



Revista de Comunicación

ISSN: 1684-0933

ISSN: 2227-1465

Universidad de Piura. Facultad de Comunicación

Saavedra Llamas, Marta; Herrero de la Fuente, Mercedes; Gago Gelado, Rocío
Valeria y el liderazgo femenino en la ficción seriada

Revista de Comunicación, vol. 23, núm. 1, 2024, Marzo-Agosto, pp. 535-553

Universidad de Piura. Facultad de Comunicación

DOI: <https://doi.org/10.26441/RC23.1-2024-3429>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=589478541025>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UNP
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Valeria y el liderazgo femenino en la ficción seriada

Valeria and female leadership in serial fiction

Saavedra Llamas, M., Herrero de la Fuente, M. y Gago Gelado, R.



Marta Saavedra Llamas. Universidad Antonio de Nebrija (España)

Doctora Acreditada con un sexenio activo. Vicedecana de la Facultad de Comunicación y Artes, donde imparte Metodología de investigación, Industrias de la comunicación, Redacción periodística. Sus líneas de investigación son: industria audiovisual, mujer y creación audiovisual, cine como identidad cultural y competencias profesionales.

<https://orcid.org/0000-0002-7762-9996>, msaavedr@nebrija.es



Mercedes Herrero de la Fuente. Universidad Antonio de Nebrija (España)

Doctora en Ciencias de la Información y Máster en Periodismo Radiofónico. Investigadora con un sexenio activo. Profesora acreditada en la Universidad Nebrija donde imparte Reportajes y documentales, Métodos de investigación, Producción de informativos. Sus líneas de investigación son: aplicación de las nuevas tecnologías al discurso informativo y nuevos perfiles profesionales en comunicación.

<https://orcid.org/0000-0002-5361-9056>, mherrero@nebrija.es



Rocío Gago Gelado. Universidad Antonio de Nebrija (España)

Doctora Acreditada e investigadora con un sexenio activo. Dirige el Grado en Comunicación Audiovisual de la Universidad Nebrija. Imparte asignaturas: Producción audiovisual, Guion, Narrativa audiovisual. Sus líneas de investigación se centran en el ciberfeminismo, las narrativas de ficción y los perfiles profesionales en comunicación.

<https://orcid.org/0000-0003-4024-1143>, mgago@nebrija.es

Recibido: 28-09-2023 – Aceptado: 25-01-2024

<https://doi.org/10.26441/RC23.1-2024-3429>

RESUMEN: La producción de series de ficción españolas se ha fortalecido en las últimas décadas y se ha potenciado recientemente por la implantación en Madrid del centro de operaciones de Netflix en Europa. Examinamos en este momento de auge la participación de las profesionales mujeres en el sector audiovisual, donde partimos de unos datos que revelan la masculinización de la mayoría de los equipos. Recorremos el catálogo de Netflix y encontramos que sólo cinco de las 34 series producidas en España hasta 2022 cuentan con un liderazgo exclusivamente femenino. Destaca entre ellas Valeria, donde la presencia de las mujeres es mayoritaria, también en los puestos de responsabilidad. Por ello, convertimos esta ficción en nuestro caso de estudio y abarcamos las tres temporadas emitidas entre mayo de 2020 y junio de 2023. Atendemos al argumento, conflictos y construcción de personajes, recurriendo para ello a un análisis de contenido sobre sus veinticuatro episodios. Nos interesamos también por la experiencia de las profesionales implicadas, para indagar, a través de las entrevistas en profundidad, en los aspectos distintivos de los equipos femeninos. Nuestros resultados definen Valeria como una creación que huye de la etiqueta “para mujeres”, con unos personajes inspirados en determinados arquetipos, pero que evolucionan a medida que luchan por conseguir la vida que desean. Las profesionales consultadas hacen una valoración positiva del desempeño dentro de un equipo casi exclusivamente femenino y destacan aspectos como la colaboración, la capacidad de trabajo, o la superación de los egos a la necesidad de obtener un buen resultado.

Palabras clave: series de ficción españolas; Netflix; profesionales mujeres; Valeria; personajes femeninos; equipos femeninos; industria audiovisual.

ABSTRACT: The production of Spanish fiction series has been strengthened in recent decades and has recently been boosted by the establishment in Madrid of Netflix’s European operations center. In this moment of boom, we examine the participation of female professionals in the audiovisual sector,

where we start from data that reveal the masculinization of most of the teams. We go through the Netflix catalog and find that only 5 of the 34 series produced in Spain until 2022 have an exclusively female leadership. Valeria stands out among them, where the presence of women is the majority, also in positions of responsibility. Therefore, we turned this fiction into our case study and covered the three seasons broadcast from May 2020 to June 2023. We pay attention to the plots, conflicts and character construction, resorting to a content analysis of its 24 episodes. We are also interested in the experience of the professionals involved, in order to study, through in-depth interviews, the distinctive aspects of the female teams. Our results define Valeria as a creation that avoids the label “for women”, with characters inspired by certain archetypes, but who evolve as they struggle to achieve the life they want. The professionals consulted give a positive assessment of the performance within an almost exclusively female, highlighting aspects such as collaboration, work capacity, or the subordination of egos to the need to achieve a good result.

Keywords: spanish fiction series; Netflix; female professionals; Valeria; female characters; female crews; audiovisual industry.

1. Introducción

España vive una *nueva edad de oro* de las series de ficción (Gago et al., 2022). Existen varios motivos para este éxito industrial y, como señalan profesionales del audiovisual como Arantxa y Daniel Écija, Sonia Martínez, Santiago de la Rica, Beatriz Setuain o David Molina, entre otros —entrevistados por los autores mencionados—, los motores más importantes son seis.

El primero se refiere a la competitividad de las series españolas, fruto de una industria asentada desde los años 90 y a la capacidad del mercado para crear grandes relatos con presupuestos austeros. El segundo señala el bajo coste de producción del país respecto a otros mercados subrayando el gran nivel técnico a pesar de tener un nivel económico contenido. La geolocalización del país sería el tercer motivo: horas de luz para rodaje, conexiones de transporte y diversidad de paisajes en el mismo estado. El cuarto sería el idioma español, ya que las series creadas pueden emitirse sin costes de doblaje en un mercado de 595 millones de hispanohablantes (Instituto Cervantes, 2022, p. 5), con los que además se comparten lazos culturales generando empatía entre el espectador y el contenido. El quinto motor, y más importante, es el argumento de las historias, ya que la pasión y el valor de lo emocional son características fuertemente marcadas en la personalidad de los autores. El sexto sería la libertad creativa asociada con España, pues el país crea historias de gran apertura conceptual y sexual, reivindicando realidades no tan aceptadas en otras naciones.

Estos motivos han empujado a los grandes *players* internacionales a apostar por España como centro de creación. Véase el caso de Netflix, que en 2019 implanta en el país su centro de producción europeo (Green, 2019) y, desde entonces, ha duplicado el número de platós respecto a las primeras instalaciones e incorporado nuevas áreas de producción (Europa Press, 2022). El interés de la *major* por España viene avalado, además, por una serie de datos económicos que auguran un crecimiento del sector audiovisual español del 3,3% entre 2020 y 2024, por encima de la media mundial del 2,8% (Price Waterhouse Coopers, 2020, p. 9).

Tales previsiones económicas se asientan, entre otros factores, en la apuesta inversora por la industria audiovisual española. A este sector se han destinado 1.603 millones de euros procedentes tanto de fondos europeos como de presupuestos del Estado (Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, 2021) y se espera que la iniciativa incremente las producciones en un 30% (Gobierno de España, 2021).

Así, desde la irrupción de las *Subscription Video on Demand* (SVOD) internacionales en el mercado audiovisual, España ha multiplicado sus horas de producción, colocándose en el puesto número dos a nivel europeo, con un crecimiento de los largometrajes de 2015 a 2022 del 3,6% y de las series del 14,6%, hasta los 265 y 75 productos en el último año, respectivamente (Price Waterhouse Coopers y Pate, 2022, pp. 4-5).

Este momento boyante de la industria audiovisual no impacta de manera tan positiva en la inclusión de la mujer en los diferentes roles profesionales (Herrero et al., 2022). Se percibe cierta mejora, emanada del aumento del número de producciones (Torres, et al., 2022), pero aún hay dificultades en la ocupación de puestos vinculados a la toma de decisiones: dirección, producción ejecutiva y guion (Saavedra et al., 2022).

