

Análisis de la ficción iberoamericana de mayor audiencia en el mercado español

Espainiar merkatuan audientzia handiena izan duen fikzio iberoamerikarraren analisia

Analysis of Most Watched Ibero-American fiction TV Series in the Spanish Market

Núria Simelio¹
Marta Ortega²
Pilar Medina³

zer

Vol. 18 - Núm. 34
ISSN: 1137-1102
pp. 229-249
2013

Recibido el 17 de diciembre de 2011, aceptado el 2 de mayo de 2013.

Resumen

Este artículo analiza las características de las series de ficción de producción iberoamericana con más audiencia en España durante el año 2010 con el objetivo de determinar las preferencias de la audiencia de cara a los programadores y establecer pautas de producción con una perspectiva más diversa y educativa. Se presenta un análisis de audiencia y un estudio del perfil social y demográfico de los personajes de dichas series. Las conclusiones demuestran la necesidad de introducir una mayor diversidad en la construcción de los personajes para atender a un telespectador que demanda un producto de ficción más representativo respecto a la sociedad actual.

Palabras clave: ficción, audiencia, televisión, ciudadanía, teleseries, análisis de contenido.

Laburpena

Artikulu honek aztergai ditu Espainian 2010 urtean zehar audientzia handiena izan zuten produkzio iberoamerikarreko fikziozko telesailak. Helburua audientziaren zaletasunak zehaztea da, honela programatzaileek datu horiek erabili eta produkziojarraibideak ikuspuntu ezberdin eta hezitzaileagoan ezartzeko. Telesail horien audientzia-analisia eta fikzio horietan agertzen diren pertsonaien profil sozial eta demografikoaren azterketa aurkezten da. Ondorioek erakusten dute komenigarria litzatekeela pertsonaien eraketan aniztasun handiagoa

¹ Universitat Autònoma de Barcelona, nuria.simelio.sola@uab.cat

² Universitat Autònoma de Barcelona, marta.ortega@uab.cat

³ Universitat Pompeu Fabra, pilar.medina@upf.edu

egotea, ikus-entzuleak gaur egungo gizartea hobeto islatzen duten fikzio-produktuak eskatzen baititu.

Gako-hitzak: fikzioa, audientzia, telebista, gizartea, telesailak, eduki-analisia.

Abstract

This article analyses the characteristics of the Ibero-American most watched TV series in Spain in 2010 with the aim of define the viewer's preferences and to establish guidelines for the producers that take into account a more diverse and educational perspective. We present an audience analysis, as well as, a content analysis of the demographic and social roles of the characters in these TV series. The article reflects on the need for greater diversity in the construction of the characters in order to satisfy viewers' expectations.

Keywords: fiction, audience, television, citizenship, TV series, content analysis.

0. Introducción⁴

La primera parte de este trabajo presenta el análisis de las series de televisión de producción iberoamericana que han obtenido unos mayores índices de audiencia durante el año 2010 en todo el territorio español. La muestra es una selección de los 16 productos de ficción (series, telenovelas y *tv movies*) de producción iberoamericana más vistas durante el año 2010 en todas las cadenas de televisión que emiten en el territorio español. Estos datos de audiencia se comparan posteriormente con el análisis de contenido de las series donde, en la línea de los estudios culturales (Hobson, 1982; Geraghty 1991; Spence, 1995), se incorpora también un análisis cualitativo sobre las características sociodemográficas y profesionales de los personajes de dichas series.

Algunas de las conclusiones del estudio hacen referencia a la preferencia del público español hacia las series de ficción con abundantes tramas y una gran diversidad de personajes, destacando entre ellas las series de temática histórica que enfocan conflictos políticos. A partir de los resultados del análisis se hace una reflexión final sobre la demanda a los productores de ficción televisiva, de una mayor representación de la diversidad en la construcción de los personajes para cumplir con los requerimientos de una audiencia que cada vez requiere productos más diversos e innovadores. Como muestra el estudio de Diego, Etayo y Pardo (2011) sobre las pocas coincidencias entre la audiencia y los profesionales en la percepción sobre la calidad de las series televisivas en España, es necesario lograr un ajuste lo más cercano posible entre el público objetivo y la audiencia real de cualquier producto de ficción.

1. Marco teórico

Los estudios sobre ficción televisiva tienen una larga tradición desde los años 80, debido a su importancia como uno de los productos comunicativos más consumidos por la audiencia y que más influencia tienen sobre los comportamientos y modos de vida del público en general (Ang, 1996; Bandura, 1978; Buckingham, 1987; Carveth y Alexander, 1985; Geraghty, 1991, 1997; Vilches, 1993). Como nos recuerda Galán (2006), “los formatos de ficción, al ser vistos por un gran sector de la población, logran elevados índices de audiencia y mostrar la realidad desde un punto de vista lúdico, se convierten en verdaderos transmisores de modelos de socialización y de opinión y, por ello, merecen un espacio para la reflexión” (Galán, 2006: 1). Podemos entender las series de ficción como textos narrativos insertados en discursos populares de generación y reinterpretación de significado, lo que Vassallo entiende por “repertorio compartido entre producción y recepción” (Vassallo, 2006: 143) y que implica una audiencia que no sólo mira el texto que se le ofrece a través de la pantalla sino que se apropia del mismo para aceptarlo, rechazarlo o reescribirlo, apelando con estas posibilidades a los diferentes usos sociales que permite el texto (Martin Serrano, 1982; Nightingale, 1999; Thompson, 1998).

Frente a las películas, las series de ficción se basan en personajes permanentes que van reapareciendo en los diferentes capítulos y como afirman Lipovetsky y Serroy

⁴ Este artículo forma parte de una investigación dirigida por el Dr. Lorenzo Vilches y titulada “Convergetvd” (‘Producción, economía, contenidos y públicos de la ficción televisiva multipantalla’). Proyecto subvencionado por el Plan Nacional I+D+I del Ministerio de Educación y Ciencia del Estado Español, ref. CSO2009-12568-C03-01, subprograma SOCI.

(2009), “Se produce una especie de cita regular que fideliza al público... Se nos vuelven familiares, nos enganchan, nos complace reencontrarnos con ellos” (Lipovetsky y Serroy, 2009: 228). En la misma línea se posicionaba Fuenzalida (1992) en su investigación sobre la recepción de la telenovela por los campesinos chilenos al señalar que “la telenovela es un género de alta audiencia, muy valorado como fuente de recreación y descanso, se constata tres niveles de relación que resultan claves para comprender su gran impacto: a) identificación y reconocimiento; b) proyección de elementos a partir de la propia identidad; c) en algunos discursos, elevar la telenovela a relator portador de grandes temas de la vida humana (‘siempre hay alguien que desea el mal’; ‘la ambición existe y ha existido siempre’, etc.)” (Fuenzalida, 1992:136).

