

Periodismo, género y televisión: la imagen de las mujeres periodistas en las series estadounidenses (1988-2022)

Journalism, gender and television: the image of women journalists in US series (1988-2022)



Carlota Coronado Ruiz. Profesora Titular en la Universidad Complutense de Madrid. Sus líneas de investigación se han articulado en torno al estudio de las representaciones sociales –de género, de identidades, de historia y memoria histórica–, desde un punto de vista interdisciplinar, y centrado en los medios audiovisuales (cine y televisión). Resultado de estas investigaciones son los diferentes artículos publicados en revistas científicas de reconocido prestigio internacional. Universidad Complutense de Madrid, España
carlotac@ucm.es
ORCID: 0000-0001-6997-0206

Recibido: 29/10/2023 - Aceptado: 12/01/2024 - En edición: 26/02/2024 - Publicado: 01/07/2024

Received: 29/10/2023 - Accepted: 12/01/2024 - Early access: 26/02/2024 - Published: 01/07/2024

Resumen:

El cine ha perpetuado a lo largo de décadas unos paradigmas narrativos y estereotipos sobre las mujeres periodistas. Algunos de ellos se han trasladado a la ficción televisiva, pero ésta ha actualizado estas representaciones con nuevos modelos. La presente investigación trata de determinar cuál es la imagen que las series de ficción estadounidenses han proyectado sobre las profesionales del periodismo, a través del análisis de ocho series emitidas entre 1988 y 2022, tanto centradas en el periodismo como con protagonistas femeninas que ejercen esta profesión. Se aplica una perspectiva diacrónica que permite ver la evolución de estos estereotipos a lo largo de más de tres décadas. De esta manera, se pueden observar los cambios en los modelos, así como las continuidades, y hacer evidente el progreso social y las diferentes representaciones de las mujeres periodistas.

Palabras clave:

Mujeres periodistas; televisión; Estados Unidos; ficción televisiva; periodismo.

Abstract:

Over the decades, the film industry has perpetuated certain narrative paradigms and stereotypes about female journalists. Some of these have been transferred to television fiction, where such portrayals have been updated with new archetypes. The aim of this research is to determine the way female journalists are portrayed in US fictional series. To this end, an analysis has been carried out regarding eight series broadcast between 1988 and 2022, which focus on journalism, featuring women as the protagonists who work in the profession. A diachronic perspective has been taken, which allows us to see the evolution of these stereotypes over more than three decades. In this way, it is possible to observe changes in archetypes as well those that persist, and to show evidence of social progress related to the diverse portrayals of women journalists.

Keywords:

Female journalist; television; United States; television fiction; journalism.

Cómo citar este artículo:

Coronado Ruiz, C. (2024). Periodismo, género y televisión: la imagen de las mujeres periodistas en las series estadounidenses (1988-2022). *Doxa Comunicación*, 39, pp. 239-256.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n39a2126>



Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0

1. Introducción

El periodismo ha sido protagonista de numerosas películas desde los inicios del cine. En esos relatos audiovisuales ambientados en las redacciones de periódicos o en estudios de radio o televisión, los retratos del periodista han pivotado entre la imagen del héroe en busca de la verdad y al servicio de la democracia y su antítesis de villano sin escrúpulos ni ética profesional, ávido de poder y capaz de mentir, sobornar o distorsionar la realidad para conseguir sus propios fines (Ehrlich, 2004; Ehrlich y Saltzman, 2015).

Resulta extraño encontrar en el cine algún título en el que se trate el periodismo de forma equilibrada y neutral (González, 2003: 77). Del periodista borracho y malhablado que se dedica a retorcer la verdad para escandalizar, se pasa al mito del periodista hecho a sí mismo y que lucha por la justicia. Y es que, como apunta Mera (2008: 519), “lo que se muestra es lo fuera de lo común en la profesión, ampliando los rasgos y reduciendo los matices”.

Autores como Laviana (1996), Langman (1998), Ghiglione y Saltzman (2005) o McNair (2010) han reflexionado sobre estas visiones estereotipadas de los periodistas que ofrece la ficción y han propuesto las tipologías más recurrentes: el reportero como sabueso a la caza de la noticia (Langman, 1998: 2); el periodista humano, con emociones y conflictos internos; el reportero anónimo, siempre en medio de la masa de micros y cámaras; el *scandalmonger* o periodista chismoso; el editor fumador y malhumorado, pero con olfato para las buenas historias; y/o el propietario de medios (*Media owner*), siempre en busca de su propio beneficio (Ghiglione y Saltzman, 2005: 14-21). McNair (2010) añade otras categorías: el periodista como perro guardián del poder político (*watchdog*); el escritor o artista como parte de la mitología del periodismo; el testigo de los acontecimientos en primera persona; o los villanos de la profesión.

De estas categorías de periodistas solo hay una referida a las mujeres: las denominadas *sob sisters* (hermanas sollozantes). Este nombre despectivo referido a las “reporteras de noticias que apelaban a la simpatía de los lectores con sus relatos de sucesos patéticos” (Saltzman, 2003: 2), fue utilizado por primera vez en 1907, según relató la periodista Ishbel Ross. Sin embargo, no se popularizó hasta que empezó a utilizarse en las películas. Unido a este estereotipo de periodista de “noticias sensibleras” estaba la llamada *news hen* (gallina de noticias), que tenía que enfrentarse a un ambiente laboral hostil y poco colaborador, lo que en ocasiones la llevaba a tener que abandonar para dedicarse a la vida familiar (Langman, 1998: 3).

Este estereotipo estaba ya presente en *A female reporter* (1909), primer cortometraje producido en Hollywood con una periodista como protagonista. Reflejo de la realidad, estas películas mostraron los temas lacrimógenos, humanos o de sociedad a los que se dedicaban las mujeres. Para hacer ver su valía, muchas tenían que convertirse en “uno de los chicos” (Saltzman, 2003: 3), lo que dio lugar a un proceso de masculinización que la gran pantalla puso en evidencia en los años 30 y 40 con personajes como la Hildy JoYson de *Luna nueva* (Howard Hawks, 1940), una periodista inteligente y ambiciosa, capaz de hablar de igual a igual al resto de compañeros de profesión, caracterizada tanto por su vestimenta con toques masculinos, como por su fuerte personalidad.

Junto a estos dos estereotipos, en el cine estadounidense de finales del siglo XX, se pueden distinguir otras categorías diferentes de mujeres periodistas: la mujer ambiciosa, fría e implacable que se mueve en un ambiente de hombres y cuyas prácticas profesionales son poco ortodoxas; la periodista frívola y seductora, superficial y ávida de fama, sin ningún tipo de escrúpulo; la *sob sister* actualizada que se siente intrusa en un mundo de hombres al que tiene que adaptarse; la periodista ama de casa cuya

motivación principal no es el trabajo sino conseguir el amor; la heroína del cine de acción, incorporada a mundos profesionales masculinos para el desarrollo de la trama romántica (Osorio, 2009); la joven torpe y con pocas habilidades periodísticas; la editora jefa que pone a raya a las más inexpertas y que se presenta como amargada y tirana; y el mito de la columnista con un estilo de vida irreal, escribiendo una pieza al mes y con cientos de admiradores.

La ficción televisiva de finales del siglo XX y principios del XXI no ha abandonado estas representaciones: aunque las facultades de periodismo tienen más de la mitad de alumnas y la profesión es mayoritariamente femenina, las periodistas de la ficción siguen moviéndose en un mundo de hombres tratando de no ser vistas como objetos sexuales o bien utilizando su feminidad para llegar al éxito. La televisión ha perpetuado durante décadas los clichés sobre las mujeres periodistas, pero también ha ofrecido algunas imágenes positivas. De hecho, como señala Saltzman (2003), las dos referencias más positivas del periodista en la cultura popular son mujeres: Mary Richards (Mary Tyler Moore) en *The Mary Tyler Moore Show* (CBS, 1970-1977) y Murphy Brown (Candice Bergen) en *Murphy Brown* (CBS, 1988-1998).