Los informes de la Asociación de Mujeres Cineastas y de Medios Audiovisuales (CIMA) así lo muestran. En el área del largometraje, por ejemplo, sólo el 37% de las profesionales son mujeres (Cuenca, 2023, p. 7). Si atendemos a las profesiones situadas en la cúspide de una producción audiovisual y que conllevan mayor carga de responsabilidad y nivel salarial, los datos son aún más extremos: el 24% son directoras, el 28% productoras ejecutivas y el 28% guionistas (Cuenca, 2023, p. 9).

En el área de la ficción seriada, los resultados son similares. La participación femenina es del 33%. Se percibe mayor convivencia de equipos mixtos, pero las producciones lideradas únicamente por mujeres son escasas: sólo un 6% de las series son dirigidas por mujeres, el 2,7% cuentan con productoras ejecutivas y el 2,5% de los guiones están firmados por ellas (CIMA, 2020, pp. 33-35).

De hecho, si nos centramos en el ejemplo de Netflix, observamos cómo de las 34 series de ficción españolas producidas hasta diciembre de 2022, sólo cinco están creadas exclusivamente por mujeres —y no por equipos masculinizados o mixtos—. Se trata de *Hache*, creada en 2019 por Verónica Fernández; *Valeria*, de María López Castaño en 2020; *Memorias de Idhún*, obra de Laura Gallego en 2020; *Intimidad*, de Verónica Fernández y Laura Sarmiento en 2022; y *Tú no eres especial*, de Estíbaliz Burgaleta en 2022.

De estas, la única producción que cuenta con mujeres en todos los puestos vinculados a la toma de decisiones es *Valeria*. Estrenó la primera temporada en mayo de 2020, la segunda en agosto de 2021 y la tercera en junio de 2023. Con ello es, además, la única serie entre las mencionadas que ha mantenido la continuidad.

Cabe apuntar que Netflix, como corporación, cuenta con políticas de género que buscan la paridad en la estructura laboral de toda la compañía. El operador estadounidense muestra que el 51,7% de sus trabajadores son mujeres; estas representan además un 51,1% de los puestos directivos y un 59,5% de los creativos (Myers, 2022). En cambio, no parece que esta política trascienda a las producciones en sí, por lo que la implantación en España no ha generado un impacto directo en la mejora de la situación laboral de las mujeres profesionales del audiovisual (Izquierdo y Latorre, 2021).

El estudio de Torres et al. (2022) analiza los casos de Amazon Prime Video y Movistar+. En el primero, el 75% de los puestos de decisión de sus series están ocupados por hombres y el único con mayor peso femenino en el liderazgo y la globalidad del proyecto, a nivel español, es *Madres. Amor y vida*, estrenada en 2020, (p. 229). En el segundo, el 79,69% de las series son dirigidas por hombres y sólo en dos las mujeres cubren los equipos decisivos: *Road Trip*, de 2020, y *Vida perfecta*, de 2019 (p. 230). Izquierdo y Latorre (2021) muestran el caso de *Foodie Love*, de Isabel Coixet, estrenada en 2019, que constituye la única producción seriada de HBO en España cuya plantilla está mayoritariamente compuesta por mujeres, con una representación del 54,3% (p. 874).

Además, la falta de mujeres en las labores directivas complica la contratación femenina en el resto de los puestos, ya sean creativos, artísticos o técnicos (Higueras, 2019). Y, por otro lado, no favorece que se actualice la representación de la mujer en la pantalla y que se rompan arquetipos femeninos que han de superarse (Bernárdez y Padilla, 2018; Martínez-Collado y Navarrete, 2011).

Esta última problemática ha sido investigada en los últimos años, concluyendo que las mujeres aparecen en una situación de inferioridad frente a los hombres, los personajes femeninos están apegados a las emociones y estos no pueden competir con los personajes masculinos (Menéndez y Zurian, 2014).

No obstante, algunas creaciones recientes introducen cambios sobre este esquema, venciendo la tradicional invisibilidad de las mujeres y situándolas fuera del reducto familiar y doméstico para superar los estereotipos de género. Esto ocurre a partir de los años noventa, cuando se empieza a mostrar una mayor diversidad en los personajes femeninos (Menéndez y Zurian, 2014). Se les permite entonces evolucionar, alejados del icono de la perfección en todas las esferas, mostrando tanto sus debilidades como su empoderamiento (Cuenca y Martínez, 2020).

A pesar de ello, una de las últimas investigaciones al respecto centrada en las plataformas de *streaming* (Barrios, et al., 2021) afirma que sigue existiendo en sus contenidos una infrarrepresentación de género, es decir, son menos numerosos los personajes femeninos, si bien se observa cierta mejora en relación a estudios anteriores.

2. Metodología

Este estudio tiene como objetivo general analizar el caso de la serie de ficción *Valeria* al ser la única producción nacional del nuevo mercado audiovisual que cuenta con mujeres en las tres áreas principales de la toma de decisiones, además de ser creada también por una mujer, María López Castaño.

- La dirección de la serie es de Inma Torrente, Nely Reguera y Laura Campos.
- La productora ejecutiva es Marina Pérez y la directora de producción Sara García.
- El guion es de María López Castaño, Aurora Gracià, Almudena Ocana, Montaña Marchena y Fernanda Eguiarte.

Valeria reúne otros valores relacionados con el estudio de la mujer en la producción audiovisual:

- Es una serie protagonizada por cuatro mujeres (Diana Gómez, Teresa Riott, Paula Malia y Silma López), donde los papeles masculinos son secundarios.
- Parte de una obra literaria, ya que es la adaptación de la novela *En los zapatos de Valeria*, de otra mujer creadora, Elísabet Benavent, quien ha participado en la producción de manera directa en la segunda y tercera temporada.
- Otros puestos creativos muy apegados a la creación del universo femenino que envuelve la serie y que acompaña su punto de vista están ocupados por mujeres, como es el caso de Mercedes Canales, directora de arte.

Así, la investigación pretende indagar sobre el punto de vista femenino en la creación audiovisual y establece los siguientes objetivos específicos (OE):

- OE1. Exponer la situación de la mujer en la industria audiovisual española y, en concreto, en la serie *Valeria*.
- OE2. Analizar los argumentos y temáticas predominantes en esta serie.
- OE3. Valorar las características de los personajes protagonistas femeninos.
- OE4. Determinar la envergadura de la producción, atendiendo a criterios presupuestarios, diversidad de localizaciones y factura técnica.¹

¹ Investigaciones como las de Herrero et al. (2022) y Saavedra et al. (2022) revelan que las profesionales de la industria audiovisual consideran que existe encasillamiento en proyectos de bajo coste o de menor factura técnica, esto es, comedias románticas e historias intimistas.

- OE5. Indagar a cerca del proceso de trabajo llevado a cabo en la producción de la serie liderada por un equipo femenino.

La investigación se estructura en tres etapas. Una primera fase de carácter descriptivo, conducente a la realización de la introducción del estudio, donde se consultan informes sectoriales e investigaciones previas sobre género e industria audiovisual para conformar un marco conceptual que nos ayude a contextualizar el objeto de estudio. Atiende, por tanto, al OE1.

Una segunda fase de análisis de contenido donde se examinará la serie *Valeria*, que suma tres temporadas, veinticuatro capítulos y un total de mil doscientos minutos de metraje. Esta etapa aborda los OE 2, 3 y 4.

El análisis de contenido recorrerá diferentes aspectos. Para el análisis de personajes aplicaremos la clasificación de Casetti y Di Chio (1994): persona, rol y actante. Para establecer el estilo de vida de los mismos, usaremos la teoría de toma de decisiones de McKee (1997): consecuentes o disruptivas. Y para determinar los aspectos de los personajes principales, los valores de López-Gutiérrez y Nicolás (2016): virtudes/defectos y arco dramático/evolución. Estudiaremos el nivel de empatía que el personaje genera en el espectador, basándonos en los niveles establecidos por Cohen (2001) y la clasificación de Nicolás (2014): cognitiva, emocional, valorativa y proyectiva.

Además de estos motores fundamentales, dado que es un estudio de género, incluiremos, dentro de la temática, la inserción de contenidos considerados por la teoría feminista, ya que en la serie *Valeria* el relato está apegado a la mujer y esta protagoniza las historias. Nos inspiramos en la propuesta de Castro (2002): cuerpo, sexualidad, maternidad, poder o visibilidad.