Sin olvidarnos de que la audiencia puede plantearse lecturas diferentes del texto mediático recibido, un primer paso para la reflexión es el análisis de la representación y tratamiento que el texto televisivo realiza, por ejemplo, de grupos sociales tradicionalmente no representados (como las mujeres, los homosexuales o los inmigrantes). El análisis de las características ‘demográficas’ de los personajes (atendiendo a su edad, sexo y clase social) va a poderse conectar con la matriz cultural de la que surge la serie de ficción y como indica Mario García de Castro (2002), “...las diferentes categorías según edad, sexo o clase social (...) evocan por su inspiración a las matrices culturales de la estructura narrativa melodramática (por ejemplo, en cuanto a los juegos de oposiciones entre el bien y el mal, los ricos y los pobres, lo justo y lo injusto, la felicidad y la tristeza, los triunfos y las derrotas, o el *Happy End* que retoma el orden moral)” (García de Castro, 2002: 232). El discurso ofrecido por la serie de ficción acaba convirtiéndose en un receptáculo de valores y símbolos con los que el telespectador se relaciona de forma altamente compleja (Buckingham, 1987; Davis, 1990; Signorielli y Bacue, 1999; Eaton, 1997). Prueba de la complejidad de esta relación, por ejemplo, son los estudios de Gerarthy (1991, 1997) que permiten comprobar de qué manera las telespectadoras perciben y reciben de forma diferente *soap operas* realistas y ‘matriarcales’ del estilo de *Eastenders* o *Neighbours*, en las que se representan mujeres fuertes que atraviesan situaciones familiares y personales difíciles, frente a *soap operas* ‘patriarcales’ y fantasiosas, tipo *Dallas* o *Dinastía*, en el que las espectadoras disfrutaban mirándolas porque lo que ven está muy lejos de su realidad y les permite evadirse de sus problemas domésticos.

Además, la ficción seriada puede servir no sólo para vender productos o entretener a la audiencia, sino también como medio para transformar la sociedad promoviendo determinadas actitudes o para conseguir la alfabetización, la vacunación o el uso del preservativo. En su conocido estudio sobre la serie norteamericana *Dallas*, Ang (1996) nos recuerda que “the consumption of *Dallas* is not an isolated phenomenon, but is embedded in a network of other activities and associations which are connected with those activities. We should not inflate the pleasure in *Dallas* into something unique and therefore elusive. We have to take into account the socio-cultural context in which *Dallas* is consumed. These conditions of consumption are of course not the same for all social categories and groups” (Ang, 1996: 20-21).

En este sentido, los demógrafos hace tiempo que mostraron interés por abordar la ficción seriada y analizar su impacto entre la población. Faria y Potter (1999), en su estudio sobre la caída de la fecundidad en Brasil explican que la expansión de las telecomunicaciones y el consumo de telenovelas fueron los dos factores relevantes en la promoción de nuevos valores y nuevas actitudes en relación a la fecundidad

y número de hijos. Las tramas de aquellas telenovelas escenificaban parejas que hablaban de forma abierta sobre temas considerados tabú en aquel momento para la sociedad brasileña como era la sexualidad.

Brasil también fue pionero en la confección de telenovelas con fines claramente educativos, promoviendo la alfabetización de los adultos (*Vente conmigo*). Este valor educativo de la ficción se muestra también en el estudio de Jensen y Oster (2007) sobre la llegada de la televisión por cable a la India que propició que las mujeres pudieran ver las series de ficción internacionales y provocó un cambio en sus actitudes como el estar menos dispuestas a tolerar los malos tratos conyugales.

En el ámbito español, Jiménez y Solís (2008) exponen las formas de apropiación del espectador actual que se identifica con los personajes a partir de sus propias percepciones valorativas; Merayo (2010) demuestra los efectos socializadores y educativos de la ficción en un estudio sobre la serie “*Amar en tiempos revueltos*” donde expone como las espectadoras utilizan la ficción para definir su identidad personal y comunitaria y Sánchez (2012) en un estudio de recepción sobre la serie “*Cuéntame cómo Pasó*” expone que pese a las características interpretativas de la audiencia, siguen existiendo efectos en las consideraciones morales de los espectadores a partir del visionado de productos de ficción.

Además, actualmente, las series de televisión significan una producción global e internacional que tiene a Iberoamérica como uno de los motores más potentes del mercado internacional. Tal y como explica Vilches (2009), “la ficción televisiva es hoy un enclave estratégico para la producción audiovisual iberoamericana, tanto por su peso económico en el mercado televisivo como por su papel que desempeña en la producción y programación de las producciones de formatos y contenidos nacionales de amplia circulación internacional” (Vilches, 2009: 11).

Según los datos de audiencia, la producción de ficción latinoamericana y española compiten directamente con la ficción norteamericana y consiguen liderar el prime-time en Iberoamérica lo que supone “un valor indiscutible para la defensa de valores culturales en la creación de géneros populares de ficción” (Vilches, 2009: 12).

En este artículo analizamos las series de producción iberoamericana con mayor audiencia en el mercado nacional español durante el año 2010. Vilches (1993) resume las pautas que determinan la programación en las televisiones, a saber, la economía, los elementos sociales y los factores programáticos. Los tres sectores están profundamente determinados por la audiencia y los targets a los que se dirigen, así como por las normas morales y la evolución social y cultural de los espectadores. Por esto se hace necesario analizar los contenidos de los productos de ficción de más éxito, para determinar los gustos de la audiencia de cara a los programadores y establecer pautas de mejora en el nivel educativo y social.

2. Metodología

La muestra utilizada en esta investigación es una selección de los 16 productos de ficción (series, telenovelas y *tv movies*) de producción iberoamericana más vistas durante el año 2010 en todas las cadenas de televisión que emiten en el territorio español y teniendo en cuenta los datos de número de espectadores, porcentaje de share y porcentaje de audiencia, así como el porcentaje de share a partir de las variables sexo, edad y clase social. Los datos de audiencia han sido proporcionados por Corporación Multimedia al grupo de

investigación *Convergetvd* y consisten en filtros más exhaustivos de los mismos estudios de audiencias que hacen diariamente y publican mensualmente. El total de series de la muestra ha sido de 16 y de éstas se han analizado un total de 287 personajes.

La metodología utilizada ha sido un estudio de contenido cuantitativo. Los datos se han recogido en una ficha de identificación para cada una de las series a partir de las siguientes variables: nombre, productora, canal, horario, temporadas, episodios, días, frecuencia y horario de emisión, duración, género, audiencia, página web, dirección, guión, contexto histórico y social y repercusión, reparto, argumento y personajes. Asimismo, se ha realizado una segunda ficha para cada uno de los personajes donde se especificaron los datos relativos a las variables: sexo, edad, clase social, nacionalidad, etnia, profesión, orientación sexual, religión, estado civil, características físicas y personalidad. Una de las dificultades en la recopilación de estos datos ha tenido que ver con el carácter coral de muchas de las series analizadas, lo que implicaba un número muy amplio de personajes. En estos casos, se ha optado por recoger los que la página web de la serie presentaba con cierto detalle y que, en la mayoría de los casos, se correspondían con personajes principales y personajes secundarios.