Las series de televisión se han convertido en uno de los fenómenos culturales más populares del siglo XXI. Desde los años 90 hasta la actualidad se aprecia en la ficción televisiva una mayor presencia femenina, no solo desde el punto de vista cuantitativo, sino también cualitativo. El androcentrismo hegemónico en la industria de Hollywood ha ido dando paso a nuevas narrativas donde los personajes femeninos tienen más peso o bien en las que se evidencian problemáticas que viven las mujeres. Los cambios sociales y la llamada Cuarta Ola del feminismo han permeado en las narrativas televisivas.

La evolución en la representación de las mujeres en las series de televisión estadounidenses va muy unida a las series sobre profesionales (Marek, 1997), y en particular sobre periodistas. Es paradigmática la evolución de la figura de la mujer periodista en las series americanas desde los años ochenta hasta bien entrados los 2000. Algunas de las series clave que han marcado los cambios en los modelos de representación femeninos han centrado su temática en las mujeres periodistas (Press, 2018). Desde *Murphy Brown* en los ochenta, a *Sexo en Nueva York* en los noventa y *Good Girls Revolt* en el nuevo milenio.

El presente estudio se plantea como hipótesis de investigación dilucidar si los estereotipos presentes en las representaciones cinematográficas de las mujeres periodistas se perpetúan en las series de televisión estadounidenses de las últimas tres décadas. ¿Existen nuevos paradigmas narrativos a la hora de presentar a estos personajes? ¿Se observa una evolución en los diferentes modelos de mujeres periodistas en los últimos treinta años? Para responder a estos interrogantes, con el objetivo de dar una visión lo más completa posible sobre cómo la ficción televisiva estadounidense ha representado a las mujeres periodistas, se ha llevado a cabo el análisis de ocho series estadounidenses emitidas entre 1988 y 2022, tanto centradas en el periodismo, como con protagonistas femeninas que ejercen esta profesión.

El estudio se acota al ámbito estadounidense por varios motivos. En primer lugar, por una cuestión metodológica a la hora de definir cuantitativamente el corpus analítico: el objeto de estudio no solo se delimita temporalmente (1988-2022), sino también geográficamente. Aunque en este marco temporal existen productos televisivos procedentes de otros países centrados en el periodismo, como la serie española *Periodistas* (Telecinco, 1998-2002); las británicas *The Hour* (BBC, 2011) *Press* (BBC, 2018); la danesa *Borgen* (DR y Netflix, 2010-2022); la sueca *Blinded* (Misofilm, 2019); o la surcoreana *Argon* (TVN, 2017), entre otras tantas; se ha decidido centrar la investigación en la industria televisiva estadounidense porque la elección de otros países hacía el estudio inabarcable. En segundo lugar, se ha preferido elegir un solo país para ver la evolución de los personajes femeninos a lo largo de

diferentes décadas y no hacer un estudio de corte comparativo con otros países, sino centrado en Estados Unidos, el referente clave para el panorama televisivo internacional.

Aunque la representación cinematográfica del periodismo haya sido objeto de trabajo de numerosos artículos de investigación y libros desde los años setenta hasta la actualidad - Barris (1976); Good (1985 y 1998), Ehrlich (2006); Laviana (1996); Ness (1997); Bezunartea et al. (2007); Requeijo (2013); Bunyol, (2017)-, ni la ficción televisiva ni la representación de las mujeres periodistas han sido temáticas recurrentes en estos estudios. En el ámbito anglosajón, entre los primeros trabajos sobre periodismo y televisión destaca el libro de Douglass K. Daniel (1996), dedicado a la serie *Lou Grant*. El autor dedica un capítulo al drama periodístico como género televisivo haciendo un recorrido histórico por las series producidas entre 1947 y 1977.

En las siguientes décadas se aprecia un aumento en el número de series centradas en las dinámicas de trabajo del ejercicio del periodismo, pero este interés por las cadenas de televisión y más tarde por parte de las plataformas, no se ha traducido en un interés académico. En la última década, coincidiendo con la Tercera Edad de Oro de la ficción televisiva estadounidense (Cascajosa Virino, 2009: 12-13; Wayne, 2016: 41), se han multiplicado los trabajos de investigación sobre series, pero son todavía escasos los que analizan la imagen que se ofrece de esta profesión, sobre todo en España. La mayoría se centra en estudios de caso, como los trabajos de Gómez Morales (2014), que analiza la representación de la figura del periodista en la comedia animada de *prime time*; o Novoa Jaso (2017), que busca identificar los estereotipos del periodista en la ficción televisiva actual a través del análisis de las series *The Newsroom* (HBO, 2012) y *Argon* (TVN, 2017). En el ámbito anglosajón destaca el trabajo comparativo de McNair (2014) sobre el trasvase de viejos estereotipos del periodista del cine a la televisión.

También son escasas las investigaciones sobre la imagen de las mujeres periodistas en las series. Saltzman (2003) es uno de los primeros autores en enfrentarse a este tema señalando las constantes presentes en la imagen que la cultura popular ha proyectado sobre las profesionales del periodismo. Otros estudios analizan series sobre periodismo con protagonistas femeninas como *Good Girls Revolt* (Painter y Ferrucci, 2019); personajes que se dedican a este oficio en series como *Cómo conocí a vuestra madre* (Rizwan, 2013); o bien llevan a cabo estudios de caso para identificar cuál es el retrato que una determinada serie ofrece sobre las periodistas (Painter y Ferrucci, 2012 y 2015; De Wulf Helskens et al, 2023). Una de las más analizadas es *House of Cards* (Cvetkovic y Oostman, 2018; Painter y Ferrucci, 2017), especialmente la sexualización y la falta de profesionalidad de las mujeres periodistas que la serie representa.

Estas investigaciones coinciden en la idea de que las imágenes sobre las periodistas ofrecidas por las series del siglo XXI siguen siendo simplificadoras y estereotipadas: desde la “rubia tonta” hasta la “jefa amargada,” pasando por la periodista de éxito masculinizada que ha sacrificado la vida personal por el éxito profesional. Estas ideas generales proceden de diferentes estudios de caso que permiten hacer una radiografía puntual de una serie producida en un determinado momento. Sin embargo, resulta interesante aplicar una perspectiva diacrónica que permita observar la evolución de estos estereotipos relacionando la imagen que cada serie ofrece con el contexto de producción. En ese sentido, el presente estudio trata de abarcar un periodo de tiempo amplio (1988-2022) para poder establecer los cambios en los modelos, así como las continuidades, y hacer evidente el progreso social y las diferentes representaciones de las mujeres periodistas.

2. Metodología

La primera cuestión metodológica que se planteó fue establecer un marco cronológico, determinante para el diseño y tamaño de la muestra. El objetivo de ofrecer una amplia visión sobre la imagen de la mujer periodista en las series de televisión de producción estadounidense suponía la elección de un periodo de tiempo amplio. En primer lugar, se barajó la idea de centrarse en la denominada Tercera Edad de Oro de la televisión, que abarcaría la ficción producida desde finales de la década de los noventa hasta la actualidad. Este marco cronológico dejaba fuera a la que había sido la pionera de las series sobre periodismo y un referente a la hora de representar a las mujeres periodistas, *Murphy Brown* (CBS, 1988-1998), de ahí que se ampliara a los últimos 34 años (1988-2022).

Este periodo tan amplio de análisis suponía trabajar con un corpus documental excesivamente grande, por lo que se delimitó la muestra teniendo en cuenta diferentes cuestiones. En primer lugar, definir el tipo de serie que formaría parte del estudio. El auge de las llamadas *workplace tv series* o series profesionales cuyo ingrediente fundamental es “el acercamiento a la realidad tanto en los temas como en la construcción de los personajes” (Galán, 2007: 41), llevó a incluir como parte de la muestra a las series profesionales centradas en el periodismo, donde se reflejan las dinámicas de trabajo de una redacción, así como los procesos de cobertura, creación y difusión de noticias. Sin embargo, no todas ellas resultaban de interés por la infrarrepresentación femenina o el escaso peso narrativo de las mujeres periodistas¹. Por ello, se limitó a series profesionales con personajes femeninos protagonistas. La acotación a un género preciso como las series profesionales sobre periodismo dejaba fuera de la muestra otros géneros como la *sitcom* o bien series de comedia o dramáticas que tuvieran entre sus personajes principales a una mujer periodista. De ahí que se aplicara el criterio del peso narrativo dentro de la historia: se han incluido dentro de la muestra series con personajes femeninos protagonistas² que ejercen la profesión periodística.