También en la clasificación de roles de Guarinos (2008): *Chica buena*, que acepta el sistema, sufridora, ingenua, conformista, nivel medio-bajo; *Beata*, soltera, roza los cincuenta, poco agraciada, reprimida, oscura, amargada; *Femme fatale*, mala, ambiciosa, la perdición de los hombres, seductora, de gran belleza, atractiva, tendente a la autodestrucción; *Mater amabilis*, amorosa, atenta con sus hijos, buena persona, no aporta demasiado; *Cenicienta*, hermosa, joven, asciende y supera obstáculos, pero sin voluntad propia; o *Turris ebúrnea*: torre de marfil, inalcanzable, fuerte, fría, inflexible. Los parámetros que guían este análisis de contenido se recogen en la Tabla 1.

La tercera fase se sustenta en la técnica de la entrevista en profundidad y pretende completar el estudio con la voz de las expertas, las mujeres que desempeñan puestos de responsabilidad en la serie de la productora Plano a plano para Netflix.

Peña (2013) considera que una entrevista en profundidad es una conversación científico-profesional a través de la cual podemos obtener información que nos ayude a analizar un contexto social. No debe tratarse de un diálogo espontáneo, como explica Valles (2002), sino que se fundamenta en un proceso estructurado en el que el captador debe seleccionar al cuestionado en función de una serie de variables y bajo una argumentación sólida.

Para seleccionar a las entrevistadas, se ha tenido en cuenta que formen parte de todos los procesos de creación de la serie, tal como refleja la Tabla 2.²

² No fue posible entrevistar a Silma López. Se completa el estudio de este personaje, con referencias documentales publicadas.

Tabla 1. Patrón de análisis

Valeria	Temporada	-
	Año	-
	Capítulo	-
	Duración	-
	Sinopsis	-
Análisis de contenido		
Argumento	-	
Género	-	
Producción (bajo coste, medio, gran producción)	-	
Estudio de los personajes principales		
Actuación (persona, rol o actante)	-	
Toma de decisiones (consecuentes o disruptivas)	-	
Valores (virtudes/defectos)	-	
Arco dramático (evolución)	-	
Empatía (cognitiva, emocional, valorativa proyectiva)	-	
Estudio de género		
Temática teoría feminista (cuerpo, sexualidad, maternidad, poder o visibilidad):	-	
Estereotipos femeninos tradicionales (chica buena, beata, femme fatale, mater amabilis, cenicienta y turris ebúrnea)	-	

Fuente: Elaboración propia a partir de las investigaciones de Casetti y Di Chio (1994); López-Gutiérrez y Nicolás (2016); McKee (1997); (Cohen, 2001); Castro (2002); Guarinos (2008); Herrero et al. (2022).

Las entrevistas se llevan a cabo de forma presencial en febrero de 2022. Se siguió un modelo de cuestionario semiestructurado, estableciendo los siguientes ejes de discusión, relacionados con el OE5:

- El papel de la mujer en la industria audiovisual española.
- El posicionamiento de la mujer en las funciones directivas, creativas y artísticas.
- Evolución del mercado audiovisual y políticas de igualdad y empoderamiento.
- *Valeria*, como proyecto con una mirada femenina: temas, enfoques y estereotipos.
- La obra y la serie como producto para mujeres y/o hombres.
- La serie *Valeria* como espacio de trabajo predominantemente femenino.

En el caso de las actrices, se añaden cuestiones relativas a la esencia de cada personaje y su evolución y ello contribuye a fortalecer los resultados del OE3.

Mencionar, por último, que se selecciona Netflix por ser el operador más relevante a nivel industrial en la actualidad (CNMC, 2023) y el que, como hemos visto, más producciones creadas por mujeres aglutina desde que inicia la producción de series originales en España.

Tabla 2. Expertas entrevistadas *Valeria*

							
Elísabet Benavent	Inma Torrente	Marina Pérez	Montaña Marchena	Mercedes Canales	Diana Gómez	Teresa Riott	Paula Malia
Autora	Directora	Productora ejecutiva	Guionista	Directora de arte	Actriz principal	Actriz	Actriz
Autora de la saga <i>Valeria</i> , que consta de cinco tomos, que suman 1.5 millones de ventas y está traducida a diez idiomas. Cuenta con veinticinco publicaciones y, además de esta obra, también se han adaptado <i>Fuimos canciones</i> y <i>Un cuento perfecto</i> por Netflix.	Más de quince años de experiencia en la dirección de series de ficción. Además de <i>Valeria</i> , ha liderado producciones como <i>El síndrome de Ulises</i> , <i>Los Misterios de Laura</i> , <i>Vive cantando</i> , <i>Señoras del (h)AMPA</i> , <i>Tú no eres especial</i> o <i>Servir y proteger</i> .	Productora ejecutiva de la serie en Plano a plano para Netflix. Ha producido y guionizado una decena de proyectos de entretenimiento y ficción como las series <i>La competencia</i> , <i>Anclados</i> o <i>Los quién</i> .	Diez años de experiencia como guionista, en series como <i>Los quién</i> , <i>Fenómenos</i> , <i>Con el culo al aire</i> o <i>Allí Abajo</i> . Nominada al Premio Iris a mejor guion de serie por la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión. También ha participado en el desarrollo y creación de series para Plano a Plano.	Directora artística especializada en televisión, suya es la ambientación de producciones como <i>El incidente</i> , <i>El secreto de Puente Viejo</i> , <i>Allí abajo</i> , <i>Los protegidos</i> o, entre otras, <i>Los misterios de Laura</i> . También ha trabajado en cine.	Actriz que da vida al personaje central: <i>Valeria</i> . Ha participado en series como <i>La casa de papel</i> , <i>45 revoluciones</i> , <i>El día de mañana</i> o <i>Sé quién eres</i> , entre otras. También en cine (<i>Eloise</i> , <i>Sin límites</i> o <i>Salvador</i>) y en teatro.	Interpreta a <i>Nerea</i> en <i>Valeria</i> . Anteriormente, ha tomado parte en series como <i>Centro médico</i> , <i>La que se avecina</i> , <i>Cuéntame cómo pasó</i> , <i>Por H</i> o <i>por B</i> y, ahora, prepara <i>El inmortal</i> para <i>Movistar+</i> . En cine, ha trabajado en <i>Barcelona</i> , <i>noche de verano</i> .	Empezó su carrera en televisión en el programa de humor <i>Crakòvia</i> , imitando a diversos personajes. Actriz en cine, teatro y series entre las que destacan <i>El crac</i> , <i>Cites</i> o <i>El vecino</i> . Interpreta a <i>Carmen</i> en <i>Valeria</i> .

Fuente: Elaboración propia a partir de los currículos de las entrevistadas.

3. Resultados

Se expone en este epígrafe el análisis de contenido, dividido en varios apartados, que recorren la adaptación del libro al formato audiovisual, la construcción de sus personajes, temáticas y reivindicaciones feministas.

3.1. La adaptación a la pequeña pantalla de un bestseller español

Valeria es una serie original de Netflix producida por Plano a plano. Parte de la saga de la escritora Elísabet Benavent que está compuesta por cinco tomos: *En los zapatos de Valeria* (2013), *Valeria en el espejo* (2013), *Valeria en blanco y negro* (2013), *Valeria al desnudo* (2013) y *El diario de Lola* (2015). La saga literaria ha vendido 1,5 millones de ejemplares (Ruiz, 2021).

La adaptación de la primera temporada fue abierta y, de ahí, la poca fidelidad a la trama original. Los espectadores criticaron especialmente la concepción de los personajes de la ficción

respecto a los libros (Playz, 2020). De hecho, la autora llega a declarar que le hubiera gustado “una primera temporada más literal” y, de ahí, que su papel como asesora evoluciona hasta participar en el equipo de guion de la segunda y tercera temporada (González-Blanco, 2021).

La primera temporada utilizó de base el primer libro y la segunda el siguiente. En cambio, Netflix ha anunciado que la tercera temporada dará cierre a la historia por lo que aglutina las tramas de las novelas tres y cuatro.

