRE SERIES ESPECÍFICAS Y CALIDAD DE LA REPRESENTACIÓN

Las preguntas de texto abierto permitieron a las personas encuestadas indicar ejemplos de buenas o malas representaciones según su criterio de tal manera que se podía obtener percepciones sobre series específicas y la calidad de la representación de los colectivos estudiados. La medición de frecuencias de repetición de ciertos títulos permite abrir la puerta a cierto grado de análisis cualitativo que podría tener mayor desarrollo en el futuro.

Como observación general, analizando los resultados, puede señalarse el predominio de títulos marcadamente *mainstream*, provenientes sobre todo de la televisión generalista y, entre las plataformas de pago, de las que se emiten en Netflix. La recurrencia de ciertos títulos, dentro de las preguntas sobre cada grupo y entre grupos, evidencia un alto impacto social de los mismos y un alto seguimiento de esas ficciones, especialmente por ser las primeras en las que los en-

cuestados/as piensan al mencionar un ejemplo. Ese alto impacto también queda sugerido por la retentiva de títulos de series que persisten en la mente de los encuestados/as como ejemplos significativos a pesar de que algunas de ellas dejaron de emitirse hace varios años, como por ejemplo *Aquí no hay quien viva* (Antena 3, 2003-2009) o *Aída* (Telecinco, 2005-2014)², aunque siguen reponiéndose continuamente en cadenas en abierto como Atreseries o Factoría de Ficción. En todos los casos de este apartado, se han considerado 7 repeticiones como el umbral mínimo para considerar la relevancia de una serie dentro de una muestra.

En relación con la representación de mujeres (Tablas 11 y 12), 94 encuestados/as (22,27%) no indicaron ejemplos de buena representación y 206 (48,82%) no indicaron de mala representación, lo cual evidencia que, si bien hay ciertas nociones sobre qué puede ser una buena imagen, falta una consciencia clara sobre qué puede ser una mala, pues casi la mitad no llega a aportar un ejemplo. Hay que tener en cuenta, además, que esta pregunta tiende a la subjetividad ya que la tipificación de buena o mala depende de un criterio personal más que objetivo.

Tabla 11. Buenas representaciones de mujeres

Ejemplos de buena representación	Número de menciones
<i>La casa de papel</i> (Antena 3, Netflix, 2017-2021)	27
<i>Las chicas del cable</i> (Netflix, 2017-2020)	24
<i>La que se avecina</i> (Telecinco, 2007-)	19
<i>Vís a vis</i> (Antena 3, 2015-2019)	18
<i>Cuéntame cómo pasó</i> (TVE1, 2001-2023)	17
<i>Aquí no hay quien viva</i>	12
<i>La promesa</i> (TVE1, 2023-)	11
<i>Aída</i>	10
<i>Amar es para siempre</i> (Antena 3, 2013-2024)	10
<i>4 estrellas</i> (TVE1, 2023)	9
<i>El tiempo entre costuras</i> (Antena 3, 2013-2014)	7

Tabla 12. Malas representaciones de mujeres

Ejemplos de mala representación	Número de menciones
<i>La que se avecina</i>	20
<i>Los hombres de Paco</i> (Antena 3, 2006-2010, 2021)	18
<i>Élite</i> (Netflix, 2018-)	15
<i>Machos alfa</i> (Netflix, 2022-)	9
<i>Antidisturbios</i> (Movistar+, 2020)	7
<i>Aquí no hay quien viva</i>	7

Se pueden extraer de aquí algunas observaciones. Por un lado, como se verá también en relación con los demás colectivos, algunas comedias como *La que se avecina* suelen aparecer tanto como ejemplos de buenas representaciones como de malas. Esto puede entenderse en relación con la potencial ambigüedad ideológica de la comedia, que tiende a polarizar entre quienes consideran que se hace burla de ciertas personas representadas y quienes, al contrario, creen

² Se indican cadena y años de emisión en la primera mención de cada serie.