Para definir una muestra de análisis lo más representativa posible se han tenido en cuenta los canales televisivos o plataformas en las que se han emitido las series seleccionadas. En este periodo, tuvo un gran desarrollo en Estados Unidos la televisión por cable, lo que generó una multiplicación de canales y de oferta televisiva. Esta variedad se ha tratado de reflejar en la muestra, pero, al tener que delimitar el número de series, se ha optado por elegir dos de las grandes *networks* (CBS y NBC), las plataformas con mayor número de suscriptores (Netflix y Amazon) y la televisión por cable que había revolucionado el panorama televisivo estadounidense, HBO, convirtiéndose en “estandarte de la televisión de calidad” (Cascajosa, 2006: 25).

Otro factor importante a la hora de confeccionar la muestra ha sido la autoría. Como señala Saltzman (2003: 4), los guionistas hombres han perpetuado un paradigma patriarcal a la hora de representar a las *sob sisters*, evitando plasmarlas como demasiado independientes y luchadoras y asegurándose de que estas mujeres finalmente sucumbieran al amor. En la Tercera Edad de Oro,

1 Se han excluido del corpus de análisis series centradas en el ámbito profesional del periodismo con infrarrepresentación femenina, aunque de por sí, este escaso peso narrativo se convierte en un modo de representación de las mujeres periodistas.

2 Para determinar el grado de protagonismo de un personaje e incluir la serie en la muestra se han tenido en dos cuestiones: una cuantitativa, es decir, que estuviera presente en más de una temporada; y una cualitativa, que tuviera las funciones de los roles protagonistas, es decir, que orientara el relato, fuera focalizador de la acción, y que tuviera objetivos individuales.

la televisión americana ha mantenido un androcentrismo cultural hegemónico: no es casualidad, como apunta Press (2018: 98), que este tipo de series las dirigiera siempre un hombre.

Las mujeres eran figuras secundarias en estos psicodramas masculinos y a las realizadoras que deseaban crear dramas menos machistas se les ponían obstáculos casi insuperables. Casi por definición, la televisión 'seria' ofrecía pocas oportunidades a las mujeres tanto de ponerse delante como detrás de las cámaras (Press, 2018: 98).

El aumento de mujeres *showrunners* en las series estadounidenses a partir del 2000, como son los casos de Amy Sherman-Palladino, Shonda Rhimes o Jenji Kohan, ha supuesto la apertura a nuevas temáticas y un mayor protagonismo femenino.

En ese sentido, a la hora de confeccionar la muestra de análisis se ha tenido en cuenta la inclusión de series creadas por mujeres, lo que ha permitido realizar una comparativa entre la mirada masculina de algunas series y la perspectiva más feminista presente especialmente en las series escritas y dirigidas por mujeres. Por tanto, el corpus documental final está integrado por las siguientes series: *Murphy Brown* (CBS, 1988-1998), *Sexo en Nueva York* (HBO, 1998-2004), *El ala oeste de la Casa Blanca* (NBC, 1999-2006); *Cómo conocí a vuestra madre* (CBS, 2005-2013), *The Newsroom* (HBO, 2012-2014), *Good Girls Revolt* (Amazon, 2016); *House of Cards* (Netflix, 2013-2018) e *Inventing Anna* (Netflix, 2022). En conjunto, estas ocho series abarcan el periodo de tiempo analizado, tres de ellas tienen a una mujer como *showrunner*, todas ellas tienen al menos un personaje protagonista femenino que se dedica al periodismo, pero, además, ofrecen una diversidad de figuras, tipos de periodismo (televisivo, político, en revistas de calidad, etc.) y en épocas distintas (desde los años 70 hasta la actualidad).

Aunque se ha delimitado la muestra para que no fuera inabarcable, el corpus documental es amplio, por lo que la metodología aplicada para trabajar con las ficciones televisivas ha sido el análisis cualitativo centrado en los personajes femeninos y los temas tratados en cada serie. El visionado de todas las temporadas ha permitido ver la evolución y el arco narrativo de los personajes femeninos a lo largo de cada serie y establecer las tramas con las que se los relacionaba. Sin embargo, realizar un análisis de contenido y personajes en profundidad de cada capítulo resultaba inviable, dado el volumen de horas totales.

Para hacer un análisis en profundidad de las protagonistas, se ha hecho una selección de temporadas, incluyendo en todos los casos la primera, fundamental para la presentación de personajes, tramas y ambientes. En este sentido, de algunas de las series más longevas y con mayor número de episodios (*Murphy Brown*, *Sexo en Nueva York*, *El ala oeste de la Casa Blanca* y *Cómo conocí a nuestra madre*) se han seleccionado la primera y última temporada para el análisis. En el caso de *House of Cards* se ha limitado el análisis a las dos primeras temporadas, donde el periodismo está más presente en la trama. Tanto *The Newsroom* como *Good Girls Revolt* e *Inventing Anna* se han analizado de forma completa al tratarse de un menor número de episodios en total.

Se ha prestado especial atención al análisis de los personajes protagonistas teniendo en cuenta diferentes puntos de vista: narrativo, roles desempeñados, relaciones con otros personajes, características físicas y psicológicas, y comportamiento. Se han tenido en cuenta las categorizaciones establecidas por estudios precedentes (Galán, 2006), basados en los fundamentos teóricos de la narrativa audiovisual, analizando a los personajes femeninos desde la tridimensionalidad (lo narrativo, lo psicológico y lo relacional). También se ha trabajado la caracterización de los personajes femeninos desde los estudios de género y la crítica y teoría filmica feministas. De esta manera se han aplicado variables que conectan las teorías de la narratología con las de género, relacionando aspectos como la situación y posición de las mujeres respecto a los varones, los roles de los personajes en función del binomio doméstico/público, aparición o no de la "feminidad normativa", relaciones de rivalidad/amistad entre féminas, entre

otras (Menéndez y Zurián, 2014: 65). También se ha recurrido a la bibliografía centrada en estas series para completar el análisis. De este modo se ha podido establecer en cada serie y a lo largo de las distintas décadas, qué modelos femeninos son los más representados, en qué contextos suelen aparecer y cuál es su peso narrativo.

3. Resultados

3.1. Series que abren el camino: de *Murphy Brown* a *El ala oeste de la Casa Blanca*

El recorrido cronológico por las series seleccionadas, que permite ver la evolución en los estereotipos asociados a las mujeres periodistas en la ficción televisiva estadounidense en las últimas décadas, comienza con una serie pionera y que ha sido referente para los posteriores retratos televisivos del periodismo. Se trata de *Murphy Brown* (CBS, 1988-1998), *sitcom* creada por Diane English, centrada en la vida de una periodista de éxito, presentadora de un magazín informativo, que tiene que demostrar cada día su valía y sus habilidades periodísticas. Como ya se ha mencionado, para Joe Saltzman (2003), el personaje de Murphy Brown corresponde a una de las dos imágenes más positivas del periodismo en la cultura popular, siendo la otra el personaje de Mary Richards en *The Mary Tyler Moore Show* (CBS, 1970-1977).