Netflix lanzó la serie en 190 países. La primera temporada fue el contenido más visto en su primera semana de estreno en España, Francia, Argentina y Uruguay y estuvo dentro de las diez producciones con mejor posicionamiento en México, Suiza, Venezuela y Grecia (La Vanguardia, 2019).

La segunda temporada entró directamente al primer puesto en España y Turquía durante las dos primeras semanas de estreno, se mantuvo durante la primera semana en el noveno puesto a nivel mundial y fue Top 10 en veintinueve países. En el primer fin de semana de visionado, acumuló 9,6 millones de horas reproducidas y en los primeros quince días de exhibición 15,5 millones (Zárate, 2021).

La tercera tanda fue el contenido más visto de la plataforma en España durante su primera semana de exhibición y la temporada se mantuvo en el Top 10 de contenidos en español más consumidos, a nivel global, durante tres semanas (Cámara, 2023).

3.2. Serie y personajes protagonistas: Valeria, Nerea, Carmen y Lola

Para Torres e Izquierdo la implicación de las mujeres en el audiovisual tiene consecuencias en “la selección y enfoque de temas, la construcción de personajes, de estereotipos, la asignación de roles y la asociación de valores” (2022, p. 102). Es por ello que abordamos este breve análisis de las protagonistas de *Valeria*.

Conscientes de que el concepto “género” asociado a una tipología cerrada ha quedado bastante obsoleto, nuestra intención es situar la ficción con unas características morfológicas (escenarios, personajes, códigos visuales, códigos sonoros, códigos ideológicos y culturales), sintácticas (estructura de la trama, montaje, relación entre los personajes) y semánticas (temas, arquetipos, iconicidad de la puesta en escena e intertextualidad), dentro de un modelo flexible que acoja la hibridación predominante en la actualidad (Raya, 2011). *Valeria* está basada en personajes femeninos y desarrolla sus historias en el centro de Madrid, con una realización cuidada, pero sin grandes alardes, y un empleo profuso de música comercial.

La trama combina la serialidad con las historias paralelas, que se resuelven en cada capítulo, y se presenta mediante un montaje que respeta el orden temporal de los acontecimientos y a través de argumentos donde los personajes interactúan de forma coral, con predominio de las acciones centradas en la protagonista. Los temas versan sobre el amor, la amistad, las ambiciones profesionales: el día a día de cuatro amigas cerca de la treintena que dan pasos para acercarse a la vida que desean. La serie rinde culto a lugares icónicos de Madrid y cultiva cierta intertextualidad socio-cultural. *Valeria* podría ubicarse dentro de la comedia romántica, si bien concede espacio a cuestiones que pueden plantearse en la vida de cualquier persona que abandona la veintena y se plantea si está satisfecha con su profesión, sus relaciones personales o su orientación sexual.

Es una producción de coste medio, que ha puesto especial cuidado en la dirección de arte y en el uso de efectos visuales digitales (VFX), para crear los espacios donde transcurre la vida de Valeria. Especial interés tiene la casa de cada uno de los personajes principales, especialmente la de la protagonista, al igual que las numerosas localizaciones, especialmente cafés, restaurantes y lugares de ocio, que muestran el centro de un Madrid entre lo sofisticado y lo popular. Los

efectos visuales se usan para dar realismo a las viviendas (vistas desde las ventanas, por ejemplo) y otros emplazamientos, así como para crear determinados ambientes e incluso condiciones climáticas.

Como hemos apuntado, en el análisis de los personajes abordamos su construcción y tipología, las acciones que desarrollan, su evolución dramática y la vinculación emotiva con la audiencia.

3.2.1. Valeria

Profundizamos en la protagonista buscando un simulacro de individuo (personaje como persona), que nos permita ahondar en su dimensionalidad, de forma que encontramos un personaje no lineal, que va afrontado situaciones diversas, y dinámico, mostrando sus diferentes facetas (escritora, amiga y, en menor medida, esposa, hija). Si atendemos a sus actitudes y acciones (como rol), evidentemente Valeria sostiene el argumento, es activa, influye en otros personajes y constituye el centro de la historia. Por su nexo con distintos elementos de la acción (como actante) es sujeto de gran parte de las líneas argumentales que se desarrollan en la serie, implicándose de forma directa en la mayoría de las coyunturas mostradas.

Sostiene Mckee (1997), que para captar la esencia de un personaje hay que conocer qué decisiones toma frente a los conflictos. Son las decisiones disruptivas, las que rompen con directrices anteriores, las que van definiendo su arco de transformación. Valeria no se acomoda, termina con aquello que no la satisface, buscando la vida que desea. Por eso termina su matrimonio, aunque le asalten dudas, y no acepta soluciones que podrían considerarse como “prácticas” en su carrera como escritora, tal como firmar su novela con un pseudónimo a cambio de una buena remuneración económica. Intenta ser honesta consigo misma y con la vida que desea. Es apasionada y alegre, pero también indecisa, pasando por momentos de gran inseguridad, especialmente en su faceta sentimental. Necesita que los demás la sostengan cuando se siente abrumada por los problemas.

Experimenta una evolución, especialmente en la segunda temporada, al conseguir, a pesar de los obstáculos, publicar su novela. Es en el ámbito profesional donde experimenta los principales logros. Su vida sentimental es inestable y, después de separarse de su marido, busca el equilibrio emocional, que parece llegar con el final de la historia.

Valeria despierta empatía. Vive experiencias complicadas que afronta de forma bastante emocional, consiguiendo que el espectador se ponga en su lugar. Inspira simpatía, atravesando por situaciones cotidianas con la que otras personas, especialmente mujeres de su edad (pero no sólo), se pueden identificar. Por ello activa los distintos tipos de empatía definidos por Nicolás (2014), es decir, cognitiva (nos ponemos en “sus zapatos”), emocional (sentimos sus mismas emociones y altibajos), valorativa (nos gusta, nos cae bien, sin que medie un juicio de valor real) y proyectiva (fantaseamos sobre qué va a pasarle después).

Diana Gómez, actriz que interpreta a Valeria, explica que su personaje evoluciona a lo largo de las temporadas: “debe enfrentarse a un momento en el que no sabe qué hacer con su vida. Empezó la primera temporada con una autoestima baja. Es una chica soñadora y sensible. Trabajé el personaje con la ayuda del síndrome de la impostora, porque me marcaba el punto donde estaba. Poco a poco fui trabajando cómo Valeria iba ganando confianza en sí misma”.

Apunta Gómez que esta falta de confianza en sí misma es un rasgo del personaje que no desaparece, “pero aprende a gestionarla y cuando Valeria se siente insegura es capaz de verbalizar lo que pasa, decirlo en voz alta y darse cuenta de que está haciendo más drama del necesario”.

Respecto a su interacción con otros personajes, Valeria está muy conectada a sus tres amigas, siendo a menudo el centro. Los roles masculinos principales giran igualmente en torno a ella, ya que su única razón de ser en la serie es su relación con la protagonista. Adrián es el marido del que ha dejado de estar enamorada; Víctor es el amante que le abre la puerta a un mundo

de emociones nuevas y le sirve de inspiración para el componente erótico de su novela; por último, Bruno le aporta estabilidad emocional y equilibrio.

3.2.2. Lola

Representa un personaje que parte de una dimensionalidad un tanto estática, especialmente en la primera temporada de la serie. Mantiene una relación tóxica con un hombre casado (Sergio), basada exclusivamente en encuentros sexuales. Sus intentos de romper con él fracasan continuamente. Ejerce un rol activo entre sus amigas y tiene claras las soluciones para los problemas del resto, pero pierde la convicción como actante cuando se trata de afrontar sus dificultades.

Dos grandes decisiones se mantienen pendientes en la vida de Lola: su romance con Sergio, al que finalmente deja, y la relación que retoma con su madre, ausente durante gran parte de su vida, respecto a la que siente un gran resentimiento. Ambas situaciones provocan una evolución, al atravesar momentos de zozobra y vulnerabilidad, que contrastan con su fachada de mujer fatal. Lola es divertida y apasionada. Aparenta ser fuerte, especialmente frente a su hermano menor, al que ha cuidado desde pequeño. Pero tras esa falsa seguridad se esconde una joven con miedo al abandono, que evita reflexionar sobre la vida que realmente desea. Lola acaba con su dependencia de Sergio y es capaz de desbloquear sus sentimientos hacia su madre. Eso aporta matices a un personaje centrado en una actitud hedonista, que evoluciona hacia una madurez emocional.