que la broma se dirige hacia los que se burlan. De forma específica en relación con las mujeres, llama la atención la presencia como buena representación varias telenovelas (género audiovisual asumido por la tradición patriarcal como femenino): *La promesa*, *Amar es para siempre*, *4 estrellas...* También es significativa la presencia como mala representación *Antidisturbios*, serie que presenta a una protagonista fuerte y poco sujeta a convenciones patriarcales que, sin embargo, resulta antipática o ejemplo de mala imagen de mujer a 7 encuestados/as. Tal vez esto se deba a que el género policiaco tradicionalmente ha tenido una audiencia más masculina o bien a la «neurodiversidad» de la protagonista, «compatible con el síndrome de Asperger», que reitera un «tropo recurrente en la caracterización de las mujeres policías, que las diferencia de su entorno y las sitúa en los límites normativos de la feminidad» (Lacalle, 2022, p. 67).

En relación con personajes LGTB+ (Tablas 13 y 14), las respuestas sin ejemplos se incrementan: 204 (48,34%) para buena representación y 239 (56,63%), más de la mitad, para mala representación, evidenciando falta de consciencia sobre posibles factores de calidad en la construcción de estos personajes. De los cuatro colectivos estudiados, este es el que más rechazo genera entre los/as encuestados/as y diversas personas utilizan la caja de texto libre para realizar comentarios homófobos manifestando rechazo a la inclusión de personas LGTB+. Sirvan como ejemplo: «Todas [las series] son woke», «Es un cupo que tienen que pagar las cadenas. Sin gays no hay serie», «NO VEO NADA REFERIDO A ESTO», «los personajes LGTB + se exageran tanto en algunas series que es una barbaridad», «No veo series con personajes LGTB», «Si la serie se dedica a repartir personajes por ideología o similar, es mala y, por tanto, dejo de verla» o «todas tienen algún gay».

Tabla 13. Buenas representaciones de personajes LGTB+

Ejemplos de buena representación	Número de menciones
<i>Veneno</i> (Atresplayer Premium, 2020)	44
<i>Élite</i>	17
<i>Aquí no hay quien viva</i>	14
<i>La que se acerca</i>	12
<i>Aída</i>	9
<i>Vis a vis</i>	8
<i>Merlí</i> (TV3, 2015-2018)	7

Tabla 14. Malas representaciones de personajes LGTB+

Ejemplos de mala representación	Número de menciones
<i>La que se acerca</i>	24
<i>Élite</i>	12
<i>Aída</i>	11
<i>Los Serrano</i> (Telecinco, 2003-2008)	9
<i>Machos alfa</i>	7
<i>Cuéntame cómo pasó</i>	7

Considerando los resultados, se aprecia un claro impacto de la ficción *Veneno*, de la plataforma Atresplayer Premium, como referente positivo, dada su condición de biopic reivindicativo de una figura trans pionera en los medios de comunicación españoles como fue Cristina Ortiz, más conocida como *La Veneno*. Resulta llamativa la presencia tanto en buena como mala representación de comedias españolas: puede deducirse que son ejemplos en los que los/as encuestados/

as piensan con facilidad por incluir personajes LGTB+ pero muchos de ellos también los critican por un tratamiento estereotipado de los mismos. Fuera del terreno de la comedia, resulta llamativo igualmente el caso de *Élite*, ficción adolescente tendente a la explotación de contenidos sexuales que también resulta apreciada y, a la vez, rechazada, posiblemente por sus contenidos más o menos transgresores que pueden polarizar en función de la moralidad del público o por la irrealidad de sus tramas o personajes, supuestamente adolescentes.

En relación con los mayores de 65 (Tablas 15 y 16), la mitad de encuestados/as, 211 (50%), contestan que no saben o no recuerdan ninguna ficción con una buena representación y estas respuestas aumentan a 248 (58,77%) respecto a las malas. Todo ello subraya desconocimiento y falta de consciencia sobre la necesidad y la relevancia de aumentar el número y la calidad de las representaciones de personas mayores.