3. Análisis de resultados

3.1. Análisis de contenido y audiencia de la ficción seriada producida en España y Latinoamérica con más audiencia en la televisión del Estado Español (2010)

En este apartado realizaremos un análisis de las series de televisión con más audiencia del año 2010 en todo el territorio español, teniendo en cuenta los porcentajes totales y la distribución por demográficos.

Tabla 1. Series con más audiencia (en miles, porcentajes y share).

Programa	Miles	Programa	% Audiencia	Programa	Share
Águila Roja	5.687	Águila Roja	13,0	Águila Roja	29,0
Cuéntame cómo Pasó	4.820	Cuéntame cómo Pasó	11,0	Cuéntame cómo Pasó	24,7
La Señora	4.758	La Señora	10,9	Hispania La Leyenda	23,6
Felipe y Leticia. Deber y querer	4.661	Felipe y Leticia Deber y querer	10,6	La Señora	23,3
Hispania La Leyenda	4.484	Hispania La Leyenda	10,2	Amar en Tiempos Revueltos	22,9
La Duquesa	4.186	Vuelo IL-8714 2	9,6	Felipe y Leticia Deber y querer	22,8
Gran Reserva	3.923	La Duquesa	9,5	La Duquesa	22,2
El Pacto	3.771	Gran Reserva	8,9	Gran Reserva	21,3
El Secuestro de Anabel	3.679	El Pacto	8,6	En Nombre del Amor	21,0
Los Protegidos	3.359	El Secuestro de Anabel	8,4	Bella Calamidades	20,6

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Corporación Multimedia.

Como podemos observar en la tabla anterior, las series de más audiencia durante el año 2010 tienen algunas características comunes. En primer lugar, los tres primeros puestos los ocupan series de ficción serializada de temática histórica o de época que retratan la sociedad española y sus enfrentamientos durante diferentes etapas históricas, con personajes corales y centrándose en aspectos de la vida cotidiana y de conflictos sentimentales, sociales, políticos y personales. *Águila Roja* y *Cuéntame como pasó*, las dos emitidas por TVE y con una duración superior a los 60 minutos, lideran la audiencia global tanto en número de espectadores, como en porcentaje de audiencia y share. *Cuéntame como pasó*, drama familiar, que retrata la vida de la clase media conservadora y el choque generacional que vive este sector de la población durante el franquismo y la transición a la democracia, destaca por estar en su 13ª temporada. *Águila Roja*, serie de aventuras e intriga ambientada en la España del siglo XVII, se encontraba en 2010 en su tercera temporada.

También en tercer lugar se encuentran en todos los casos una serie de ambientación histórica. Con un 10,9% de audiencia *La Señora* es la tercera serie más vista a nivel nacional y la cuarta en porcentaje de share. Emitida también por TV1 en horario de máxima audiencia, *La Señora* se ambienta entre los años 1915-1931 durante la dictadura de Primo de Rivera, en una pequeña ciudad de provincias española y muestra el estallido de la lucha de clases y contrastes sociales en esta conflictiva etapa histórica con una historia de amor imposible como metáfora de este enfrentamiento.

Las dos ficciones que ocupan el cuarto y quinto lugar coinciden en ser retratos de época histórica. La *tv movie Felipe y Letizia Deber y querer* centrada en la monarquía hispánica actual, con 2 capítulos y 150 minutos de duración y emitida por Telecinco en horario de *prime-time* ocupa el cuarto lugar en número de espectadores (4.661 millones) y en porcentaje de audiencia (10,6%). *Hispania La Leyenda*, emitida por Antena 3, ocupa el quinto lugar en espectadores (4.484 millones) y porcentaje de audiencia (10,2%) y el tercer lugar en porcentaje de share (23,3%). Esta serie se ambienta en la Península Ibérica durante el siglo II a.C. y otra vez muestra un enfrentamiento social entre un grupo de rebeldes hispanos que luchan contra el Imperio Romano y muestra la vida de este grupo de hombres y sus relaciones con sus familias y sus historias sentimentales. Con nueve episodios de una hora de duración se emitió también en horario de *prime-time*.

Siguiendo con la ficción histórica, *La Duquesa*, *tv movie* de Tele 5, que retrata la biografía de la Duquesa de Alba, miembro de la aristocracia española, fue la sexta producción de ficción más vista durante el año 2010. *Gran Reserva*, drama familiar serializado que recupera la tradición de series sobre sagas familiares de clase alta y sus conflictos sentimentales y por el poder y el control económico, es la séptima serie con más espectadores (3.923 millones) y la octava en porcentaje de audiencia (8,9%) y de share (21,3%). *Gran Reserva* se emite por Televisión Española y gira en torno a dos familias dedicadas al mundo del vino, la serie utiliza los elementos clásicos de la intriga, y las mentiras, traiciones y pasiones entre los personajes.

Dos *TV movies*, *El Pacto* (Tele 5), sobre el embarazo voluntario de siete alumnas de 4º de ESO como forma de protesta intergeneracional y *El Secuestro de Anabel* (RTVE) basada en una historia real de un secuestro que acabó en asesinato en España en 1993, ocupan el octavo y noveno lugar en número de espectadores y porcentaje de audiencia. Otra *TVMovie* basada en otro hecho real, *Vuelo IL-8714 2* (Tele 5), que re-

lata el accidente del vuelo JK5022 de *Spanair*, accidentado en Barajas el 20 de Agosto de 2008, es la sexta producción de ficción con un porcentaje más alto de audiencia. Finalmente, *Los Protegidos* (Antena 3), serie semanal de ciencia ficción orientada al público infantil y juvenil es la décima serie más vista en número de espectadores (3.359 millones) y *En nombre del Amor* y *Bellas Calamidades* dos telenovelas de emisión diaria emitidas por TV1, ocupan el noveno y quinto lugar en porcentaje de share. Cabe destacar que estas son las dos únicas producciones de ficción de las tablas anteriores que son producidas fuera del Estado Español, respectivamente en México y Colombia.

Tabla 2. Series con más audiencia masculina y femenina (por share).