Heredera directa y actualizada de Mary Tyler Moore, Brown representa a la mujer de finales del siglo XX. Es una periodista seria, fuerte e independiente; alejada del estereotipo de *sob sister* y más cercana al del periodista que bebe mucho y siempre tiene un cigarrillo en la boca. Una de las características que más llama la atención de la protagonista de la serie creada por Diane English es la edad. Frente a la exigencia de juventud y atractivo en las presentadoras característica de la televisión estadounidense, Murphy representa la seriedad y profesionalidad de una periodista que tiene más de cuarenta años. Ya en los años ochenta, como señala Fung (1988), se advertía que los puestos de trabajo de conducción de programas iban para mujeres jóvenes y hombres experimentados. Esta tendencia se ha generalizado en la mayor parte de los países y se mantiene en la actualidad³. En Estados Unidos, se ha perpetuado el tradicional binomio de presentador mayor con periodista joven. Él representa la veteranía, la seriedad, la profesionalidad y la credibilidad; ella, la belleza, la atracción y la inexperiencia.

Pero Murphy Brown ya no es “la chica de la tele” joven y atractiva, sino la mujer de la tele. Una mujer que ya no pide permiso, sino que da permiso, “una mujer adulta, profesional reconocida, brillante, admirada... y también politoxicómana, irascible y soltera” (Güimil, 2017). Un personaje con muchos matices que crece a lo largo de las diferentes temporadas, tanto personal como profesionalmente, planteando temas sociales y políticos de actualidad y cuestiones que entraron en el debate nacional al convertirse el personaje en madre soltera. Brown será la primera mujer periodista de la ficción estadounidense capaz de mantener un equilibrio entre la carrera profesional y la familia, sin tener que sacrificar una de las dos.

Murphy Brown entraba semanalmente en los salones de los hogares americanos entrevistando, como si fuera una periodista real y no de ficción, a personajes públicos reales como políticos y grandes figuras del periodismo como Walter Cronkite o Katie

3 En España, por ejemplo, en 2023, hay cuatro presentadores de informativos de televisiones generalistas que superan los 60 años y ninguna presentadora. La edad media de las presentadoras de telediario en España es de 41 años, mientras que la de los hombres que presentan informativos es de 54 años (Vázquez-Miraz, 2019).

Couric, entre otros muchos. Ese desfile de profesionales del medio a los que Murphy saludaba como sus iguales, rompieron la línea entre la realidad y la ficción. El personaje de Murphy Brown cobraba vida propia como periodista de éxito y profesional que sería todo un referente para las siguientes generaciones. Este personaje creado por Diane English abre el camino a los grandes personajes femeninos que poblarán la televisión en años posteriores.

La siguiente serie que romperá con los moldes establecidos en cuanto a la representación de roles femeninos será *Sexo en Nueva York* (HBO, 1998-2004), aunque será más trasgresora con los tabúes que giran en torno a la sexualidad femenina que con los estereotipos de la mujer periodista. La protagonista, Carrie Bradshaw, alter ego de Candance Busyell, autora del libro homónimo en el que se inspira la serie creada por Darren Star, trabaja como columnista *freelance* del periódico ficticio *The New York Star*. Este personaje interpretado por Sarah Jessica Parker será narradora y eje central de la serie: cada capítulo se estructura en torno al artículo que escribe Carrie sobre sus vivencias, aficiones y su vida sexual. A través de esta narración, la serie hace intervenciones significativas en los discursos moralistas sobre la sexualidad femenina y la elección del estilo de vida (McHugh, 2001: 195-196).

Bradshaw es una mujer independiente y con estabilidad económica, con aspiraciones profesionales y que no deja que su vida la condicionen los deseos o necesidades de los hombres. A diferencia de otros personajes femeninos que representaban el estereotipo de *sob sister* que finalmente elegían el amor a la carrera profesional, para Carrie y sus amigas el matrimonio y la maternidad no son el objetivo de toda mujer, ni tampoco la panacea de la felicidad. De hecho, la serie presenta el trabajo como fuente de realización personal y no como lugar de conflicto.

A pesar de que la serie rompe con los roles sociales de género, la imagen de estas mujeres jóvenes, blancas, atractivas y con éxito profesional resulta poco realista. Como explica la periodista Simon Paget (2013) en un *post* de su *blog* titulado *Carrie Bradshaw vs Reality*, una *freelance* debe escribir múltiples artículos a la semana para poder pagar las facturas.

En las antípodas del periodismo ligero se encuentra la profesional de la comunicación política retratada en *El ala oeste de la Casa Blanca* (NBC, 1999-2006). Su creador, Aaron Sorkin, después de la representación televisiva del trabajo de los periodistas deportivos en *Sport Night* (1998-2000), pone en evidencia su interés por la labor periodística a través del personaje de C.J. Cregg, reflejo en la ficción de Dee Dee Myers, primera mujer en ocupar el puesto de *Press Secretary* (secretaria de prensa). El asesoramiento por parte de quien ocupó este cargo durante los últimos dos años de la administración Clinton seguramente dio mayor realidad al personaje, además de profundidad. Aunque es una profesional intachable, valorada tanto por el presidente como por sus compañeros, se tiene que enfrentar al sexismo en numerosas situaciones. El presidente ficticio Bartlet al expresar su admiración por C.J. se refiere a ella como “una estrella de cine de los cincuenta, tan capaz, tan amorosa y enérgica” (Sorkin, 1999), lo que, como señala Garret (2005: 87), la convierte en una especie de “mascota adorable” y no en una profesional del periodismo político.

Este personaje femenino que llega a puestos de poder – primero la secretaria de prensa y más tarde la jefatura de gabinete – no solo hace frente a las dificultades que conlleva su trabajo y posición, sino que afronta otras problemáticas relacionadas con el hecho de ser mujer, como el cuestionamiento de sus capacidades y su poder de decisión. En ocasiones, se evidencian formas injustas de tratarla, como no tener demasiado en cuenta su opinión. Aun así, la caracterización del personaje creado por Sorkin transmite una imagen de seriedad y profesionalidad. No se explota la sexualidad de C.J. Cregg, ni siquiera en su forma de vestir, que es sobria, pero no masculina. Es una mujer que ha llegado al poder y que vive en un entorno en el que a veces la hacen sentirse como pez fuera del agua, pero ella demuestra que no hay que comportarse como un hombre para llegar al poder, sino que hay

que demostrar la propia valía y que el trabajo hable por sí mismo. Este polifacético personaje contrasta con otros utilizados por Sorkin para generar tensión sexual y que limitan su profundidad. Como señala Garrett (2005: 189-190), mujeres de la serie como C.J. Cregg o la primera dama, Abbey Bartlet, son fuertes y capaces, mientras otras aparecen como “neuróticas o tontas”. Aun así, en la serie es evidente la huella de Dee Dee Myers al asesorar en los guiones poniendo en evidencia el sexismo al que se tienen que enfrentar las mujeres que trabajan en la Casa Blanca.

3.2. *Periodistas del nuevo siglo: de Cómo conocí a vuestra madre a Inventing Anna*

A principios del siglo XXI, la ficción televisiva estadounidense alcanza un alto nivel de calidad. La diversidad temática, la originalidad de las propuestas y la calidad técnica de canales premium de pago como HBO, Showtime y posteriormente Netflix, inauguran el fenómeno de las series de televisión a nivel internacional y consolidan lo que, posteriormente, se ha llamado la Tercera Edad de Oro de la televisión estadounidense. En este periodo de renovación temática y formal se ubica la comedia de situación *Cómo conocí a vuestra madre* (CBS, 2005-2014), creada por Carter Bays y Craig Thomas, donde se presenta a Robin Scherbatsky, reportera de *Metro News 1*, cansada de ser encasillada como periodista joven y guapa que solo se dedica a historias triviales y cursis. Es ambiciosa y quiere que la tomen en serio como profesional, por lo que debe demostrar continuamente sus habilidades. Aun así, Robin no representa el estereotipo de *sob sister*, ya que lucha para dejar de ser una “periodista tonta” que odia el tipo de noticias que cubre. Sus ganas de triunfar no la convierten en una ávida reportera capaz de robar historias o sabotear las carreras de sus compañeros. Ella es enérgica, pero no oportunista ni agresiva, por lo que se aleja del estereotipo de periodista masculinizada que busca el éxito mostrándose agresiva, autosuficiente y engreída. Como apunta Rizwan (2013: 16), Robin tiene la capacidad de equilibrar las cualidades asociadas históricamente a la masculinidad y feminidad, lo que la convierte en un personaje único dentro de las representaciones de las mujeres periodistas en la cultura popular.