El espectador comienza viendo en Lola a una mujer atrevida que vive para divertirse. Esto puede conectar con una parte del público, que busca la evasión en una trama *a priori* libre de problemas. Pero a medida que avanza la historia descubrimos un pasado difícil, que genera una empatía emocional. No inspira ternura, como puede suceder con Valeria, mucho más frágil.

La actriz Silma López describe a Lola como “un personaje delicioso para interpretar, está llena de vida, de luces y sombras... Me ha dado la posibilidad de trabajar y de darle desarrollo a lo largo de estas temporadas (Chueca, 2021). Explica López que Lola es la más atrevida en todos los aspectos y empuja a sus amigas a que asuman nuevos retos: “Lola es impulsiva, divertida, hedonista y desinhibida, aunque también responsable” (De Dios, 2020).

Las interacciones de Lola se centran en sus amigas, sus amantes, y dos personajes que figuran sólo fugazmente: su madre y su hermano. Su manera de conducirse, con su aparente seguridad, provoca algún conflicto con sus amistades, que se sienten incomprendidas en sus momentos de duda.

3.2.3. Carmen

Es un personaje que entraría en la categoría de “contrastado”, definida por Casseti y Di Chio (1994, p. 178), por su carácter inseguro, especialmente en sus relaciones masculinas. A pesar de ello, desempeña un rol activo, sortea sus miedos, movilizándose para alcanzar sus aspiraciones: una relación estable con Borja (su subordinado en el trabajo). Ejerce de nexo de unión entre sus amigas, siendo probablemente la que más escucha y apoya a Valeria de forma incondicional. A pesar de sus inseguridades, da pasos importantes, especialmente en la segunda temporada: decide casarse con Borja (la boda sucede en la tercera entrega) y compite por un ascenso laboral con su futuro marido.

Es una mujer generosa, empática, dispuesta a ayudar a sus amigas. Sabe lo que quiere y, a medida que avanza la trama, va definiendo sus prioridades con mayor convicción. Carmen puede, en un primer momento, dejarse avasallar, cuando se encuentra con personalidades muy seguras. No se siente cómoda en el conflicto. Pero finalmente se rearma de argumentos y actúa para conseguir sus objetivos. Presenta un arco de transformación notable y consigue sus deseos: mayor reconocimiento profesional y relación de pareja estable.

Parece en los primeros momentos el personaje menos agraciado. No disfruta de especial protagonismo y aparentemente actúa en función de los demás. Representa un prototipo un tanto cómico, centro de las situaciones en las que la comedia es más evidente. Es la más compasiva y progresivamente despierta una empatía valorativa. En términos de Nicolás (2014), gusta al espectador porque evoca un sentimiento positivo. Las interacciones con sus amigas se centran en apoyarlas cuando lo necesitan, especialmente a Valeria. A través de Carmen conocemos a Borja, uno de los pocos hombres presentes en la serie.

“Carmen es una mujer risueña, indecisa, dubitativa a nivel personal, pero a nivel laboral es muy potente. Ella sabe que es muy buena en su trabajo y no tiene miedo de perseguir sus objetivos”. Así define la actriz Paula Malia a su personaje, señalando que lo más divertido es poder jugar interpretando con esos dos colores.

Destaca Malia cómo se asume la igualdad en *Valeria*: “en la segunda temporada, Carmen establece una relación sentimental muy bonita con su subordinado, él nunca intenta estar por encima de ella, hay un respeto absoluto y se aborda con total naturalidad”.

3.2.4. Nerea

Es el personaje más lineal, aunque también experimentará grandes cambios en la segunda temporada. Ejerce un rol conservador, siendo en un principio la que intenta mantener el equilibrio en las distintas coyunturas. Pero de esa posición de situarse al margen, pasa a un papel cada vez más activo. Empieza siendo un actante independiente, representando la voz de la cordura. Pero termina envuelta en distintos conflictos, ante los que necesita ayuda (en especial, de Lola).

Se ha fabricado un prototipo de mujer que sólo funciona de cara a los demás. Una abogada que trabaja en el despacho paterno, heterosexual y con una vida supuestamente ordenada. La decisión fundamental de Nerea pasa por dejar de ocultar a su familia que es lesbiana y preguntarse por primera vez cómo quiere vivir su vida. Es una joven inteligente y sensata, que observa desde fuera las locuras de sus amigas. Pero a medida que avanza la serie, su lado prudente desaparece. Provoca distintos conflictos y se conduce de forma descontrolada. Muestra su lado aventurero y vehemente.

La evolución de Nerea es la más marcada por “salir del armario” y romper con su familia personal y laboralmente. Pasa de una situación acomodada a no tener ingresos, ni alojamiento. Esta crisis la empuja a conducirse por primera vez con absoluta libertad. Reorienta su vocación profesional hacia la organización de eventos y se entrega al romance y el disfrute sexual. El apoyo de Lola, que la acoge en su casa, es esencial en este momento.

Teresa Riott apunta que Nerea, su personaje, representa un arquetipo en la sociedad: “sería esa persona a la que han coartado todas las emociones, todo su ser, que ha creado una personalidad acorde a la familia, a los estereotipos que demanda la sociedad y ahí se ha perdido completamente a sí misma”. Con treinta años, explica Riott, Nerea no sabe lo que le gusta a nivel personal, ni sexual, ni tampoco profesionalmente porque ha vivido sólo lo que le han impuesto sus padres. Es una mujer que se ha anulado a sí misma a favor de lo que los demás quieren ver de ella.

A lo largo de las temporadas Nerea aprende a expresar sus sentimientos, se enfrenta al reto de decir las cosas, “pero no sabe, es muy directa, no tiene empatía ni tacto suficiente para tratar a los demás. Está en una adolescencia emocional donde no sabe gestionar las relaciones con sus amigas ni con sus padres. pero trabaja en ello”, analiza Riott.

Este personaje puede despertar empatía en su dimensión cognitiva y emocional (Nicolás, 2014), especialmente entre el colectivo LGTBIQ+. Representa a alguien que deja de someterse a lo que los demás esperan de él.

Es probablemente la que menos interactúa con el resto de sus amigas en la primera temporada. A partir de la siguiente, asume mayor protagonismo, ya que sus aventuras ganan peso en la trama. A través de ella conocemos a otras mujeres homosexuales, aunque su aparición es muy puntual.

3.3. Temáticas feministas y estereotipos femeninos en la serie

Utilizamos como premisa que la presencia femenina en la realización de creaciones audiovisuales fomenta narrativas que ofrecen una representación de la mujer más compleja y diversa (Ruíz-Guzmán, 2018).

Determinados elementos clave en la teoría feminista surgen en *Valeria*, como parte de una historia que refleja las aspiraciones de muchas mujeres en la actualidad. Cuestiones como cuerpo, sexualidad, maternidad, poder o visibilidad (Castro 2002) están presentes en las principales tramas.

La sexualidad es una de las más explotadas, con diferentes vertientes. En la segunda temporada cobra especial relevancia la orientación sexual de Nerea y su determinación de no ocultar más su condición de lesbiana. Comienza para ella una etapa de libertad sexual, contenida hasta entonces. El sexo es también un motor para Valeria, agotada la relación con su marido. El personaje de Víctor despierta en ella un erotismo que se convierte en impulso para escribir su novela. El placer sexual centra la conexión entre Lola y su amante, que fuera de sus encuentros apasionados son dos extraños. Por último, también la sexualidad se manifiesta en la pareja formada por Carmen y Borja, que terminan casándose en la tercera temporada. La búsqueda de experiencias sexuales satisfactorias es denominador común de todas estas tramas. No existe ninguna apelación a la maternidad, ni siquiera como una proyección de futuro, asociada a las distintas relaciones románticas mostradas en la serie.