Programa	Mujeres	Programa	Hombres
Águila Roja	30,1	Águila Roja	27,7
Felipe y Letizia Deber y querer	27,6	Hispania La Leyenda	23,7
La Duquesa	27,5	Cuéntame cómo Pasó	22,8
La Señora	26,2	La Señora	19,8
Cuéntame cómo Pasó	26,2	Gran Reserva	18,9
Amar en Tiempos Revueltos	25,8	Amar en Tiempos Revueltos	18,8
El Pacto	25,1	Felipe y Letizia Deber y querer	16,9
En Nombre del Amor	24,3	En Nombre del Amor	16,3
Bella Calamidades	24,2	La Duquesa	16,2
Mar de Amor	24,1	Los Protegidos	16,1

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Corporación Multimedia.

En relación a los porcentajes de share a partir de los demográficos masculino y femenino, observamos que *Águila Roja* sigue siendo la serie más vista, pero se encuentran importantes diferencias en relación al resto de posiciones. La audiencia masculina coincide con la audiencia general en situar cuatro series de temática histórica en los primeros puestos (*Águila Roja*, *Hispania la Leyenda*, *Cuéntame cómo pasó*, y *La señora*). La audiencia femenina introduce dos *tv movies* en el segundo y tercer puesto (*Felipe y Letizia Deber y querer* y *La Duquesa*) y al igual que la audiencia masculina la serie más vista para ellas es *Águila Roja* y coinciden también el cuarto lugar con *La Señora* y en tener a *Amar en Tiempos Revueltos* como una de las seis series más vistas y la telenovela costumbrista mexicana *En el nombre del amor* en octavo lugar.

Uno de los hechos diferenciales es que la audiencia femenina tiende a ver más *tv movies* que la masculina. Además, *Gran Reserva* ocupa el quinto lugar (18,9%) en la audiencia masculina, pero no está entre las 10 series más vistas por las mujeres, desmintiendo el tópico de que las series familiares tienen su target principal en la audiencia femenina.

Finalmente, la décima serie con un porcentaje de audiencia más alto entre el público masculino *Los protegidos* no está entre la lista de la audiencia femenina que tiene en décimo lugar a la telenovela mexicana *Mar de amor* emitida por TV1

diariamente durante la sobremesa y que retrata una historia coral con una protagonista pescadora en un pueblo de mar.

Tabla 3. Series con más share según el grupo de edad.

Programa	4-12	Programa	13-24	Programa	25-44	Programa	45-64	Programa	65+ años
Los Protegidos	37,1	Física o Química	40,0	Águila Roja	25,0	Águila Roja	32,6	La Señora	38,8
Águila Roja	26,1	Los Protegidos	39,7	Hispania La Leyenda	24,4	La Señora	28,1	Amar en Tiempos Revueltos	36,6
El Internado	24,9	El Internado	34,5	El Pacto	23,9	Cuéntame cómo Pasó	27,0	Cuéntame cómo Pasó	31,5
Hispania La Leyenda	24,1	El Pacto	32,2	Felipe y Letizia	23,2	Hispania La Leyenda	25,7	Águila Roja	29,8
El Pacto	22,6	Águila Roja	29,3	Aída	20,8	Amar en Tiempos Revueltos	25,5	La Duquesa	29,4
Inocentes	20,8	Hispania La Leyenda	28,7	Los Protegidos	20,4	Gran Reserva	25,1	En Nombre del Amor	29,1
Física o Química	20,5	Los Hombres de Paco	26,1	Cuéntame cómo Pasó	19,7	La Duquesa	24,9	Bella Calamidades	28,3
Farmacia de Guardia	19,3	Aída	25,6	13 Miedos	17,7	Felipe y Letizia	22,6	Mar de Amor	28,2
No Soy como Tú	18,6	Inocentes	22,9	Farmacia de Guardia	17,6	Bella Calamidades	20,4	Gran Reserva	27,5
La Piel Azul	17,9	La que se Avecina	22,3	El Internado	17,6	En Nombre del Amor	20,4	Hispania La Leyenda	17,7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Corporación Multimedia.

Como puede verse en la tabla anterior, el público infantil tiene notables diferencias a la hora de seleccionar la oferta de ficción televisiva comparado con los datos generales que hemos visto en los apartados anteriores. Se puede destacar que *Hispania la Leyenda* y especialmente *Águila Roja*, que está entre los 10 primeros puestos de todos los demográficos, serían dos de las excepciones.

La serie que ocupa el primer lugar con 37,1% de share es *Los protegidos* (Antena 3), hecho bastante previsible ya que es una de las pocas series de ficción no animada enfocada a este público, tiene unas tramas que combinan intriga y fantasía y cuenta con diversos personajes en edad infantil y con poderes paranormales.

Destacan la incorporación de series como *El Internado* (24,9%) y *Física o Química* (20,5%), hecho que indica que los niños y preadolescentes también consumen

las series destinadas a un público juvenil. *El Internado* (Antena 3) fue una serie que obtuvo un gran éxito de audiencia en su primera temporada (2007) que fue declinando hasta terminar en la tercera temporada (2010), es una serie básicamente de intriga que se centra en un grupo de estudiantes y profesorado de un internado privado. *Física o Química* (Tele5) que también finalizó en 2010 durante su sexta temporada, relata la vida cotidiana y sentimental de un grupo de adolescentes, alumnos de un Instituto y del profesorado. Destacó por un atrevido tratamiento de las relaciones sexuales y por tener una gran base de seguidores en los fórums y las redes sociales de Internet.

Otro hecho destacable es el gran consumo de *telefilms* en mayor medida que de series por parte del público infantil. Entre las diez más visionadas encontramos la ya mencionada *El Pacto*, *Inocentes* (Tele 5), thriller muy violento sobre el secuestro de tres estudiantes por parte de las mafias vinculadas al negocio de la prostitución; *Farmacia de guardia*, *la última guardia* (Antena 3) remake nostálgico de la serie *Farmacia de guardia* que se emitió entre 1991 y 1995, *No soy como tu* (Antena 3) que narra la historia de amor imposible entre dos vampiros adolescentes, y *La piel azul* (Antena 3) también de gran violencia donde se relata la tortura y el maltrato e incluso algunos asesinatos de un grupo de jóvenes por parte de unos piratas que los secuestran durante unas vacaciones en un barco.

En relación al público juvenil, la serie *Física o Química* destaca como la primera más consumida con un 40% de share y mostrando como en este caso los programadores y productores acertaron con el target al que iban destinados. El hecho diferencial es la aparición de tres comedias de situación en el ranking de series más vistas, *Los hombres de Paco* (26,1%), *Aída* (25,6%) y *La que se avecina* (22,3%).

Los hombres de Paco (Antena 3) finalizó el año 2010 en su décima temporada, comedia con puntos de humor negro y drama, narraba la vida cotidiana de un grupo de agentes de la Policía Nacional, tanto en el plano profesional, como en el sentimental y personal. *Aída* (Tele 5) es una comedia de situación de 60 minutos, transgresora y políticamente incorrecta que narra la vida de un grupo de personas en un barrio de clase trabajadora. *La que se avecina* (Tele 5) sigue la misma línea que *Aída*, como comedia transgresora y esperpéntica centrada en una comunidad de vecinos.