Tabla 15. Buenas representaciones de mayores de 65 años

Ejemplos de buena representación	Número de menciones
<i>Cuéntame cómo pasó</i>	60
<i>La que se avecina</i>	18
<i>Aquí no hay quien viva</i>	15
<i>Amar en tiempos revueltos</i> (TVE1, 2005-2012) / <i>Amar es para siempre</i>	14
<i>Entrevías</i> (Telecinco, 2022-2023)	13

***Amar es para siempre es secuela de Amar en tiempos revueltos.**

Tabla 16. Malas representaciones de mayores de 65 años

Ejemplos de mala representación	Número de menciones
<i>Élite</i>	22
<i>La casa de papel</i>	12
<i>La que se avecina</i>	11
<i>Entrevías</i>	7
<i>Física o química</i> (Antena 3, 2008-2011)	6

Entre las series con buenas representaciones predominan las ficciones de las cadenas generalistas y con repartos corales intergeneracionales donde los mayores tienen cierta relevancia como coprotagonistas o como secundarios. Entre las malas se señalan series donde no aparecen mayores o muy pocos por estar orientadas a un público más joven (*Élite*, *La casa de papel*, *Física o química*), o bien que, aunque cuentan con algún personaje mayor de cierta relevancia, se considera que su representación no es buena (*La que se avecina*, *Entrevías*). En este ámbito, cabe destacar también que 12 encuestados/as escriben que «todas» o «casi todas» las series españolas tienen mala representación de mayores lo que, sin duda, denota la escasez de sus presencias.

El grupo con el que menos participan las personas encuestadas es el de inmigrantes y extranjeros (Tablas 17 y 18), con 249 (59%) y 250 (59,24%) que no saben o no recuerdan ningún

ejemplo de buena o mala representación, respectivamente. Aquí, aunque escasos, algunos deslizan comentarios críticos con la inclusión de diversidad en las ficciones³.

Tabla 17. Buenas representaciones de inmigrantes y extranjeros

Ejemplos de buena representación	Número de menciones
<i>Entrevías</i>	27
<i>La ley del mar</i> (TVE1, 2024)	13
<i>Aída</i>	13
<i>Élite</i>	12

Tabla 18. Malas representaciones de inmigrantes y extranjeros

Ejemplos de mala representación	Número de menciones
<i>La que se avecina</i>	23
<i>Aída</i>	17
<i>Cuéntame cómo pasó</i>	14
<i>Élite</i>	9
<i>Entrevías</i>	8

Entre las consideradas como buena representación cabe observar que *Entrevías* se desarrolla en un barrio popular de Madrid con abundante presencia de inmigración y *La ley del mar* ha sido un estreno reciente sobre el rescate de migrantes en alta mar. *Élite*, por su parte, cuenta con un reparto internacional, aspecto que tiene más que relación con una lógica comercial, pensando en atraer audiencias de distintos países, que con potenciar la diversidad de manera ética. Como malas representaciones, reaparece la comedia *Aída*, confirmando que este género polariza percepciones y las mismas *Élite* y *Entrevías*, recordadas entre el panorama de ficciones más vistas por su presencia de inmigrantes o extranjeros pero leída esa inclusión en términos negativos. Curiosamente, se incluyen aquí *La que se avecina*, comedia sin contrapeso de buena consideración, por lo que la percepción de sus estereotipos racistas resulta más clara e incuestionada y *Cuéntame cómo pasó*, sobre lo cual habría que indagar para entender mejor por qué esa percepción dado su carácter, en principio, blanco y familiar (tal vez se deba a estar contextualizada en el pasado). A ello se suma que 14 encuestados/as critican que «Todas», «La mayoría» o «Cualquiera» de las series españolas tienen malas representaciones.