El personaje de Robin tampoco utiliza su sexualidad ni su aspecto físico para progresar en su carrera. Aspira a convertirse en una nueva Katie Couric o Barbara Walter, pero la tiranía de la belleza le pesa, como a la mayoría de las conductoras de informativos. Según Chambers et al. (2004), el aspecto físico de las presentadoras sigue siendo el blanco de los comentarios de la audiencia. Robin Scherbatski vive esta realidad, así como otras dificultades que tienen que afrontar las reporteras de televisión americanas en la actualidad, lo que genera una imagen realista de la periodista moderna: fuerte y vulnerable a la vez. Se rompe con las imágenes tradicionales de la presentadora despiadada o de la periodista que ha alcanzado la fama, pero que siente la amargura de no tener vida amorosa, ya que Robin no sacrifica las relaciones personales ni la ética profesional para lograr el éxito.

En 2012, el guionista Aaron Sorkin vuelve a la ficción televisiva ambientada en el periodismo con *The Newsroom* (HBO), que sitúa sus tramas en la frenética redacción de un programa de noticias para trabajar temas de la profesión como la superficialidad en el tratamiento de la información, la batalla por las audiencias o la ética periodística y la importancia de la verificación de las fuentes.

Cuando se estrenó la serie, el crítico televisivo Alberto Rey (2012) escribió lo siguiente:

¿Qué le han hecho a don Aaron las mujeres para que todos los personajes femeninos de *The Newsroom* sean en el fondo la misma tía histórica e incompetente? Y, sin embargo, sin ellas no habría nada, porque su inoperancia cognitiva y sentimental esconde una genialidad que, efectivamente, no tiene demasiado sentido. ¿No es ése el machismo definitivo, el “la que manda en casa es mi

señora, que por otro lado es gilipollas”, el piropo denigrante, la ridiculización extrema? ¿Por qué Mackenzie McHale, Maggie Jordan y Sloan Sabbith están tan desquiciadas? ¿Es necesario? ¿Aporta algo?

Estas cuestiones ponen en evidencia la polémica sobre los personajes femeninos del reputado guionista americano, a quien se le ha achacado que tiene problemas para diseñar personajes femeninos que “no sean todas de la misma loca primigenia desajustada” (Rey, 2012). En *The Newsroom* tan solo el personaje de Sloan Sabbith es retratado como una mujer profesional y preparada, aunque con pocas habilidades sociales. Por el contrario, Mackenzie McHale, productora del informativo *Noticias Noche* en la serie, y Margaret Jordan, productora asociada, aparecen caracterizadas por su histrionismo compulsivo y muy centradas en sus temas personales. Aunque McHale es una mujer con determinación, experiencia y profesionalidad –estuvo en la guerra de Afganistán e Irak cubriendo los informativos–, sufre continuos ataques de pánico y su personaje gira constantemente en torno al protagonista, el presentador del informativo, de quien es exnovia. Margaret Jordan es una mezcla entre el estereotipo de periodista novata y la *sob sister*: su continua torpeza la lleva a cometer errores, que a veces le ayudan a conseguir alguna exclusiva por casualidad. A lo largo de la serie va ganando experiencia y confianza como periodista, pero su personaje tiene más peso narrativo en las tramas sentimentales que en las profesionales.

A pesar del estereotipado retrato femenino en ambos casos, cabe destacar que el personaje de Mackenzie McHale representa la búsqueda de la verdad fomentando un periodismo riguroso. Así lo manifiesta en el primer capítulo de la serie al señalar sus objetivos como nueva productora ejecutiva de *Noticias Noche*:

Reivindicar el cuarto poder. Reivindicar el periodismo como una profesión honorable. Un telediario nocturno que informe de un debate digno de una gran nación. Civismo, respeto y volver a lo importante. La muerte de la vulgaridad, la muerte del cotilleo y del voyerismo. Decirles la verdad a los estúpidos (Sorkin, 2012).

La antítesis de estos valores asociados al periodismo la encontramos en la serie *House of Cards* (Netflix, 2013-2018) con el personaje de la ambiciosa Zoe Barnes, quien representa una profesional sin ética, fácilmente manipulable, egocéntrica y ávida de ascender en su carrera utilizando cualquier arma que tenga a su disposición, incluso el sexo. Frente a un periodismo político basado en la documentación, la contrastación de las fuentes y la contextualización de los datos, el periodismo que encarna Zoe Barnes no contempla ninguna pauta ética (Painter y Ferrucci, 2017) y, además, utiliza el flirteo y las insinuaciones sexuales para obtener información. Se contribuye de esta manera a la consolidación de un estereotipo negativo de la mujer periodista como alguien sin mérito profesional y cuyo éxito depende de con quién se acuesta.

Como señalan Cvetkovic y Oostman (2018), en la serie, la sexualidad de las mujeres como parte de la rutina periodística es silenciosamente aceptada en la profesión. Así lo afirma el personaje de Janine Skorsky, corresponsal en la Casa Blanca del ficticio periódico *The Washington Herald*, cuando confiesa que ella, como otras periodistas, “la chupaba, pajeaba y follaba por una buena historia” (Cleveland y Willimon, 2013). Tanto Skorsky como el resto de la redacción asumen que la importante información conseguida por Zoe Barnes no es fruto de una investigación contrastada y exhaustiva, sino de una filtración obtenida gracias al uso de su cuerpo. La consecuencia de esto es la falta de consideración como profesionales de las mujeres periodistas. “Porque una vez que se corrió la voz –explica en un diálogo Skorsky– fue como si me hubiera topado con una pared y nadie me tomara en serio” (Cleveland y Willimon, 2013)

Pero Zoe Barnes no solo representa a la periodista que coge el camino fácil, sino también a la joven ambiciosa que rompe con las normas y rutinas de una sala de redacción para conseguir fama. Se rebela al modelo de periodismo convencional representando a la periodista *millennial* que busca más el impacto del rumor y no tanto la veracidad de la información. Se aprecia el contraste entre los valores asociados al veterano editor de *The Washington Herald*, baluarte de un tipo de periodismo riguroso y de calidad, frente a Barnes y su joven jefa en el nuevo medio online *Slugline*, Carly, a quien le interesa más la audiencia y la viralización de las noticias que la verificación de estas. La seriedad y la calidad de la información, del primero; la superficialidad y la falta de responsabilidad social de las segundas. Barnes, además, representa un modelo de periodismo muy vinculado a la generación de las redes sociales, donde se buscan impacto y seguidores, sin importar la calidad ni el rigor de la información.

Las dificultades encontradas por las mujeres periodistas y la falta de consideración de su trabajo es un elemento común en la mayor parte de las series analizadas. En el caso de *Good Girls Revolt* (2016), creada por Dana Calvo para Amazon e inspirada en hechos reales, se reconstruye la lucha llevada a cabo en 1969 por las llamadas *researchers* (verificadoras de datos) en la revista *Newsweek* (en la serie, *News of the Week*). En la redacción de la famosa publicación no se permitía a las mujeres escribir piezas informativas. Tan solo podían ser secretarías, ayudantes o llevar a cabo tareas de investigación, pero no podían firmar con su nombre. “Nos dijeron muy explícitamente: si quieres escribir, ve a otro lugar. Las mujeres no escriben en *Newsweek*”, recordaba Povich, autora del libro en el que se basa la serie y una de las mujeres que demandó a la revista en los años 70 (Sottile, 2016).