El poder se manifiesta especialmente en uno de los personajes que, en principio, presenta menos fortaleza: Carmen, que resulta en un primer estadio la más insegura. Sin embargo, se describe un empoderamiento profesional y personalmente. En su trabajo como experta en *marketing* prueba su valía y acaba compitiendo con su novio. Se revelan muy claramente en este proceso los condicionantes educativos que relegan a las mujeres a un segundo plano en los puestos de mayor responsabilidad. Así, Carmen rechaza una promoción en su trabajo, dando prioridad a su relación con Borja y este no duda en aceptar la misma al quedar vacante, sin saber que ella era la primera candidata. La reacción de Carmen es rectificar y reclamar de nuevo el puesto, consciente de que no ha de sentirse culpable por desarrollar una trayectoria más exitosa que la de su pareja. Su determinación va más allá de lo profesional y se extiende al ámbito de la familia de Borja, con cuya madre choca desde el principio, al cuestionar su carácter dominante y posesivo. También el ascenso profesional, con el poder que lleva asociado, se aprecia en la evolución de Valeria, cuando inicia su carrera como escritora.

Las mujeres de la serie no son invisibles. Se desempeñan de forma activa en todos los ámbitos y luchan por alcanzar sus metas. No resultan conformistas y eso es lo que provoca sus crisis, pero también lo que las hace crecer y tomar las riendas de su destino. Valeria quiere darse a conocer por sus novelas, Lola rechaza ser la amante que alimenta una relación tóxica, Carmen desea brillar en su trabajo y Nerea persigue ser ella misma, aunque eso le cueste el rechazo de su familia.

Tal como se ha señalado, seguimos la propuesta de Guarinos (2008), basada en los estereotipos de género tradicionalmente explotados por la representación cinematográfica, para reflexionar sobre los arquetipos femeninos predominantes en *Valeria*. Partimos de una tipología cerrada (chica buena, beata, *femme fatale*, *mater amabilis*, cenicienta y *turris ebúrnea*) en la que no encaja prácticamente ninguno de sus personajes principales. Se detecta durante la primera temporada

una aproximación de Lola al concepto *femme fatale*, donde está muy presente su relación puramente sexual con un hombre casado. Este esquema desaparece en la segunda entrega, al romper con Sergio. Las mujeres de la serie no son fetiches inalcanzables, ni tampoco madres amantísimas.

Son jóvenes de carne y hueso con distintas inquietudes, que aún no se han planteado la maternidad. Tampoco obedecen al estereotipo de beata ya que, afortunadamente, en la actualidad no se identifica la soltería femenina como el reducto de la amargura por no haber accedido al matrimonio, o por una vocación religiosa frustrada. Y, en el caso concreto de la protagonista, está casada y luego separada. Valeria vive el sueño de ver publicada su novela, pero no se trata de una cenicienta que asciende socialmente de forma fortuita y a través de un hombre, sino de alguien que trabaja para alcanzar sus objetivos.

La serie presenta a mujeres profesionales, cualificadas, con proyección en su trabajo (especialmente Carmen, además de Valeria), que luchan por mejorar en su carrera, no a chicas buenas sufridoras e ingenuas. Nerea es tal vez el personaje que de forma más radical decide no conformarse con su situación, al “salir del armario”, cambiar de profesión y abandonar la comodidad de vivir y trabajar con su familia.

Los personajes femeninos representan la realidad de mujeres jóvenes en países como España, presentan un arco de transformación que impide encasillarlas en categorías cerradas, posibilitando la identificación de la audiencia.

4. Discusión

En este apartado expondremos las consideraciones de las expertas entrevistadas en función de los resultados obtenidos en la etapa de investigación anterior.

4.1. Valeria: un proyecto con mirada femenina

Valeria cuenta la historia de un grupo de amigas con distintos perfiles profesionales y emocionales, que representan, afirma la escritora Elísabet Benavent, personas actuales de la sociedad, aunque “algunas cosas, evidentemente, son más estereotipadas y no están hechas para sentirse identificadas”. Pero dentro de esa creatividad, necesaria en televisión, “son personajes aspiracionales para que el público pueda soñar con algo que quiera hacer en la vida” puesto que, como explica la autora, “todos bebemos de un imaginario común”.

“En *Valeria* somos cuatro mujeres con ganas de romper tabúes, con intención de contar la realidad sexual, laboral y personal de los personajes femeninos, pero también de los masculinos, desde otro punto de vista y desmitificando cosas”, recalca la actriz Diana Gómez, insistiendo en el interés que esto tiene, puesto que hasta ahora predominaba la mirada masculina, con una hipersexualización de la mujer. La directora Inma Torrente observa también que es interesante poder contar historias desde otra perspectiva, que plantee diferentes opciones al público.

Al hilo, añade la actriz Teresa Riott que se trata de dejar de embellecer la ficción o la realidad, huir de un escenario perfecto y normalizar: “Que el público pueda empatizar y no tengamos la idea de que el sexo, por ejemplo, siempre tiene que ser de una manera. Se trata de mostrar distintas realidades”.

Históricamente la ficción ha vivido siempre de relatos protagonizados por hombres, donde las mujeres son satélites, recuerda Mercedes Canales, directora de arte, y en *Valeria* los papeles han cambiado y por fin existen argumentos donde “claramente las protagonistas son mujeres que hablan de sus problemas y los hombres son comodines” y en este sentido “está muy bien que esta historia, escrita y dirigida desde el punto de vista de las mujeres, pueda contar con un equipo femenino tan completo, porque eso aporta mucho al proyecto”.

Aunque *Valeria* sea una obra protagonizada por mujeres, no va destinada a un público femenino: “Es para quien le dé la vuelta al libro, lea las sinopsis y le apetezca”, dice Benavent, que apunta que hablamos de cultura de entretenimiento y carece de género. “Se divierten tanto hombres como mujeres”, señala Gómez. Si al público le gusta la comedia romántica, reflexiona la guionista Montaña Marchena, verá la serie, porque no importa quiénes sean los protagonistas.

Para la actriz Paula Malia es un problema de etiquetas que limita al público, lo aleja de poder disfrutar tranquilamente de un producto: “Me gustan las películas de acción con grandes personajes masculinos maravillosos y me encantaría poder hacer un personaje así. Como hombre puede pasarte igual, hay personajes femeninos que son también admirables...”.

La cuestión es que, argumenta Riott, “llevamos toda la vida consumiendo historias donde en el cartel aparece un hombre. Todo ha sido para hombres. Ahora, de repente, hay series que son para todos los públicos. Yo veo *Machos alfa*, que son cuatro hombres, y no digo que es para hombres...”. Según Marina Pérez, productora ejecutiva, todos los contenidos pueden interesar a todo el mundo, es una cuestión personal y no de género, pero el problema, reconoce, es que tiene que cambiar desde el audiovisual infantil: “en *La patrulla canina* todos los personajes son masculinos y sólo hay uno femenino, que viste de rosa, y eso tiene que evolucionar y va muy lento...”.

Las profesionales explican que más que una serie femenina, si tuviera que etiquetarse, podría ser una serie *millennial*, ya que representa muy bien a una generación. La directora de arte, Mercedes Canales, destaca, por ejemplo, que la casa de *Valeria* fue un éxito. Traspasó la barrera de la ficción, la revista *AD* publicó un artículo y se construyó una réplica en Casa Decor³: “Para mí fue como si me hubieran dado un Goya⁴, porque yo hice Diseño de interiores y supuso el reconocimiento de que fuese una casa *millennial*, donde lo importante es la arquitectura”.

4.2. Equipo y proceso de trabajo en *Valeria*

Valeria es un proyecto creativo realizado casi exclusivamente por mujeres, algo poco común en producciones audiovisuales. Benavent, orgullosa, afirma: “Son grandísimas profesionales, que además son buenas personas y entre mujeres nos entendemos, nos llevamos bien y todo ha funcionado como el mecanismo de un reloj”.

Torrente siempre ha trabajado con mayoría de hombres y reivindica que le gusta trabajar con mujeres precisamente por la discriminación que ha sufrido toda su trayectoria. Además, dice, “trabajar con mujeres me gusta mucho porque somos más prácticas, tenemos menos ego y somos trabajadoras”. “Tenemos esa cosa de reconocer qué es mejor, o cuadra más y una mente más abierta para aceptar todo y crecer en una misma dirección”.

En *Valeria*, las entrevistadas coinciden en la ausencia de egos, aunque este aspecto sea inherente a cada persona independientemente del sexo. Esto ha generado un mejor ambiente de trabajo, una mayor facilidad de comunicarse entre los departamentos sin limitar parcelas, “con la intención de aportar al conjunto global”, permitiendo una libertad creativa donde plantear ideas en beneficio del resultado final. Explica Marchena, que cuando se plantea una idea escribiendo un guion la mujer tiene menos ego: “Si algo no funciona y la idea de la otra persona está bien, somos prácticas, nos decidimos por la mejor opción para que la historia avance”. “No peleamos una idea sólo porque es la mía”, subraya. Sin embargo, Canales apunta que en el departamento de decoración no ha notado más ego en compañeros, sólo en algún caso puntual.