4.4. PERCEPCIONES POR PERTENENCIA A GRUPOS

Atendiendo a cómo los grupos minoritarios se sienten representados, los resultados son los siguientes. Las 39 personas encuestadas que se declararon no heterosexuales consideran mayoritariamente que el porcentaje de representados no se corresponde con la realidad, con 30,77% totalmente en desacuerdo y 33,33% en parte. La mayoría opina que las series de plataformas tienen más personajes LGTB+ (64,86%), que las representaciones han mejorado (72,97%) y que la mayoría son de hombres cis gays (72,98%). En relación con esto último, debe tenerse en

³ Sirvan como ejemplos: «lo veo un poco absurdo. El porcentaje de estos colectivos es menor. Está bien que tengan visibilidad, pero a veces quitan protagonismo a otro tipo de colectivos», «Debe estar uno bastante "tocado" como para fijarse en eso» o «No existe mala representación, es más, a veces es un poco forzada esa aparición».

cuenta que, entre los encuestados/as, respondieron más mujeres y personas bisexuales, lo cual pudo propiciar cierto sesgo en la percepción. Como ejemplo de buena representación, se indican *Veneno* (4 menciones), *Élite*, *Vis a vis* (3 menciones) y *Maricón perdido* (TNT, 2021), *Merlí*, *Las chicas del cable* (2 menciones). Se aprecia cierta inclusión de títulos menos comerciales o consumidos por un público menos generalista, como *Maricón perdido* o *Merlí*. Como malas representaciones, se reiteran las comedias generalistas *La que se avecina* (6 menciones) y *Aída* (3) y el drama *Élite* (4, en un nuevo caso de cierta polarización con esta ficción); 2 rechazan todas. Se abstuvieron de contestar 15 y 16 personas en cada caso, algo menos de la mitad.

Entre los que se declaran de nacionalidad no española (apenas 13), los resultados son más ambiguos y hay altas abstenciones (38,46%, 66,67%, 41,67%, 50%). De entre las personas encuestadas, 5 se muestran algo en desacuerdo con el número de representaciones, pero 3 algo de acuerdo. Solo 3 afirman que las series de plataformas tienen más personajes. 4 rechazan que haya habido una mejoría en las representaciones, pero 3 consideran que la ha habido. De forma similar, 3 consideran que los latinoamericanos están más representados y 3 que no. Esta heterogeneidad en las percepciones puede deberse a la escasez de la muestra y a las diferencias en el propio origen de los encuestados/as. Hay que destacar que 7 y 8, respectivamente, no contestan a las preguntas sobre calidad de las representaciones. *Élite* (2 menciones), *Aída* (2 menciones, curiosamente a pesar de haber sido de las más criticadas por racismo por la muestra general) y *Mar de plástico* (Antena 3, 2015-2016) son las mencionadas como ejemplos de buenas imágenes y *4 estrellas*, *La que se avecina*, *Élite* y *Entrevías* aparecen como ejemplos de malas.

Entre los mayores de 65 años (63 personas encuestadas), la mayoría señala escasez de representaciones (47,62%), pero, frente a esa rotundidad, los datos son tibios en el resto de las preguntas. Al comparar abundancia entre plataformas y generalistas, el 63,16% se abstiene y menos de un tercio (31,58%) indica que las generalistas tienen más casos, tal vez por consumir más series en cadenas generalistas. Sobre la mejoría de las representaciones, tras una alta abstención del 43,86%, el 40,35% se muestra de acuerdo. Para casi la mitad (49,12%), hay escasos papeles protagonistas o relevantes de mayores, pero, casi en la misma cantidad (42,11%), no hay una opinión formada, posiblemente por falta de articulación de un discurso consciente sobre la relevancia y la necesidad de ser un colectivo también representado. *Cuéntame cómo pasó* (7 menciones), *Aquí no hay quien viva* (3) y *Entrevías* (2) son los ejemplos más recurrentes como buenas representaciones (frente a 30 abstenciones). Como malas, solo aparece 2 veces *Cuéntame cómo pasó* y el resto son ejemplos dispersos (frente a 40 abstenciones) junto con 5 respuestas totalizadoras: «Ninguna», «Todas» o «La mayoría».

Entre el colectivo más representado de la encuesta, las mujeres (212), la mayoría se muestra de acuerdo con el porcentaje de representaciones (42,93%), una escasa mayoría considera que hay más personajes femeninos en las plataformas (28,85%, con una alta abstención de 54,81%) y claras mayorías consideran que las representaciones han mejorado (66,83%) pero que la mayoría de los personajes son mujeres españolas de entre 18 y 35 años (60,1%).