El público joven-adulto de 25 a 44 años muestra una mezcla de los otros demográficos: en primer lugar, y como en los datos generales, también cuenta con *Águila Roja* como serie más vista, seguida de *Hispania la Leyenda*. Las *tv movies* *El Pacto* y *Felipe y Letizia Deber y querer* ocupan el tercer y cuarto lugar y la *tv movie* dedicada a *Farmacia de Guardia*, está en novena posición. Al igual que el público juvenil también sitúa a *Aída* y *El internado* entre las más vistas y comparte con el público infantil y juvenil tener a *Los protegidos* como una de las series preferidas.

La novedad es la serie *13 miedos* que ocupa el octavo lugar con un 17,7% de share. *13 miedos* es una serie de televisión de terror y suspense paranormal mexicana producida en los años 80 y emitida por la cadena Cuatro en 2010, que dedica cada episodio a un miedo cotidiano del subconsciente humano.

Las series con más audiencia entre el público adulto de 45 a 64 años siguen la tónica de las series con más audiencia general, con series de temática histórica en las primeras 5 posiciones, *Gran Reserva* en la sexta posición y dos *tv movies* y tres

telenovelas completando el *rating*. Lo que parece indicar que este es la franja de espectadores que más consume series televisivas.

El público mayor de 65 años también tiene como preferencia las series dramáticas de temática histórica y las series o/y telenovelas de sagas familiares y temáticas sentimentales.

3.2. Análisis del porcentaje de share por clase socioeconómica

Los índices de audiencia relacionados con el status social muestran algunas diferencias significativas. El status social alto y medio comparten la preferencia por las series de temática histórica en los tres primeros lugares, y el status social bajo si bien tiene a *Águila Roja* como serie más vista, muestra una preferencia en los primeros lugares por las telenovelas latinoamericanas.

Tabla 4. Series con más share (grupo socioeconómico alto-muy alto; medio; bajo-muy bajo).

Programa	Status A-MA	Programa	Status MM	Programa	Status B-MB
Cuéntame cómo Pasó	25,5	Águila Roja	29,4	Águila Roja	31,2
Águila Roja	25,1	Hispania La Leyenda	24,5	Mar de Amor	26,8
Hispania La Leyenda	22,6	Cuéntame cómo Pasó	23,0	En Nombre del Amor	26,4
La Duquesa	22,6	Felipe y Letizia	22,3	Bella Calamidades	26,4
La Señora	22,0	Amar en Tiempos Revueltos	22,2	La Señora	26,2
Amar en Tiempos Revueltos	20,9	La Señora	21,7	Cuéntame cómo Pasó	26,1
Adolfo Suárez el Presidente	20,4	El Pacto	21,3	Felipe y Letizia	25,4
Felipe y Letizia	20,1	Gran Reserva	20,9	Amar en Tiempos Revueltos	24,9
Gran Reserva	19,6	La Duquesa	20,9	La Duquesa	23,5
Alfonso el Príncipe Maldito	18,1	Los Protegidos	20,2	El Clon	23,4

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Corporación Multimedia.

En el sector de status social alto destaca la introducción de dos *tv movies* de temática biográfica-histórica de personajes masculinos, *Adolfo Suárez el Presidente* (Antena 3) que realiza un recorrido por la trayectoria política y profesional del presidente del Estado Español durante la transición (1976-1981) y *Alfonso el Príncipe Maldito* (Tele 5) que narra la vida de Alfonso de Borbón.

En el status social bajo destaca en décimo lugar la telenovela brasileña *El Clon* emitida por Televisión Española que novedosamente introduce personajes marroquíes de religión musulmana en papeles protagonistas.

3.3. Análisis de los personajes de las series analizadas

Dedicamos el siguiente apartado a un análisis de contenido general del perfil de los personajes en función de las variables significativas. En la siguiente tabla podemos observar la distribución de personajes femeninos y masculinos de las series analizadas:

Tabla 5. Distribución de personajes masculinos y femeninos.

Serie	Personajes masculinos	Personajes femeninos
Águila Roja	6	3
Aída	5	4
Amar en tiempos revueltos	23	28
Bellas calamidades	8	10
Cuéntame cómo pasó	13	11
El Clon	7	6
El Internado	12	14
En nombre del amor	7	9
Física o Química	10	10
Gran Reserva	6	7
Hispania La Leyenda	8	5
La que se avecina	9	8
La Señora	11	13
Los hombres de Paco	10	6
Los Protegidos	5	6
Mar de Amor	3	4
TOTAL	143	144

Fuente: elaboración propia.

La distribución por sexo de los personajes principales y secundarios es equitativo: 143 personajes masculinos frente a 144 femeninos.

La mayoría de personajes tienen la misma nacionalidad que la de la producción sea española o latinoamericana, con excepción de las series *El Clon* y *Hispania*. Así, en *El Clon* conviven personajes de nacionalidad brasileña con otros de nacionalidad marroquí, brasileña-marroquí o estadounidense-marroquí. En cuanto a *Hispania*, se distingue por ser una producción de temática histórica, donde la nacionalidad se reparte entre una mayoría de hispanos y una minoría de romanos invasores.

Si analizamos a los personajes desde la variable etnia, la diversidad en este sentido todavía es menos representada, en el total de personajes sólo hay dos negros, que además son de origen español y el resto son de etnia blanca o latina. Vuelve aquí la excepción de *El Clon* en la que más de la mitad de los personajes protagonistas es de etnia árabe y de clase alta.

Por otra parte, la religión es un tema poco relevante en la mayoría de series analizadas. Sin embargo, en las que representan el pasado reciente de la sociedad española,

sí que el catolicismo aparece como dominante, incluso hay personajes que son sacerdotes, y lo mismo ocurre con las producciones latinoamericanas aunque reproduzcan la contemporaneidad. También podemos observar que uno de los personajes de *Cuéntame* y uno de *El Clon* se manifiestan claramente como ateos o que una de las profesoras de *Física* y *Química* se represente con fuertes convicciones religiosas –además de ser tradicional y reservada– a pesar del entorno contemporáneo de la sociedad española, que se pronuncia poco sobre el tema. *El Clon* vuelve a ser un punto y aparte, siendo la mayoría de sus protagonistas musulmanes pese a que va dirigida a la audiencia iberoamericana.

Tabla 6. Distribución de personajes según edad.