Contra este mandato de la revista que impedía que las mujeres pudieran ascender en su carrera laboral, se van a rebelar las tres protagonistas de la serie, quienes, orientadas por la activista y abogada de la *American Civil Liberties Union* (ACLU), Eleanor Holmes Norton –personaje real– conseguirán la movilización de las trabajadoras para llevar a cabo una acción conjunta contra la revista por discriminación laboral⁴. La serie refleja la toma de conciencia de estas mujeres ante las prácticas discriminatorias cotidianas en la revista, así como ante el acoso sexual y sexista que vivían en la oficina.

La serie permite las lecturas presentistas de la historia que narra, ya que se encuadra en un contexto de producción en el que muchas profesionales de los medios y del mundo del espectáculo empiezan a denunciar públicamente comportamientos sexistas, así como situaciones de acoso sexual, lo que dará lugar en 2017 al movimiento *#Metoo*. También los obstáculos a los que se enfrentaban las periodistas de esta ficción –la falta de visibilidad, la brecha salarial, el acceso restringido a determinados puestos de trabajo– son percibidos en el siglo XXI como problemas que no se han resuelto (Robertson et al., 2021).

Por eso, en *Good Girls Revolt* es evidente la perspectiva feminista en el planteamiento de la situación laboral y personal que viven las protagonistas, así como la intención de generar unos referentes femeninos que empoderen dentro del periodismo, como es el caso de Nora Ephron (Grace Gummer en la ficción), quien, en la serie, será el detonante de la protesta cuando renuncia a su puesto de trabajo al no permitirle publicar un artículo escrito por ella⁵. La sororidad y la ausencia de rivalidad entre los personajes femeninos también pone de manifiesto la perspectiva feminista desde la que se plantea la serie, sin olvidar la elección de un tema

4 En 1964 fue aprobada la Ley de Derechos Civiles que prohibía la discriminación por razones de raza o de sexo.

5 Nora Ephron trabajó en *Newsweek* en la década de los sesenta, pero se marchó al *New York Post*. En la serie aparece como elemento catalizador del inicio de la protesta, pero en realidad la concienciación que llevó a la movilización fueron las reuniones de las trabajadoras en las que compartían sus problemas personales y laborales, un instrumento muy utilizado en el movimiento feminista de aquellos años.

que visibiliza la lucha de las trabajadoras por sus derechos: después de la demanda contra *Newsweek* en 1970, se producirán las demandas por discriminación laboral en revistas como *Life* o *Time*, entre otras.

También inspirada en hechos y personajes reales, *Inventing Anna* (Netflix, 2022), recrea el trabajo periodístico llevado a cabo por Jessica Pressler⁶ (Vivian Kent en la ficción) sobre Anna Delvey (Anna Sorokin en la serie), una joven que estafó a hoteles, empresas y a la alta sociedad neoyorquina haciéndose pasar por una rica heredera alemana para poder mantener su lujoso estilo de vida.

La responsable de la serie, la exitosa *showrunner* y productora Shonda Rhimes, contó con la colaboración de Pressler para la adaptación de la historia, lo que permitió hacer una representación de la periodista protagonista desde el punto de vista de una profesional. Esto aporta no solo humanidad al personaje, sino también realidad. El duro trabajo de documentación y verificación de los datos, las entrevistas y, sobre todo, el esfuerzo por convencer al editor de la revista de que la historia merecía la pena se refleja perfectamente en la serie. También detalles extraídos de la vida de la periodista real, como el hecho de que estaba embarazada y dio a luz poco después de publicar la historia o la controversia en la que se vio envuelta al escribir un reportaje sobre un joven que dio falso testimonio.

Vivian Kent es una profesional incansable, casi obsesionada por la contrastación de los datos para evitar los errores del pasado que la han hecho perder credibilidad y peso dentro y fuera de la redacción. Realiza un minucioso trabajo de investigación periodística para ganarse la confianza de su editor y demostrar que el buen periodismo y las buenas historias requieren el estudio de datos, la consulta de diferentes fuentes que hay que contrastar. Respecto a otros modelos de periodistas de ficción como algunos de los señalados, Vivian no se salta las normas, no recurre a lo ilegal o poco ético para conseguir información, respeta a las fuentes y demuestra que los hechos son los que mandan.

4. Discusión

El cine ha perpetuado a lo largo de los años unos paradigmas narrativos y estereotipos sobre las mujeres periodistas. Una de las cuestiones a las que trataba de dar respuesta este trabajo de investigación es si esas representaciones y formas de contar el trabajo de las periodistas ha cambiado y en qué medida hay nuevos modelos. A través del análisis de las ocho series de televisión seleccionadas se ha tratado de dar respuesta a estos interrogantes.

En primer lugar, al igual que ocurría en el cine, también en las series encontramos el llamado dilema al que tienen que enfrentarse las mujeres periodistas, que es la incorporación de los rasgos masculinos en su comportamiento como algo indispensable para el éxito. Para demostrar su valía, en ocasiones, deben ser arrogantes, autosuficientes y agresivas, pero sin olvidarse de lo que la sociedad les exige como mujeres, es decir, ser cariñosas, compasivas y empáticas (Saltzman, 2003, 1-3).

Esta dicotomía refleja una realidad que viven las mujeres periodistas, quienes, como señalan Chambers et al. (2004: 104) están sometidas a una situación de doble vínculo: si no quieren ser consideradas como “demasiado blandas” o “femeninas”, se ven

6 El artículo sobre la historia de Anna Sorokin titulado “How Anna Delvey Tricked New York’s Party People” se publicó en 2018 la revista *New York Magazine*.

obligadas a “ganar a los chicos en su propio terreno” siendo más asertivas y agresivas, pero nunca excesivamente arrogantes ni “inapropiadamente masculinas”.

En el caso de las mujeres periodistas, la ambición se percibe como algo negativo, bien porque las lleva a ascender a cualquier precio, aunque suponga llevar a cabo algún comportamiento poco ético, o porque la ambición las hace identificarse con rasgos estereotípicos masculinos negativos como la agresividad, el individualismo o la competitividad (Lacalle e Hidalgo: 2017, 477). Estos personajes, tal y como apunta Osorio (2009), son mujeres frías e implacables que rechazan los roles femeninos convencionales.

En general, las profesionales que las series analizadas retratan son mujeres que están constantemente mostrando su valía como periodistas, por lo que tienen que luchar contra el contexto social, las mentalidades machistas, así como contra barreras invisibles como los estereotipos y prejuicios de género. En su día a día tienen que enfrentarse a situaciones en las que se cuestionan sus capacidades o su liderazgo. En este sentido, el retrato que se hace coincide con las dificultades que muchas periodistas encuentran en la realidad.

Frente a la veracidad de algunos personajes, especialmente los de series creadas por mujeres guionistas, se encuentran estereotipos tradicionales que vinculan a las periodistas con lo emocional y lo personal: son ellas quienes se debaten entre la vida familiar y laboral; e incluso en algunas series, su presencia está justificada narrativamente para generar interés amoroso o tensión sexual con los personajes masculinos protagonistas. Muchas de ellas, como apuntan Painter y Ferrucci (2015), son presentadas de acuerdo con el estereotipo femenino que identifica a las mujeres con lo emocional, y en ocasiones con la falta de profesionalidad, la inexperiencia o la torpeza.

También se aprecian representaciones negativas que hacen que el público asocie a las mujeres periodistas con prácticas poco éticas como el uso del sexo para conseguir información o para progresar en la carrera laboral u obtener fama. Suelen ser mujeres jóvenes y ambiciosas que rompen con las normas para conseguir el éxito de forma más rápida. En este sentido, la ambición femenina tiene una lectura negativa y suele llevar al personaje a un final dramático. El modelo de joven ambiciosa comparte pantalla con el de joven torpe e inexperta que comete continuamente errores, pero que, desde el punto de vista narrativo, es necesaria para las tramas sentimentales. En ocasiones, supera esa torpeza y demuestra ser una buena profesional.

La imagen que las series proyectan de las mujeres periodistas puede distorsionar la realidad de esta profesión y normalizar determinadas conductas poco éticas. Esto puede generar un impacto negativo en la percepción que tiene la sociedad sobre el periodismo en general, y sobre las mujeres periodistas en particular. Como señalan Ehrlich y Saltzman (2015), las representaciones de los periodistas en la cultura popular moldean la percepción pública del periodismo como profesión.