³ Plataforma de interiorismo, diseño y estilo de vida que se realiza todos los años en un emplazamiento diferente en el centro de Madrid, abriendo al público un edificio singular de la capital, que da cabida a cincuenta espacios decorados por profesionales consagrados.

⁴ Máximo galardón en el ámbito del cine español. Otorgado anualmente por la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas, premia a los profesionales de cada una de las especialidades de esta industria.

El universo femenino que forma *Valeria* ha supuesto para Pérez la primera oportunidad de llevar a cabo la producción ejecutiva rodeada de compañeras; circunstancia inusual, porque hace unos años no se daban esas oportunidades laborales donde poder demostrar, que también existe ese talento fuera del feudo masculino. El equipo de la serie prueba lo que concluyen determinados estudios en el mundo anglosajón: en los proyectos audiovisuales liderados por mujeres las profesionales femeninas tienen una mayor cabida. Smith et al., (2013) sitúan este dato en un 21% más, mientras Follows afirma que las directoras encabezan historias escritas en un 65% de los casos por mujeres, cifra que desciende al 7,4% para los directores (2016, p. 26).

La presión en esta serie recaía también en luchar para construir unos personajes femeninos que pudieran crecer, pues, asegura Pérez, “he vivido en *Valeria* que el público es muy crítico y poco abierto con protagonistas femeninas: si tienes un protagonista masculino inmaduro porque su arco de crecimiento va a ser una edad en la que está madurando, todo el mundo lo entiende”. No ocurre igual si tienes una actriz femenina, el público no permite tener ese arco, según Pérez: “No dejan crecer a la chica, ni que experimente, yo quiero que se equivoque y que llegue donde yo quiero que llegue, que no tiene por qué ser el punto de madurez. Esto no se permite y creo que es un reflejo de lo que pasa en la sociedad; la mujer está en el punto de mira haga lo que haga”.

Aseguran las actrices entrevistadas que el hecho de que las mujeres empiecen a tener protagonismo está ayudando a romper esas barreras. Aparecen además haciendo cosas que históricamente en el audiovisual no han hecho. Huyen de los roles de siempre, porque pueden asumir todo tipo de papeles, no tienen que ser sólo cuidadoras.

5. Conclusiones

La producción audiovisual española atraviesa un momento álgido motivado por la competitividad de las series y la apuesta de los *players* internacionales por un mercado que ofrece buenas historias, costes de producción contenidos y excelentes condiciones de rodaje. España es el segundo país productor a nivel europeo y este crecimiento beneficia a las mujeres en cuanto que se perciben mayores oportunidades derivadas de la alta demanda. En cambio, sigue siendo difícil llegar a los puestos vinculados con la toma de decisiones: sólo un 6% de las series son dirigidas por mujeres, únicamente el 2,7% cuentan con productoras ejecutivas y el 2,5% con guionistas.

Si observamos las plataformas más exitosas en el país, según la CNMC (2023), Netflix sólo cuenta con cinco producciones nacionales lideradas por mujeres, Movistar con dos y Amazon Prime Video y HBO con una.

Las profesionales entrevistadas coinciden con los datos sectoriales. Aunque perciben cierto progreso, queda camino por recorrer. Inma Torrente, directora de *Valeria*, ha sido la única mujer en diferentes equipos y aprecia la evolución en el sector: “Sí hay un cambio; cada vez hay más directoras y jefas de equipo, gracias a las cuotas y la imposición del gobierno, de las políticas de Europa”. Ahora, desde su posición, procura que trabajen cada vez más mujeres en los departamentos, porque siempre han estado muy parcelados para hombres, sobre todo aquellos donde la fortaleza física es importante. “En el equipo de cámara antes sólo querían hombres. Había contadas mujeres y ahora cada vez hay más, rompiendo el cliché de que se necesita a una mujer con mucha fuerza o que las mujeres no tienen fuerza”.

En la misma línea, Marina Pérez indica: “Nos cuesta hacernos un hueco, aún no hay una paridad real, cuando la haya dejaremos de hablar de esto”. Esta productora ejecutiva ha logrado que su trabajo se reconozca en los créditos, algo que antes no ocurría.

En el campo de la interpretación, según las actrices, “estamos en un momento con grandes perspectivas”, donde “por fin, las mujeres empiezan a tener presencia tanto en la escritura y

dirección de las historias como en interpretar personajes principales”, dice Teresa Riott. Aunque sí ha habido avances muy positivos, Paula Malia reivindica: “Parece que por ser mujeres sólo podemos hablar de nosotras mismas”. El siguiente paso, dice, “sería poder ampliar el abanico de temas a cualquier cosa”.

En este escenario, el caso de *Valeria* es único y esperanzador. Además de partir de las novelas homónimas de la escritora Elísabet Benavent, está creada por María López Castaño y todos los puestos de decisión están ocupados por mujeres. Es la única serie española donde ellas lideran los procesos de ideación, creación, ejecución e interpretación. Además, mantiene continuidad, ya que se ha emitido durante tres temporadas con impacto en el mercado internacional, al estrenarse en 190 países. La serie, asimismo, convierte a la ciudad de Madrid (Madrid Film Office, 2020) en una quinta personaje principal, por lo que sirve de exponente del país a nivel global.

Es una serie de coste medio, pero representa un salto en cuanto al tipo de producción, con una dirección de arte y una postproducción muy cuidadas, lejos del modelo de comedia intimista asociado tradicionalmente a las creadoras femeninas. Se trata de una ficción híbrida, no apegada a un solo género, siguiendo la tendencia de las producciones con mayor audiencia. Cercana a la comedia romántica, también supone un relato generacional ya que, aunque los temas principales son el amor y la amistad, habla de los temores de la edad adulta, las ambiciones profesionales y, en general, del día a día de cuatro amigas cerca de la treintena.

La serie establece una vinculación principalmente emocional con el espectador, que no es necesariamente un público femenino, ya que huye de esta etiqueta, y pretende ser un contenido generalista, con cierto enfoque en la franja *millennial*. También busca la conexión cognitiva, ya que quiere que la audiencia se ponga en el lugar de los personajes; valorativa, puesto que se analiza una situación; y proyectiva, al imaginar un posible desarrollo.

Aunque *a priori* parece que la serie puede mantener estereotipos de género para definir a sus personajes (Valeria se acerca en su origen al rol de *cenicienta*; Lola al de *femme fatale*, Carmen al de *mater amabilis* o Nerea al de *turris ebúrnea*), el desarrollo de los personajes rompe con estos encasillamientos. Las mujeres de la serie no son fetiches inalcanzables, ni tampoco madres amantísimas. De hecho, cabe apuntar que no se plantean la maternidad y, ello, en una ficción de este tipo, ya es un dato notable que muestra el cambio de mentalidad y la ruptura de tópicos. Son mujeres reales, con inquietudes propias de su edad, que quieren ascender laboral y socialmente gracias a su esfuerzo.

Sí están presentes temas propios de la teoría feminista como el cuerpo, la sexualidad, el poder o la visibilidad, pero no existe un componente feminista explícito. Se trata de un contenido necesario porque presenta, según su autora, a personajes aspiracionales. El equipo tenía como objetivo exponer la realidad de los roles femeninos desde otro punto de vista, aportando naturalidad a los conflictos sexuales, profesionales y personales y desmitificando situaciones.

Normalmente, las series están protagonizadas por hombres y las mujeres son satélites. Aquí son ellas las protagonistas —delante y detrás de las cámaras— y los hombres son comodines dentro de sus historias.