Serie	0-12 años	13-24 años	25-44 años	45-64 años	+ 65 años	No consta/ No deducible
Águila Roja	2	0	7	0	0	0
Aída	0	3	3	2	1	0
Amar en tiempos revueltos	2	11	25	8	4	1
Bellas calamidades	0	1	10	6	1	0
Cuéntame cómo pasó	0	6	6	9	3	0
El Clon	0	0	10	3	0	0
El Internado	3	9	11	2	1	0
En nombre del amor	0	4	6	5	1	0
Física o Química	0	13	5	2	0	0
Gran Reserva	0	2	9	2	0	0
Hispania La Leyenda	0	1	10	1	0	0
La que se avecina	0	0	7	8	2	0
La Señora	0	3	13	8	0	0
Los hombres de Paco	0	1	12	4	0	0
Los Protegidos	2	5	4	0	0	0
Mar de Amor	0	1	5	1	0	0
TOTAL	9	60	143	61	13	1

Fuente: elaboración propia.

Como puede observarse, las categorías de edad se corresponden con las mismas utilizadas en el análisis de la audiencia que presentamos en el apartado anterior. El punto más significativo es que los personajes mayores de 65 años son casi inexistentes. En caso de haberlos, mayoritariamente son mujeres, cosa que refleja bien la sociedad española, en que la población “mayor” es más femenina que masculina por su mayor esperanza de vida.

Las criaturas son un tipo de personaje tradicionalmente poco representado en la ficción de “*prime time*”, al igual que pasa con la población adolescente. Sin embargo, sí que encontramos un porcentaje significativo de éstos en las series analizadas. El argumento y escenario de dos de estas series –*Física* y *Química* y *El Internado*– demanda este tipo de personaje. El mismo caso se da con *Los protegidos* que es una serie destinada principalmente al público infantil.

Si nos fijamos cuantitativamente en el número de personajes que pertenecen a cada una de las franjas de edad, el grueso se encuentra en los adultos (25-44 años) que, por su edad, se encuentran en momentos vitales ricos, tanto personales como profesionales.

Tabla 7. Distribución de los personajes en las series de mayor audiencia según clase social.

Serie	Baja-Media/ baja	Media-Media	Alta-Media/alta	No consta / No deducible
Águila Roja	5	2	2	0
Aída	9	0	0	0
Amar tiemp. revueltos	16	23	11	1
Bellas calamidades	5	2	10	1
Cuéntame cómo pasó	2	14	8	0
El Clon	1	1	11	0
El Internado	2	8	16	0
En nombre del amor	0	12	14	0
Física o Química	5	13	2	0
Gran Reserva	1	2	10	0
Hispania La Leyenda	7	0	6	0
La que se avecina	6	6	5	0
La Señora	12	5	7	0
Los hombres de Paco	1	12	3	0
Los Protegidos	0	6	1	4
Mar de Amor	2	0	4	1
TOTAL	74	106	110	7

Fuente: elaboración propia.

En referencia a la clase social a la que pertenecen mayoritariamente los personajes hay algunas observaciones que podríamos remarcar. *Aída* y *La Señora* son los que cuentan con una mayoría de personajes de clase popular, siendo en el primer caso la única clase social representada. En *La Señora*, sin embargo, hay una polaridad entre personajes pertenecientes al estrato más humilde, poca clase media y algunos de clase acomodada y se muestran personajes que son honestos, trabajadores, en algunos casos cultos, comprometidos socialmente y vinculados a los movimientos de lucha de clases. También en *Amar en tiempos revueltos* son una mayoría los personajes de clase popular.

La clase social a la que pertenecen los personajes en *Física y Química*, *La que se avecina*, *Los hombres de Paco*, *Los Protegidos* y *Cuéntame* es mayoritariamente la clase media. En contraste con *En el nombre del amor*, *El Clon*, *El Internado*, *Bellas Calamidades* y *Gran Reserva* que cuentan con mayoría de personajes pertenecientes

a la clase alta o acomodada. En *Águila roja*, *Hispania* y *Mar de Amor*, la clase social divide al universo de personajes entre los aristócratas (y no siempre honestos) y los humildes (con valores más loables).

Tabla 8. Distribución de los personajes en las series de mayor audiencia según orientación sexual.

Serie	Heterosexual	Homosexual	Bisexual	No consta / no deducible
Águila Roja	7	0	0	2
Aída	8	1	0	0
Amar tiempo. revueltos	44	2	2	3
Bellas calamidades	17	0	0	1
Cuéntame cómo pasó	24	0	0	0
El Clon	13	0	0	0
El Internado	23	0	0	3
En nombre del amor	16	0	0	0
Física o Química	17	2	1	0
Gran Reserva	13	0	0	0
Hispania La Leyenda	12	0	1	0
La que se avecina	17	0	0	0
La Señora	23	0	0	1
Los hombres de Paco	15	1	0	0
Los Protegidos	9	0	0	2
Mar de Amor	6	0	0	1
TOTAL	264	6	4	13

Fuente: elaboración propia.

La orientación sexual de la mayoría de personajes es la de heterosexual aunque podemos encontrar diversos personajes homosexuales o bisexuales. Así, en *Los hombres de Paco*, una de las protagonistas es una mujer lesbiana, Pepa Miranda, que mantiene una relación intermitente con otro personaje de la serie. En la serie *Física y Química* hay dos homosexuales adolescentes, que son atractivos los dos. David -celoso, inseguro, simpático- y Fer -leal, incorformista, valiente, reivindicativo, muy

sensible, y también un personaje bisexual. En este sentido podemos concluir que es una representación progresista de la diversidad. En *Aída*, comedia de situación, también hay un personaje homosexual, se trata de Fidel, poco atractivo físicamente, inteligente, estudia ingeniería, siendo casi el único que se dedica a los estudios superiores, y es el centro de las burlas por su condición de homosexual. Por tanto, consideramos que esta representación no aporta positividad a la diversidad en cuanto a orientación sexual, pese a que hemos de tener en cuenta que es una comedia de situación en la que todos los personajes son representados como objeto de burla y las tramas son mayoritariamente políticamente incorrectas, aunque con un gran componente de crítica social. Finalmente, la serie *Amar en tiempos revueltos* cuenta con dos personajes bisexuales, dos mujeres que mantienen un matrimonio convencional y lo rompen para vivir una relación de pareja entre ellas, y un personaje homosexual. También encontramos una posible bisexualidad de un personaje femenino, la esclava Sabina, en la serie *Hispania* que provoca una trama principal basada en celos entre cuatro personajes.

Tabla 9. Distribución de los personajes en las series de mayor audiencia según el estado civil.