Estos retratos que hace la ficción televisiva sobre determinados colectivos o profesiones activan estereotipos raciales y de género compartidos culturalmente, que influyen negativamente en estos colectivos que se autoperciben de forma condicionada por los prejuicios construidos por los medios (Murphy 1998). Estos condicionamientos culturales afectan a las decisiones profesionales de las mujeres (Hoffner, Levine y Toohey 2008) y podrían relacionarse con las bajas cifras de mujeres en puestos de responsabilidad (Painter y Ferrucci, 2016: 11-12).

El modo en que las mujeres periodistas son retratadas en la pantalla influye en lo que se piensa de ellas en la sociedad. Al no conocer de primera mano las rutinas de trabajo de los medios o de las salas de redacción, el público construye su idea acerca del periodismo a través de lo que ve en este tipo de productos de ficción. Esto puede generar la perpetuación de estereotipos como

el del periodista borracho y fumador o el de la periodista seductora capaz de acostarse con las fuentes por una buena historia. Es interesante destacar que estos estereotipos de género no son intercambiables: es raro ver a una mujer periodista adicta al alcohol y al tabaco, así como es extraño ver a personajes masculinos que usan su cuerpo para conseguir una exclusiva o que tienen que elegir entre la vida familiar o la laboral. La soledad y amargura con la que se presenta a algunas mujeres, especialmente si son jefas que han sacrificado lo personal por lo profesional, no se evidencia en este mismo tipo de personajes cuando son hombres.

A pesar de encontrar variedad de modelos de mujer periodista en las series analizadas, se aprecia una constante: la representación de estas profesionales como mujeres blancas, jóvenes en su mayoría, con cuerpos normativos y heterosexuales. Aunque algunas como *Murphy Brown* rompan con los códigos de vestimenta de las presentadoras de informativos, la mayoría cumple con determinados cánones tanto de belleza como de talla, edad y orientación sexual. Se echa de menos una mayor heterogeneidad que permita visibilizar y normalizar a personajes de minorías racializadas o de colectivos como el LGBTQ+ dentro de la profesión periodística.

5. Conclusiones

Uno de los principales referentes de mujeres periodistas en la ficción televisiva fue *Murphy Brown*, personaje creado por Diane English, una de las primeras *showrunners* en la televisión estadounidense. Cuando English se reunió con los ejecutivos de CBS para presentarles su proyecto, estos sugirieron cambios en el guion, entre ellos, que la protagonista tuviera 30 años y no 40, y que fuera atractiva (“30 and hot”). Pero la *showrunner* terminó imponiendo su criterio porque tenía claro que el personaje de Brown era complejo y requería que lo interpretara una actriz de mayor edad para mostrar la experiencia y veteranía como periodista. La fórmula finalmente tuvo éxito, pero se debió al empeño de la creadora por mantener su idea sobre el personaje.

En este sentido, una de las cuestiones que se planteaba este estudio era evidenciar si existían diferencias notables en la manera de representar a las periodistas en función del sexo del guionista. Aunque la muestra no es lo suficientemente significativa para extraer conclusiones generales, las tres series creadas por mujeres *showrunners* presentan los modelos más positivos y empoderantes. *Murphy Brown* (Diane English), *Good Girls Revolt* (Dana Calvo) e *Inventing Anna* (Shonda Rhimes) se alejan de los estereotipos más difundidos sobre las mujeres periodistas en el audiovisual: no hay jóvenes torpes o periodistas seductoras, sino profesionales que tratan de hacer un periodismo de calidad, de forma ética y que defienden sus derechos. Se aprecia, en especial en las dos series del siglo XXI, la perspectiva feminista que impregna los guiones y la construcción de los personajes. Esto contrasta con las imágenes de las periodistas de creadores como Aaron Sorkin (*El ala oeste de la Casa Blanca* y *The Newsroom*) o Beau Willimon (*House of Cards*), presentadas como histéricas, poco profesionales, sexualizadas o con una ambición desmedida.

Cabe hacerse una nueva pregunta: ¿las mujeres como guionistas o productoras ejecutivas de series contribuyen a cambiar los estereotipos y representaciones de género? No existe una línea de investigación consolidada que mezcle el estudio de la industria televisiva con el análisis de contenidos para determinar si existe una relación entre el sexo de los guionistas y las representaciones de género en sus series. Hasta el momento, la mayor parte de la investigación se ha centrado en los estereotipos de género en estudios de caso, pero podría resultar interesante el análisis comparativo entre distintos productos televisivos teniendo en cuenta estas variables de género, así como otros factores relacionados con los contextos sociales, políticos y culturales del país de producción.

En el presente estudio, aunque en cifras poco representativas (8 series, de las cuales 5 están creadas por hombres y 3 por mujeres), se aprecian diferencias, como ya se ha señalado. Además de mayor sexualización, las series con *showrunners* hombres tienden a utilizar estereotipos más conservadores y a relacionar a las mujeres más con lo emocional. En el caso de las creadoras, se visibilizan nuevos modelos, se aprecia mayor sororidad entre los personajes femeninos y menor rivalidad entre ellas por cuestiones sentimentales. También sus personajes rompen más barreras e incluso tabúes sociales: Murphy Brown es madre soltera con más de 40 años; las reporteras de *Good Girls Revolt* se unen y luchan por sus derechos; y Vivian Kent (*Inventing Anna*) se muestra como profesional incansable y minuciosa.

Se puede concluir afirmando que las mujeres creadoras de las series analizadas tienden a reducir el enfoque androcéntrico con un tratamiento más respetuoso y realista de los personajes femeninos. De ahí que la participación de las mujeres en la creación de productos televisivos suponga la introducción de nuevos patrones dentro de la cultura audiovisual. Pueden ser motor de cambio de las representaciones sociales en los medios audiovisuales al dar mayor protagonismo, complejidad y riqueza dramática a los personajes femeninos.

6. Agradecimientos

Este artículo ha sido traducido al inglés por Charles E. Arthur a quien agradecemos su trabajo.

Fuentes de financiación: Grupo de Investigación UCM “*Memoria y medios de Comunicación*” (Ref. 71685).

7. Conflicto de intereses

La autora declara no tener ningún conflicto de intereses.

8. Referencias bibliográficas

- Barris, A. (1976). *Stop the presses! The Newspaper in American Films*. Barnes & Co.
- Bezunarte Valencia, O., Cantalapiedra, M. J., Coca García, C., Genaut Arratibel, A., Peña Fernández, S., y Pérez Dasilva, J. A. (2008). ...So What? She's A Newspaperman and She's Pretty. *Women Journalists in the Cinema. Zer: Revista De Estudios De Comunicacion*, 13(25), 221-242. <https://bit.ly/49CECIv>
- Bunyol, J. M. (2017). *Historias de portada, 50 películas esenciales sobre periodismo*. Editorial UOC.
- Cascajosa Virino, C. (2006). No es televisión, es HBO: la búsqueda de la diferencia como indicador de calidad en los dramas del canal HBO, *Zer- Revista de Estudios de Comunicación*, 21, 23-33. <https://bit.ly/493L2EJ>
- Cascajosa Virino, C. (2009). La nueva edad dorada de la televisión norteamericana, *Secuencias. Revista de Historia del Cine*, 26, 7-31. <https://bit.ly/48FJnki>
- Chambers, D., Steiner, L., y Fleming, C. (2004). *Women and journalism*. Psychology Press.