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los resultados de esta encuesta evidencian una relativa mejoría en las percepciones respecto a los que pueden encontrarse en una encuesta previa de 2019 donde las afirmaciones iniciales sobre la correspondencia de las representaciones con la realidad son semejantes (Marcos-Ramos, González-de-Garay, Arcila-Calderón, 2020, 329)⁴. En 2019, los resultados fueron más tibios sobre mujeres, personajes LGTB+ y mayores de 65, solo manteniéndose similares en cuanto a inmigrantes o extranjeros (Tabla 19).

Tabla 19. Comparativa de resultados de afirmaciones generales sobre colectivos en 2019 y 2024

Grupos representados	2019		2024	
	Media	Desviación típica	Media	Desviación típica
Representaciones Mujeres	2.26	0.91	3.38	1.15
Representaciones LGTB+	2.15	1,04	2.76	1.13
Representaciones Mayores de 65 años	2,23	1,09	2.77	1.19
Representaciones Inmigrantes o extranjeros	2.03	1,05	2.59	1.05

Fuente: Marcos-Ramos, González-de-Garay, Arcila-Calderón, 2020 y elaboración propia.

La investigación aquí realizada evidencia que, actualmente, la percepción de la cantidad de representaciones de las mujeres es más positiva (es decir, hay mayor acuerdo sobre su correspondencia con la realidad). Las personas encuestadas señalan en cambio la falta de mayor presencia de personajes LGTB+, mayores de 65 y no nacionales en las series españolas.

El colectivo que se percibe más representado en las series de plataformas es el de las personas LGTB+. Esto puede deberse a que es el colectivo del que más se ha constatado un incremento en el número de las representaciones (González-de-Garay et al., 2023). Sin embargo, es el que más rechazo genera entre los encuestados/as, evidenciando actitudes homófobas con una preferencia marcada por las tradicionales representaciones con escasa o nula representación LGTB+.

Se considera que las representaciones de mujeres y personas LGTB+ han mejorado sustancialmente en cantidad en los últimos años y, aunque las de mayores e inmigrantes/extranjeros también, las percepciones no son tan rotundas en estos casos. Más de la mitad de encuestados/as corrobora la falta de diversidad interna en cuanto a mujeres y personas LGTB+, apuntando hacia la recurrencia de ciertos roles en el caso de las mujeres y el predominio de hombres gays como la identidad más representada.

Casi la mitad de encuestados/as critica la falta de relevancia narrativa de los personajes mayores. Además, los colectivos con los que menos se posicionan los encuestados/as son los

⁴ Aunque en aquella los resultados se medían en una escala de 0-4 y aquí de 1-5, en todo caso las desviaciones típicas son claras.

mayores de 65 años y los migrantes o extranjeros, lo cual denota falta de sensibilización y reflexión acerca de la necesidad y la relevancia de la presencia mediática de estos colectivos, tal vez por la menor presencia de reclamaciones por su visibilidad en los medios de comunicación.

En cuanto a ejemplos de buenas y malas representaciones, predominan en la encuesta títulos marcadamente comerciales, disponibles especialmente en cadenas generalistas y Netflix como principal plataforma de pago. La frecuencia de algunos títulos evidencia el alto impacto social de los mismos, especialmente en casos de series que dejaron de emitirse hace años. En este sentido, se observan frecuentes menciones a comedias generalistas, con percepciones polarizadas, considerándolas tanto buenas como malas representaciones, algo que también sucede, entre los dramas, particularmente con *Élite*. Solo en algún caso puntual, como *Veneno*, queda claro el impacto de alguna otra ficción de diferentes plataformas.