Serie	Soltero/a	casado/a	divorciado/a	viudo/a	No consta/ No deducible
Águila Roja	3	2	0	2	2
Aída	4	0	3	1	1
Amar en tiempos revueltos	19	26	0	2	4
Bellas calamidades	15	0	0	3	0
Cuéntame cómo pasó	10	9	4	1	0
El Clon	3	9	0	1	0
El Internado	18	1	4	0	3
En nombre del amor	12	3	0	1	0
Física o Química	17	0	3	0	0
Gran Reserva	5	4	2	1	1
Hispania La Leyenda	3	4	0	0	6
La que se avecina	5	9	3	0	0
La Señora	14	7	0	1	2
Los hombres de Paco	5	0	9	0	2
Los Protegidos	7	1	1	0	2
Mar de Amor	5	0	0	0	2
TOTAL	145	75	29	13	25

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al estado civil de los personajes varía mucho según la época que representan, en este caso podríamos decir que se trata de una representación “realista” según cada contexto histórico. En *Águila Roja* la mayoría de los personajes están solteros, alguno casado y alguno viudo, sin aparecer otras clases de unión aunque sí

se encuentre una mujer casada y abandonada por su pareja. Por sexos, hay más solteros masculinos protagonistas que solteras. En *Amar en tiempos revueltos*, a pesar de tratarse también de una serie ambientada en el pasado, ya aparecen dos madres solteras y una viuda que rehace su vida, así como una casada que rompe su matrimonio. *Cuéntame* refleja la transformación social de la época de la transición y aunque la mayoría de personajes siguen modelos de unión tradicional, también se reflejan personajes separados, y parejas de hecho, protagonizadas por hombres y mujeres a partes iguales. En *el nombre del amor*, *Mar de Amor* y *Bellas Calamidades* se dan esquemas similares. Las tres son telenovelas de producción latinoamericana y están ambientadas en la época actual. En su mayoría se representan hombres y mujeres solteros (incluido algún caso de madre soltera), algún viudo, y raramente personajes divorciados. *El Clon* merece mención aparte, al ser una telenovela latinoamericana pero con personajes musulmanes. De todas maneras, el estatus predominante es también el de casados o solteros y no aparece ningún caso de separados/divorciados o de parejas de hecho.

Si nos centramos en las series de ficción que representan la contemporaneidad española encontramos mayor diversidad, tanto en *Los Hombres de Paco* y *El Internado* con mayoría de separados y/o divorciados sin distinguir por sexos, *Física y Química* en la que todos los adultos que aparecen son divorciados o viven en parejas de hecho. En cambio en *Gran Reserva* la situación es diferente, hay mayoría de personajes casados o solteros y sólo un divorciado (quizás por querer representar un contexto más tradicional acorde con el contexto de ficción representado), *La que se avecina* muestra también una mayoría de casados o solteros siendo considerablemente menor el número de divorciados y en *Los protegidos* la mayoría de personajes son solteros. Finalmente, destacamos *Aída* por no tener ningún personaje en una relación matrimonial y sí el resto de situaciones sentimentales posibles: separados, parejas de hecho o segundas uniones.

4. Conclusiones

En este artículo hemos analizado las características de los productos iberoamericanos de ficción de más audiencia emitidos en territorio español durante el año 2010, haciendo especial hincapié en la representación de los personajes y sus características socio-demográficas.

En primer lugar, podemos destacar que la preferencia del público español en *prime-time* es hacia las series de ficción de continuidad con abundantes tramas personales, sociales y sentimentales y personajes corales y destacando entre ellas las series o *tv movies* de temática histórica que enfocan conflictos políticos. La demanda de esta tipología de ficción puede estar relacionada con la necesidad de recuperación de la memoria histórica que reclama la ciudadanía, es de destacar como este fenómeno se da también en otros países que han vivido dictaduras en el pasado reciente, como los ejemplos de las series *Los 80* (Canal 13) y *Los Archivos del Cardenal* (TVN) que han tenido un gran éxito de audiencia en Chile. La variedad de series de época de un pasado más lejano, hecho que encontramos también en Europa, con ejemplos como la aclamada *Downton Abbey* (ITV), también puede entenderse como una forma de romper con la propia realidad cotidiana, en un contexto de crisis económica de la

sociedad actual. Con la distancia en el tiempo, el punto de unión personaje-audiencia viene determinado por los problemas de siempre, la lucha de clases, el amor y el desamor, el bien y el mal. Por tanto la distancia histórica no impide la identificación y sintonía en la relación personajes/narrativas-audiencia.

En relación a las diferencias por tipologías de audiencia, todas comparten la preferencia por la ficción histórica, pero encontramos algunas diferencias que merecen ser mencionadas. Las telenovelas de producción latinoamericana, emitidas en horario de sobremesa, se encuentran dentro del ranking de las 10 más vistas entre la audiencia femenina y la de nivel socioeconómico bajo. Esto concuerda con las investigaciones realizadas por la escuela de los estudios culturales que muestran como las mujeres tienden a identificarse con los modelos de feminidad expuestos en las telenovelas y que el placer narrativo derivado de estas satisface necesidades, ayuda a paliar ansiedades reales de las espectadoras y se produce un proceso de identificación con los personajes con los cuales comparten estilos de vida, visiones del mundo y experiencias (Hobson, 1982; Geraghty 1991; Spence, 1995).

La importancia de las telenovelas entre los estratos sociales bajos se relaciona con la línea que considera la ficción como herramienta educativa para el cambio social. Como afirma Tufte (2007) en sus estudios sobre la utilización de las telenovelas por parte de las mujeres de clase marginal de Brasil, la identificación emocional de las mujeres por las telenovelas constituyen una fuente de educación más importante que la información, permiten el diálogo entre la audiencia y favorecen que se acepten temas anteriormente tabús.

La preferencia de la audiencia juvenil por series de ficción como *Física o Química* y *El Internado*, enfocadas a personajes adolescentes y sus relaciones sentimentales y sexuales mostrando temas como el embarazo adolescente, la homosexualidad o los triángulos amorosos, pueden constituir también otra herramienta educativa destacable. Como afirma Obregón (2005), en sus investigaciones sobre la percepción de los adolescentes de las relaciones sexuales y el VIH/SIDA en las telenovelas colombianas, la representación de estos temas ayuda a la discusión sobre responsabilidad sexual entre los y las adolescentes y a adoptar actitudes positivas desde una perspectiva de género en su propia conducta sexual.

La representatividad de la diversidad en los personajes sigue mostrando la miopía de los programadores que no saben acabar de adaptarse a una sociedad y una audiencia que evoluciona más rápidamente que el mundo representado en los productos de ficción. Pese a que ciertamente han introducido una cierta equidad de género entre los personajes, y que se muestran diferentes opciones sexuales y protagonistas de diferentes etnias o procedencias, cuantitativamente siguen siendo una minoría. Sin embargo, el éxito entre la audiencia de series como *El Clon*, cuya mayoría de personajes son de procedencia árabe, o el hecho de que entre las series más vistas se encuentren cuatro que tienen personajes con opciones sexuales distintas a la heterosexual, muestra como la población está demandando un producto de ficción más representativo y más acorde con la sociedad actual.