Bibliografía

Barrios, S., González-de-Garay, B. y Marcos, M. (2021). Representación de género en las series españolas de plataformas de *streaming*. *Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia*, 16, 298-322. <https://doi.org/10.18002/cg.v0i16.6304>

Bernárdez A. y Padilla, G. (2018). Mujeres cineastas y mujeres representadas en el cine comercial español (2001-2016). *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1247-1266. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2018- 1305>

- Cámara, N. (13 de julio de 2023). Polémica por el final de 'Valeria'. *Diez minutos*. <https://cutt.ly/Ewcxlvp6>
- Casetti, F. y Di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Paidós Ibérica.
- Castro, M. (2005). El feminismo y el cine realizado por mujeres en México. *Razón y palabra*, 46. <https://cutt.ly/Ywi6wC9M>
- Chueca, H. (21 septiembre 2021). Silma López: “Lola le ha hecho el boca boca a mi carrera como actriz”. *Vanidad.es*. <https://cutt.ly/qwJ7Aguy>
- CIMA (2020). *Estereotipos, roles y relaciones de género en series de televisión de producción nacional: un análisis sociológico*. <https://cutt.ly/PGSZO4S>
- CNMC (2023). *Sexta entrega de la decimosexta oleada del Panel de Hogares*. <https://cutt.ly/OwcxxwSa>
- Cohen, J. (2001). Defining identification: a theoretical look at the e identification audiences with media character. *Mass Communication and Society*, 4(3), 245-265. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0403_01
- Cuenca, S. (2023). *Informe CIMA 2022. La representatividad de las mujeres del sector cinematográfico del largometraje español*. CIMA. <https://cutt.ly/5wRSDU79>
- Cuenca, N. y Martínez-Pérez, N. (2020). Reescribiendo la feminidad en las series españolas: las nuevas heroínas en *La otra mirada*. *Revista Panamericana de Comunicación*, 2(2), 69-77. <https://doi.org/10.21555/rpc.v0i2.2337>
- De Dios, M. (24 mayo 2020). Las actrices de 'Valeria': “La serie representa a mujeres reales, con problemas reales”. *El Periódico*. <https://cutt.ly/6wJ7FMXc>
- Europa Press (22 noviembre 2022). *Netflix inaugura la II fase de su centro de producción en Madrid y refuerza su apuesta por el entretenimiento español*. <https://cutt.ly/R846CRe>
- Follows, S. (2016). *Cut Out Of The Picture: A Study Of Female Directors In The UK Film Industry*. Directors UK.
- Gago, R., Saavedra, M. y Grijalba, N. (2022), *La nueva edad de oro de las series de ficción en España: mercado, narrativas y público*. Tirant Lo Blanch.
- Gobierno de España (24 marzo 2021). *Pedro Sánchez presenta el plan 'España, Hub Audiovisual de Europa', dotado con más de 1.600 millones de inversión pública hasta 2025*. <https://cutt.ly/4JHf5wH>
- González-Blanco, V. (14 de agosto de 2021). Elisabet Benavent “Me hubiera gustado una primera temporada más literal”. *El Confidencial*. <https://cutt.ly/1wwKCTib>
- Green, J. (4 abril 2019). Netflix unveils new projects, plans for growth in Spain at production hub inauguration. *The Hollywood Reporter*. <https://cutt.ly/oGSXTL0>
- Guarinos, V. (2008). *Los medios de comunicación con mirada de género*. Instituto Andaluz de la mujer.
- Herrero, M., Gago, R. y Saavedra, M. (2022). Women in the audiovisual industry. The case of Spain as the new hub of European production. *Cogent Arts & Humanities*, 9, 1-20, 2105512. <https://doi.org/10.1080/23311983.2022.2105512>
- Higueras, M.J. (2019). Showrunners y personajes femeninos en las series de ficción de la industria televisiva norteamericana. *Admira: Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales*, 7(2), 85-106. <https://hdl.handle.net/11441/100972>
- Instituto Cervantes (2022). *El español: una lengua viva. Informe 2022*. <https://cutt.ly/xwi5Ztpq>
- Izquierdo, J. y Latorre, T. (2021). Presencia y liderazgo de la mujer en el audiovisual: el impacto de las plataformas streaming. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3), 867-877. <https://doi.org/10.5209/esmp.72877>
- La Vanguardia (14 mayo 2020). *El éxito de Valeria confirma la buena racha de las series españolas de Netflix*. <https://cutt.ly/mwi6tgO8>

- López-Gutiérrez, M.L. y Nicolás, M.T. (2016). El análisis de series de televisión: construcción de un modelo interdisciplinario. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 6(1), 22-39. <https://cutt.ly/6wwXrTVg>
- Madrid Film Office (8 mayo 2020). *Descubre las localizaciones de la serie «Valeria» en Madrid*. <https://cutt.ly/Hwi6oQM4>
- Martínez-Collado, A. y Navarrete, A. (2011). Mujeres e industria audiovisual hoy: Involución, experimentación y nuevos modelos narrativos. *TESI*, 12(1), 8-23. <http://hdl.handle.net/10366/100620>
- Menéndez, M.I. y Zurian, F.A. (2014). Mujeres y hombres en la ficción televisiva norteamericana hoy. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 13(25), 55-71. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=491548259004>
- Nicolás, M.T. (7 julio 2014). El ADN de las series. Entretenimiento de calidad con impacto emocional. *Istmo*. <https://cutt.ly/MweoH3MJ>
- Mckee, R. (1997). *Story: Substance, Structure, Style and the Principles of Screenwriting*. Regan.
- Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, 2021. *España, Hub Audiovisual de Europa*. <https://cutt.ly/d87pTqm>
- Myers, V. (2022). *Our Progress on Inclusion. 2021 Update*. Netflix. <https://cutt.ly/CwwKvtW4>
- Peña, J. (2013). *El nuevo modelo de televisión pública en España. Riesgos y oportunidades para el cumplimiento del servicio público*. Universidad de Málaga.
- Playz (15 de mayo de 2020). *Valeria, la adaptación abierta de los libros de Elisabet Benavent: ¿error o acierto?* RTVE. <https://cutt.ly/bwwKNp4t>
- Price Waterhouse Coopers y Pate Productores Audiovisuales (2022). *Informe sobre las oportunidades de los contenidos audiovisuales*. Asociación de Productoras Asociadas de Televisión de España. <https://cutt.ly/swwJD5lc>
- Price Waterhouse Coopers (2020). *Entertainment and Media Outlook 2020-2024*. <https://cutt.ly/YwwKqsLz>
- Raya, I. (2011). Evolución diacrónica de los géneros en la ficción dramática televisiva estadounidense. Nuevas tendencias hacia la hibridación. *Admira*, 3, 155-180. <https://idus.us.es/handle/11441/76220>
- Redondo, M. (2020). Las claves del éxito de Valeria de Netflix no es la trama: es una vida pre-pandemia. *Hipertextual*. <https://cutt.ly/7wwK1GuD>
- Ruiz, J. (7 de abril de 2021). Elisabet Benavent, la mujer de los tres millones de lectores. *El País*. <https://cutt.ly/jwwK2GOC>
- Ruíz-Guzmán, N.D. (2018). Hacia una certificación de mejores prácticas de equidad de género en el sector audiovisual español. *Razón y Palabra*, 22(2_101), 331-341. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1206>
- Saavedra, M., Herrero, M. y Gago, R. (2022). Radiografía de la participación femenina en la industria audiovisual: de la rabia a la acción. *IC Revista de Información y Comunicación*, 19, 31-55. <https://doi.org/10.12795/IC.2022.119.03>
- Smith, S., Pieper, K. & Choueiti, M. (2013). *Sundance Institute and Women in Film Los Angeles Study Examines Gender Disparity in Independent Film*. Sundance Institute. <https://www.sundance.org/blogs/news/sundance-institute-and-women-in-film-los-angeles-study-examines-gender-disp/>
- Torres, E. e Izquierdo, J. (2022). La representación de la mujer en la ficción española. Propuesta de clasificación de roles y estereotipos desde la perspectiva de género. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 57, 102-122. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i57.06>

Torres, J.L., Castro, A., Díaz-Morilla, P. y Pérez-Ordóñez, C. (2022). Mujeres directivas y creadoras en el audiovisual. Análisis de las series de ficción españolas presentes en los catálogos de Amazon Prime Video, Movistar+ y Netflix (2019-2021). *Perspectivas de la comunicación*, 15(2), 217-248. <https://doi.org/10.56754/0718-4867.1502.217>

Valles, M. (2002). *Cuadernos metodológicos: entrevistas cualitativas*. Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Zárate, P. (8 de diciembre de 2021). Así han funcionado los últimos estrenos españoles de Netflix, según sus datos. *Vertele*. <https://cutt.ly/ywwKAGfd>