- Cleveland, R. (Guionista) y Willimon, B. (Productor y guionista). (18 de abril de 2013). *Chapter 9* (Temporada 1, Episodio 9) [Serie de Televisión]. En Willimon, B. (Productor ejecutivo). *House of Cards*. Netflix.
- Cvetkovic, I., y Oostman, K. R. (2018). Sexualization of the Journalism Profession: TV Representation of Female Journalists' Intellect, Labor, and Bodies. *IAFOR Journal of Media, Communication & Film*, 5(1), 90-108. <http://dx.doi.org/10.22492/ijmcf.5.1.06>
- Daniel, D. K. (1996). *Lou Grant: the making of TV's top newspaper drama*. Syracuse University Press.
- De Wulf Helskens, M., Dhaenens, F. y Van Leuven, S. (2023). Repackaged sob sisters and outsiders within: reading the female and minority journalists on *The Bold Type* and *The Morning Show*, *Feminist Media Studies*. <https://doi.org/10.1080/14680777.2023.2197565>
- Ehrlich, M. C. (2004). *Journalism in the movies*. University of Illinois Press.
- Ehrlich, M. C. (2006). Facts, truth, and bad journalists in the movies. *Journalism*, 7(4), 501-519. <https://doi.org/10.1177/1464884906068364>
- Ehrlich, M. C. y Saltzman, J. (2015). *Heroes and Scoundrels: The Image of the Journalist in Popular Culture*. University of Illinois Press.
- Fung, V. (1988). Sexism at the Networks: Anchor Jobs Go to Young Women and Experienced Men. *Washington Journalism Review*, 10(8), 20-24.
- Galán, E. (2006). Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva. *ECO-PÓS*, 9(1), 58-81. <https://bit.ly/48pnBR6>
- Galán, E. (2007). *La imagen social de la mujer en las series de ficción*. Universidad de Extremadura.
- Garrett, L. K. (2005). Women of The West Wing: Gender stereotypes in the political fiction. En T. Fahy (Ed.), *Considering Aaron Sorkin: Essays on the Politics, Poetics and Sleight of Hand in the Films and Television Series* (pp. 179-192). McFarland.
- Ghiglione, L., y Saltzman, J. (2005). Fact or Fiction: Hollywood looks at the News. *The Image of the Journalist in Popular Culture*, 1-26. <https://bit.ly/3S8WUd3>
- Good, H. (1985). The journalist in Fiction, 1890-1930. *Journalism Quarterly*, 62(2), 352-357. <https://doi.org/10.1177/107769908506200219>
- Good, H. (1998). *Girl Reporter: Gender, Journalism, and the Movies*. Scarecrow Press.
- Gómez Morales, B. M. (2014). La imagen del periodista y el sensacionalismo en la ficción televisiva. El caso de las comedias animadas de prime time. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2), 719-734. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47030
- González Suárez, L. (2003). *Al filo de la noticia: la imagen del periodista en el cine*. Universidad Pontificia de Salamanca.
- Güimil, E. (9 de mayo de 2017). "Murphy Brown", la madre soltera que enfureció a los conservadores. *Vanity Fair*. <https://bit.ly/3STYSj7>

- Lacalle, C. e Hidalgo-Marí, T. (2016). La evolución de la familia en la ficción televisiva española, *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 470-483. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1105>
- Langman, L. (1998). *The Media in the Movies. A Catalog of American Journalism Films (1900-1996)*. McFarland & Company.
- Laviana, J. C. (1996). *Los chicos de la prensa*. Nickel Odeon.
- Marek, J. G. (1999). The Practice and Ally McBeal: a new image for women lawyers on television?, *The Journal of American Culture*, 22(1), 77-84. <https://bit.ly/3Og5SUZ>
- McHugh, K. A. (2001). "Sounds that creep inside you": Female narration and voiceover in the films of Jane Campion, *Style*, 35, 193-218. <https://bit.ly/3OfZFrM>
- McNair, B. (2010). *Journalist in films: Heroes and villains*. Edinburgh University. Press Ltd.
- McNair, B. (2014). From cinema to TV: Still the same old stories about journalism. *Journalism Practice*, 8(2), 242-244. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.889270>
- Menéndez Menéndez, M. I., & Zurian Hernández, F. A. (2014). Mujeres y hombres en la ficción televisiva norteamericana hoy. *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación-*, 13(25), 55-71. <https://bit.ly/3uuY235>
- Mera, M. (2008). *Periodistas de película. La imagen de la profesión periodística a través del cine*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 14, 505-525. <https://bit.ly/3uvbhRj>
- Murphy, S.T. (1998). The Impact of Factual Versus Fictional Media Portrayals on Cultural Stereotypes, *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 560:1, 165-178. <https://doi.org/10.1177/0002716298560001013>
- Ness, R. (1997). *From headline hunter to superman: a journalism filmography*. Scarecrow Press.
- Osorio, O. (2009). La imagen de la periodista profesional en el cine de ficción de 1990 a 1999. [Tesis de doctorado, Universidade da Coruña]. Biblioteca de la Universidade da Coruña.
- Paget, S. (12 de julio de 2013). *Carrie Bradshaw vs Reality*. <https://skinnydip.ca/carrie-bradshaw-vs-reality>
- Painter C. y Ferrucci, P. (2012). Unprofessional, Ineffective, and Weak: A Textual Analysis of the Portrayal of Female Journalists on *Sports Night*, *Journal of Mass Media Ethics*, 27(4), 248-262. <https://doi.org/10.1080/08900523.2012.746107>
- Painter, C. y Ferrucci, P. (2015). 'His Women Problem': An Analysis of Gender on 'The Newsroom', *Communication Faculty Publications*, 28, 1-30. <https://bit.ly/49A9wBi>
- Painter, C., y Ferrucci, P. (2017). Gender games: The portrayal of female journalists on *House of Cards*. *Journalism Practice*, 11(4), 493-508. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1133251>
- Painter, C. y Ferrucci, P. (2019). Taking the White Gloves Off: The Portrayal of Female Journalists on *Good Girls Revolt*. *Journal of Magazine Media*, 19(2), 50-71. <https://doi.org/10.1353/jmm.2019.0014>
- Press, J. (2018). *Dueñas del show, las mujeres que están revolucionando las series de televisión*. Alpha Decay.
- Requeijo, P. (2013). El profesional de los medios en el cine de los últimos años. *Vivat Academia*, 15(122), 54-79. <https://doi.org/10.15178/va.2013.122.54-79>

- Rey, A. (22 de septiembre de 2012). A favor y en contra de *The Newsroom*. *El Mundo*. <https://bit.ly/3SvDQHx>
- Rizwan, F. (2013). *Gender confusion and the female journalist: TV journalist Robin Scherbatsky of how i met your mother* [Doctoral dissertation, University of Southern California]. University of Southern California ProQuest Dissertations Publishing.
- Robertson, C. T., Selva, M. y Nielsen, R. K. (2021). Women and leadership in the news media 2021: evidence from 12 markets, *FactSheet*, Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://doi.org/10.60625/risj-k9c6-de85>
- Saltzman, J. (2003). Sob sisters: The image of the female journalist in popular culture. *The Image of the Journalist in Popular Culture (IJPC)*. <https://bit.ly/4bQ3w9x>
- Sottile, A. (3 de noviembre de 2016). 'Good Girls Revolt': Inside Landmark Lawsuit Behind New Feminist Series. *Rolling Stone*. <https://bit.ly/3U7s9YI>
- Sorkin, A. (Productor y guionista). (11 de septiembre de 2012). *We Just Decided To*. Temporada 1, Episodio 1) [Serie de Televisión]. En Sorkin, A., Rudin, S. y Poul, A. (Productores ejecutivos). (2012-2014). *The Newsroom*. HBO.
- Sorkin, A. (Productor y guionista). (20 de octubre de 1999). *The Crackpots and These Women*. Temporada 1, Episodio 5) [Serie de Televisión]. En Sorkin, A. (Productores ejecutivos). (1999-2006). *El ala oeste de la Casa Blanca*. NBC.
- Vázquez-Miraz, P. (2019). El temprano retiro de las presentadoras de telediarios en Colombia y España: El repudio a la vejez femenina. *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 1171-1189. <https://doi.org/10.5209/esmp.64832>
- Wayne, M. (2016). Cultural class analysis and audience reception in American television's third "golden age", *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 7(1), 41-57. https://doi.org/10.1386/iscc.7.1.41_1