Los datos también sugieren la falta de mayor reflexión sobre qué es una buena o una mala imagen o que se responden títulos por la visibilidad en ellos de ciertos tipos de personaje, sin reparar demasiado en su la calidad de su construcción narrativa. Por ejemplo, la mención de *Antidisturbios* como mala representación de mujer sugiere que el protagonismo de una mujer con éxito laboral sin vincularlo a convenciones de género como el énfasis en la belleza genera todavía rechazo. Asimismo, la escasez de ejemplos citados de colectivos como los mayores de 65 años evidencia que hay poca diversidad al respecto en la ficción televisiva y, especialmente, entre los personajes protagonistas, que suelen ser los más recordados de una ficción audiovisual.

Como limitaciones del estudio, cabe señalar que el filtrado de la muestra poblacional con la condición de tener suscripción a alguna plataforma de pago podría influir en la generalización de los resultados a la sociedad española en general, debido a cierto sesgo de clase en los resultados, en tanto que es más probable que haya menos suscripciones entre personas con menores recursos económicos. Este factor, y el hecho de que la encuesta debiera realizarse online, ha podido tener que ver con las variables de nivel de estudios (casi todas las personas encuestadas tenían estudios secundarios o, sobre todo, superiores) y de edad (con un predominio de las franjas entre 36 y 55 años y solo un 14,93% de mayores de 65 aunque en España estos supongan casi un 19,97% de la población [CSIC Comunicación, 2023]). También falta representatividad de más personas de origen inmigrante/extranjero, lo cual puede estar ligado a factores de clase: la encuesta cuenta con un 3,08% de no españoles frente al 22,41% actual de personas nacidas en el extranjero (Instituto Nacional de Estadística, 2024). En este sentido, de cara a futuros estudios, podría concretarse más esta categoría pues, por ejemplo, no matiza si los encuestados/as son migrantes de segunda generación o el tiempo que llevan residiendo en España, lo cual podría variar en cómo se identifican. En cuanto a orientación sexual, aunque la población no heterosexual ronda el 14%, solo el 9,24% de nuestra muestra no se identificó como heterosexual (Ipsos, 2023).

6. REFERENCIAS

- Abrams, J. R., Eveland, W. P., y Giles, H. (2003). The Effects of Television on Group Vitality: Can Television Empower Nondominant Groups? *Annals of the International Communication Association*, 27(1), 193-219. <https://doi.org/10.1080/23808985.2003.11679026>
- Agustín, C. y Gómez, R. (2021). En el laberinto de las plataformas VOD: Un estudio comparativo de Netflix, Amazon Prime Video, HBO, Movistar+ Lite, Filmin y Disney+. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 32. <http://dx.doi.org/10.5209/cdmu.72113>
- Amigo, B., Bravo, M. C., Sécaïl, C., Lefébure, P., y Borrell, A. (2016). Televisión, diversidad y hegemonía cultural: un estudio comparado de los estereotipos étnicos dominantes en los sistemas televisivos de Chile y Francia. *Cuadernos.info*, 39, 151-164. <https://doi.org/10.7764/cdi.39.754>
- Camacho Platero, L. (2010). De "butchs a femmes": Representación de personajes lésbicos en la televisión española. *Letras Femeninas*, 36(1), 103-121.
- Castro, D. y Cascajosa-Virino, C. (2020). From Netflix to Movistar+: How Subscription Video-On-Demand Services Have Transformed Spanish TV Production. *JCMS: Journal of Cinema and Media Studies*, 59(3), 154-160. <https://doi.org/10.1353/cj.2020.0019>
- Cohen, J. y Weimann, G. (2000). Cultivation Revisited: Some Genres Have Some Effects on Some Viewers. *Communication Reports*, 13(2), 99-114. <https://doi.org/10.1080/08934210009367728>
- Collins, R. (2011). Content Analysis of Gender Roles in Media: Where Are We Now and Where Should We Go? *Sex Roles*, 64(3-4), 290-298. <https://doi.org/10.1007/s11199-010-9929-5>
- Comer, H., Bower, J. D., y Sparkman, N. (2014). Showtime: Pop Culture's Impact on Society's View of the LGBTQ Population. En: *Conference Proceedings 2014 NOHS National Conference* (pp. 43-48).
- CSIC Comunicación (31 octubre 2023). En España aumentan los octogenarios y centenarios, especialmente las mujeres. CSIC. <https://www.csic.es/es/actualidad-del-csic/en-espana-aumentan-los-octogenarios-y-centenarios-especialmente-las-mujeres>
- Cukier, W., Jackson, S., y Gagnon, S. (2019). The Representation of Women and Racialized Minorities as Expert Sources On-Air in Canadian Public Affairs Television. *Canadian Journal of Communication*, 44(1), 25-47. <https://doi.org/10.22230/cjc.2019v44n1a3321>
- García-Muñoz, N., Fedele, M., y Gómez-Díaz, X. (2012). The Occupational Roles of Television Fiction Characters in Spain: Distinguishing Traits in Gender Representation. *Comunicación y Sociedad*, 25(1), 349-366. <https://doi.org/10.15581/003.25.36184>
- Galán, E. (2007). Construcción de género y ficción televisiva en España. *Comunicar*, 15(28), 229-236. <https://doi.org/10.3916/C28-2007-24>
- García Leiva, T. (2020). Plataformas audiovisuales y diversidad: mucho (y muchas) más que Netflix. En: *Actas del VII Congreso Internacional de la AE-IC* (pp. 679-703). Asociación Española de Investigación de la Comunicación.