Amanda Lotz (2006) advierte que las cadenas generalistas norteamericanas ya se han visto obligadas a cambiar sus contenidos a causa de las transformaciones inevitables que parten de la nueva mentalidad de las mujeres, y los cambios en sus vidas laborales y personales, y que por tanto, quieren personajes femeninos

fuertes y progresistas que estén más acordes con los nuevos roles de género de las sociedades actuales.

Es de destacar que la ficción iberoamericana ha introducido muchos aspectos sociales innovadores y que el análisis nos ha mostrado modelos de familia diferentes y gran variedad de situaciones personales y sentimentales que ayudan a hacer avanzar las tramas. Pero para poder adaptarse al nuevo sistema de mercado mediático es necesario que, aparte de los cambios tecnológicos, dediquen un esfuerzo a mejorar los contenidos y a tener en cuenta a todos los tipos de consumidores, especialmente al público juvenil masculino y femenino que, como hemos visto, son los que visionan las series más transgresoras. Además, como destacan los estudios recientes (Kehily y Nayak, 2008; Vilches, 2009), su relación con la televisión y las nuevas tecnologías desde un punto de vista crítico y participativo abre todo un horizonte nuevo que trasciende el sistema de producción actual.

Referencias bibliográficas

- ANG, Ien (1996). *Watching Dallas. Soap opera and the melodramatic imagination*. Londres: Routledge.
- BANDURA, Albert (1978). "Social learning theory of aggression". **En:** *Journal of Communication*, n.º 28, pp. 12-29.
- BUCKINGHAM, David (1987). *Media education*. Milton Keynes: Open University Press.
- CARVETH, Rodney & ALEXANDER, Alison (1985). "Soap opera viewing motivation and the cultivation process". **En:** *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, n.º 29, pp. 259-273.
- DAVIS, Donald M. (1990). "Portrayals of women in prime-time network television: Some demographic characteristics". **En:** *Sex Roles*, vol. 23, n.º 5-6, pp. 325-332.
- DIEGO, Patricia, ETAYO, Cristina, PARDO, Alejandro (2011) "La percepción sobre la calidad de las series televisivas en España: Contraste entre el público y los profesionales". **En:** *ZER*, vol. 16, n.º 31, pp. 69-88.
- EATON, Carol (1997). "Prime-time stereotyping on the new television networks". **En:** *Journalism and Mass Communication Quarterly*, n.º 74, pp. 859-872.
- FARIA, Vilmar; POTTER, Joseph (1999). "Television, Telenovelas, and Fertility Change in North-East Brazil". **En:** LEETE, Richard (ed.). *Dynamic of Values in Fertility Change*. Nueva York: IUSSP, Oxford University Press.
- FUENZALIDA, Valerio (1992). "¿Qué ven los campesinos chilenos en la telenovela? Del reconocimiento a la reivindicación del televidente". **En:** OROZCO, Guillermo [comp.], *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*. México: Universidad Iberoamericana.
- GALÁN, Elena (2006). "La representación de los inmigrantes en la ficción televisiva en España. Propuesta para un análisis de contenido. El Comisario y Hospital Central". **En:** *Revista Latina de Comunicación Social*, n.º 61.

- <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200608galan.htm> [fecha de consulta: 16 de noviembre de 2011]
- GARCÍA DE CASTRO, Mario (2002). *La ficción televisiva popular. Una evolución de las series de televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- GERAGHTY, Christine (1991). *Women and Soap Opera: A Study of Prime Time Soaps*. Cambridge: Polity Press.
- GERAGHTY, Christine (1997). “Nuevas historias en escenarios antiguos. Realismo y comunidad en las telenovelas británicas”. **En:** VERÓN, Eliseo; ESCUDERO, Lucrecia [comps.]. *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales*. Barcelona: Gedisa.
- JENSEN, Robert; OSTER, Emily (2007). “The Power of TV: Cable Television and Women’s Status in India”. **En:** *National Bureau of Economic Research Working Paper Series 13305*. <http://www.nber.org/papers/w13305> [fecha de consulta: 21 de noviembre de 2011].
- JIMÉNEZ, Estefanía, SOLÍS, M^a Eloísa (2008) “Los telespectadores de ficción y su participación en Internet. Análisis de un blog promocional: “House vs. Grey” en Cuatro”, **En:** *ZER* vol. 13, N.º 24, p. 125-156
- HOBSON, Dorothy (1982). *Crossroads - The Drama of a Soap Opera*. London: Methuen.
- KEHILY, Marie Jane; NAYAK, Anoop (2008). “Global femininities: consumption, culture and the significance of place”. **En:** *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, vol. 29, n.º 3, pp. 325-342.
- LIPOVETSKY, Pilles; SERROY, Jean (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
- LOTZ, Amanda D. (2006). *Redesigning Women. Television After the Network Era*. Illinois: University of Illinois Press.
- MARTIN SERRANO, Manuel (1982). *El uso de la comunicación social por los españoles*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- MERAYO (2010) “Aprendiendo de la ficción televisiva. La recepción y los efectos socializadores de «Amar en tiempos revueltos»” **En:** *Comunicar* n.º 36, pp. 181-190
- NIGHTINGALE, Virginia (1999). *El estudio de las audiencias. El impacto de lo real*, Barcelona: Paidós.
- OBREGÓN, Rafael (2005). “HIV/AIDS, Soap Operas and Young Viewers: Exploring the Intersection of Media Effects and Reception Analysis and its Implication for Health Communication”. **En:** *Investigación y Desarrollo*, vol. 13, n.º 2, pp. 250-279.
- SÁNCHEZ, Sebastián (2012). “Valores morales, empatía e identificación con los personajes de ficción. El universo representativo de “Cuéntame cómo pasó (TVE)””. **En:** *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 3, n.º 2, pp.83-110.
- SIGNORIELLI, Nancy; BACUE, Aaron (1999). “Recognition and Respect: A Content Analysis of Prime-Time Television Characters Across Three Decades”. **En:** *Sex Roles*, vol. 40, n.º 7-8, pp. 527-544.
- SPENCE, Louise (1995). “They killed off Marlina, but she’s on another show now’: fantasy, reality, and pleasure in watching daytime soap operas”. **En:** ALLEN, Robert C. [ed.], *To Be continued...: soap operas around the world*. London: Routledge.

- THOMPSON, John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- TUFTE, Thomas (2007). “*Soap Operas* y construcción de sentido: mediaciones y etnografía de la audiencia”. **En:** *Comunicación y Sociedad*, n.º 8, pp. 89-112.
- VASSALLO DE LOPES, Maria Inmaculada (2006). “Reflexiones teórico-metodológicas dentro de un estudio de recepción”. **En:** SAINTOUT, Florencia; FERRANTE, Natalia [comp.]. *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público*. Buenos Aires: La Crujía.
- VILCHES, Lorenzo (1993). *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Paidós.
- VILCHES, Lorenzo (2009) (coord.). *Mercados globales, historias nacionales*. Barcelona: Gedisa.