García Manso, A. 2012. Queer-TV: series de ficción y homosexualidad en España, un intento por visibilizar el colectivo homosexual. En B. Puebla, E. Carrillo, y A. I. Íñigo (Eds.), *Ficcionalizando: series de televisión a la española* (pp. 157–180). Fragua.

Gerbner, G. y Gross, L. (1976). Living with Television: the Violence Profile. *Journal of Communication*, 26(2), 173-199. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1976.tb01397.x>

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., y Signorielli, N. (1980). The «Mainstreaming» of America: Violence Profile No. 11. *Journal of Communication*, 30(3), 10-29. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1980.tb01987.x>

González de Garay, B. y Alfeo Álvarez, J. C. (2017). Formas de representación de la homosexualidad en el cine y la televisión españoles durante el Franquismo. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 23, 73-80.

González-de-Garay, B., Marcos-Ramos, M., y Angulo-Brunet, A. (2023). LGBT+ Characters in Original Spanish Video-on-Demand Series. *Sexuality & Culture*, 27, 786-804. <https://doi.org/10.1007/s12119-022-10038-y>

Guarinos, V. (2023). Estudios etarios y series de ficción en España. Motivos para un test de garantía. En V. Guarinos (ed.), *El envejecimiento en las series de ficción. Roles, estereotipos y resignificaciones* (pp. 7-15). Tirant lo Blanch.

Igartua, J. J., Muñiz, C., Otero, J. A., y De la Fuente, M. (2007). El tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación españoles. Un análisis de contenido desde la Teoría del Framing. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 91-110.

Igartua, J. J. y Cheng, L. (2009). Moderating Effect of Group Cue While Processing News on Immigration: Is the Framing Effect a Heuristic Process? *Journal of Communication*, 59(4), 726-749. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01454.x>

Igartua, J. J., Moral-Toranzo, F., y Fernández, I. (2011). Cognitive, Attitudinal, and Emotional Effects of News Frame and Group Cues, on Processing News About Immigration. *Journal of Media Psychology*, 23(4), 174-185. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000050>

Instituto Nacional de Estadística (1 abril 2024). Estadística Continua de Población (ECP). INE.es. <https://www.ine.es/dyngs/Prensa/ECP1T24.htm>

Ipsos (2 junio 2023). España, entre los países del mundo con mayor población LGTB+. Ipsos.com. <https://www.ipsos.com/es-es/pride-month-2023-9-of-adults-identify-as-lgbt>

Lacalle, C. (2008). El discurso televisivo sobre la inmigración. Ficción y construcción de identidad. Ediciones Omega.

Lacalle, C. y Gómez, B. (2016). La representación de las mujeres trabajadoras en la ficción televisiva española. *Comunicar*, 47, 59-67. <https://doi.org/10.3916/C47-2016-06>

Lacalle, C. (2022). Maternidades disfóricas en el policiaco televisivo español. *Signa. Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 31, 63-72. DOI: <https://10.5944/signa.vol31.2022.32191>

Lomas Martínez, S. (2018). Creadores homosexuales, cultura camp y representaciones queer en la ficción televisiva española de los años ochenta. *Hispanic Research Journal*, 19(1), 55-71. <https://doi.org/10.1080/14682737.2018.1418997>

Luhmann, N. (2002). *The Reality of the Mass Media*. Stanford University Press.

Madžarević, G. y Soto-Sanfiel, M. T. (2018). Positive Representation of Gay Characters in Movies for Reducing Homophobia. *Sexuality & Culture*, 22(3), 909-930. <https://doi.org/10.1007/s12119-018-9502-x>

Malici, L. (2014). Queer TV moments and family viewing in Italy. *Journal of GLBT Family Studies*, 10(1-2), 188-210. <https://doi.org/10.1080/1550428X.2014.857234>

Marcos-Ramos, M., González-de-Garay, B. y Arcila-Calderón, A. (2020). Grupos minoritarios en la ficción televisiva española: análisis de contenido y percepciones ciudadanas para la creación de un índice de diversidad. *Cuadernos.info*, 46, 307-341. <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1739>

Marcos-Ramos, M., Martín-García, T., González-de-Garay, B. (2024). Representación de la vejez en la televisión española: los personajes mayores de 65 años en la televisión en abierto y en plataformas. *Revista Signo y Pensamiento*, 42, 1-15. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp42.rvte>

Martín-García, T.; Marcos-Ramos, M. y González-de-Garay, B. (2022). Cómo son los personajes inmigrantes en las series españolas emitidas en plataformas de streaming. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 55, 37-56. <https://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e776>

Masanet, M. J.; Medina, P. y Ferrés Prats, J. (2012). Representación mediática de la sexualidad en la ficción seriada dirigida a los jóvenes: estudio de caso de *Los Protegidos* y *Física o Química*. *Comunicación*, 1(10), 1537-1548. <https://doi.org/10.12795/comunicacion.2012.v01.i10.112>

Menéndez, M. I. (2008). Discursos de ficción y construcción de la identidad de género en televisión. *Universitat de les Illes Balears*.

Montero Rivero, Y. (2005). Estudio empírico sobre el serial juvenil «Al salir de clase»: sobre la transmisión de valores a los adolescentes. *Comunicar*, 13(25). <https://doi.org/10.3916/C25-2005-070>

Neira, E. (2020). *Streaming wars. La nueva televisión*. Libros Cúpula.

Piñón, J. (2021). La televisión en tiempos de streaming. *Dixit*, 35, 128-140. <https://doi.org/10.22235/d35.2735>

Roda, R. (1989). *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea*. CIS-Siglo XXI.

Sánchez Soriano, J. J. (2022). Representación del colectivo LGBT+ en la ficción televisiva española contemporánea (2015-2020). *Comunicación y sociedad*, e8307, 1-23. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8307>

Sangro, P. y Plaza, J. F. (2010). *La representación de las mujeres en el cine y la televisión contemporáneos*. Laertes.

Seiter, E. (1986). Stereotypes and the media: a re-evaluation. *Journal of Communication*, 36(4), 14-26.

Soto-Sanfiel, M. T.; Ibiti, A. y Palencia, R. M. (2014). La identificación con personajes de lesbianas: Recepción de audiencias heterosexuales y homosexuales desde una aproximación metodológica mixta. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 275-306. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1012>

Villegas Simón, I., Sánchez Soriano, J. J. y Ventura, R. (2024). 'If You Don't "Pass" as Cis, You Don't Exist'. The Trans Audience's Reproofs of 'Cis Gaze' and Transnormativity in TV Series. *European Journal of Communication*, 39(1), 22-36. <https://doi.org/10.1177/02673231231163704>