

Feminidad y neoliberalismo en las series televisivas españolas de éxito durante la crisis económica (2008-2015)

Femininity and neoliberalism in popular

Spanish television series during the economic recession (2008-2015)

DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8312>

LORENA GÓMEZ-PUERTAS¹

<https://orcid.org/0000-0003-2203-8352>

REINALD BESAÚ CASADEMONT²

<https://orcid.org/0000-0002-2485-361X>

Este artículo evalúa los modelos de subjetividad femenina en las series españolas más vistas en el periodo de crisis económica como relatos interpretativos de las tensiones ideológicas subyacentes a un contexto donde se replantea el rol de la mujer. El análisis cualitativo, aplicado a diez coprotagonistas de estas ficciones, muestra personajes femeninos carentes de liderazgo y proactividad en la esfera pública, cuyas competencias naturales se circunscriben a la resiliencia para adaptarse a la austeridad sobrevenida, y que actúan como contraposición moral del emprendedor masculino, reactualizando estereotipos de género en el imaginario neoliberal.

PALABRAS CLAVE: Ficción televisiva, género, neoliberalismo, crisis, España.

This article studies the models of female subjectivity in the most viewed Spanish TV series during the period of economic recession as interpretive accounts of the ideological tensions underlying a context that rethinks the role of women. The qualitative analysis, applied to ten coprotagonists of these fictions, shows that female characters lack leadership and proactivity in the public sphere, their natural competencies are limited to resilience for adapting to the applied austerity measures, and they act as a moral contrast to the male entrepreneur as gender stereotypes are updated in the neoliberal imaginary.

KEYWORDS: TV fiction, gender, neoliberalism, recession, Spain.

Este artigo avalia os modelos de subjetividade feminina nas séries espanholas mais assistidas no período de crise econômica, como histórias interpretativas das tensões ideológicas subjacentes em um contexto em que o papel da mulher é reconsiderado. A análise qualitativa aplicada a dez co-estrelas dessas ficções mostra personagens femininas carentes de liderança e proatividade na esfera pública, cujas habilidades naturais se limitam à resiliência para se adaptar à austeridade superveniente, e que atuam como contraponto moral ao empresário masculino, atualização de estereótipos de gênero no imaginário neoliberal.

PALAVRAS-CHAVE: Ficção televisiva, gênero, neoliberalismo, crise, Espanha.

Cómo citar este artículo:

Gómez-Puertas, L. & Besaú Casademont, R. (2022). Feminidad y neoliberalismo en las series televisivas españolas de éxito durante la crisis económica (2008-2015). *Comunicación y Sociedad*, e8312. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8312>

¹ Universidad Pompeu Fabra, España.

lorena.gomez@upf.edu

² Universidad Pompeu Fabra, España.

reinald.besalu@upf.edu

Fecha de recepción: 30/10/21. Aceptación: 17/06/22. Publicado: 26/10/22.

INTRODUCCIÓN

En España, durante la última década, el contexto de conflictividad derivada de la crisis socioeconómica se ha visto agravado por otras tensiones ideológicas, entre ellas, las vinculadas a cuestiones de género. El foco informativo ha incrementado la cobertura de manifestaciones públicas, dando mayor visibilidad a los movimientos feministas en efemérides socialmente reivindicativas (8 de marzo, 8M, Día de la Mujer), así como a las protestas por la preservación de la vida (#NiUnaMenos, 25N, Día contra la Violencia de Género) y la indemnidad sexual de las mujeres ante actos de violencia machista inéditos (el caso conocido como “La Manada” y el lema que articula la protesta #YoSíTeCreo, en la línea #MeToo) (Bernárdez Rodal & Padilla Castillo, 2019). Si bien, tal y como observan Banet-Weiser et al. (2019), la hipervisibilización (*mediated neoliberal feminism* o *popular feminism*) no parece traducirse en datos estadísticos que avalen correctivos a la discriminación o la violencia contra las mujeres, esta repercusión mediática ha sacudido los márgenes discursivos del feminismo y también de lo femenino en su acepción social (Velasco-Martínez, 2016).

Para evaluar el género como estructura sociopolítica de poder, allí donde radica la dominación simbólica prevalente, han de observarse los mecanismos de creación o modificación sutil de las jerarquías en el sistema social (Butler, 2004). Los textos mediáticos populares, al reproducir y poner en circulación relatos interpretativos de los conflictos sociales y las tensiones ideológicas que subyacen a las sociedades a las que se dirigen, ofrecen un lugar privilegiado para este análisis. Entre todos ellos, las series de ficción televisiva de producción propia, desde la proximidad cultural, han sido ampliamente analizadas como prácticas discursivas relevantes para la narrativización e interpretación tanto de las identidades sociales como individuales (Buonanno, 1999; O'Donnell, 1999). En España la ficción seriada ha sido un objeto de estudio preferente en los *Television Studies* dedicados a explorar mecanismos de construcción discursiva de la nación, la reescritura de la historia para evaluar el presente, o la representación del *otro categorizado*, entendiéndolo como mujer, inmigrante, homosexual o adolescente (ver revisión bibliográfica en Mateos-Pérez, 2021).

Desde esta perspectiva, y en línea con la crítica postfeminista (Gill, 2007; Tasker & Negra, 2007), en este artículo se exploran las formaciones discursivas que la ficción televisiva española ha ofrecido a un público (aún) masivo para constituir subjetividades individuales, poniendo el foco en el análisis de la variable género para ver dónde se reubica el rol de la mujer española en el complejo contexto de valores sociales contrapuestos que arranca con la mayor crisis económica de la era moderna.

MARCO TEÓRICO

Sujeto neoliberal y narrativas mediáticas en época de crisis

La racionalidad neoliberal es una forma de pensamiento que, a grandes rasgos, entiende la libertad individual como un valor fundamental, y que promulga el gobierno de la conducta de los individuos con métodos indirectos, es decir, con la mínima intervención del Estado (Miller & Rose, 2008; Rose, 1999). Es a través de la autosupervisión y el autoescrutinio, de la disciplina y la responsabilidad, como el individuo adquiere su autonomía y autosuficiencia. Se promulga, pues, un sujeto neoliberal que es emprendedor de sí mismo, un *self-made man* que llega al éxito por méritos propios y gracias a su ambición (Rose, 1998). La meritocracia, que recompensa el talento cuando se acompaña de esfuerzo, invisibiliza las causas estructurales de la desigualdad social, y queda complementada por el recurso a la caridad, o cuidado del otro por elección personal, sustituyendo al Estado del bienestar.

En esta línea, los estudios precedentes en el ámbito anglosajón sostienen que, en época de crisis económica, las producciones culturales destinadas al consumo masivo tienden a reforzar en sus discursos el individualismo autónomo propio del sujeto neoliberal (Rose, 1999) como base para la atribución de responsabilidad frente a un contexto hostil (Heller, 2007). Así, al sujeto neoliberal se le exige también ser proactivo en la resolución de cualquier situación de crisis sobrevenida o provocada por la impericia o la desidia de algunos individuos. La figura del *entrepreneurial self*, ha de ser capaz de proyectar liderazgo y carisma, adaptándose a un contexto inestable por antonomasia (Couldry & Littler, 2011).

A esta condición de resiliencia, como capacidad de recuperarse ante cualquier dificultad (Harrison, 2013), que sostiene el discurso neoliberal, se adhiere la austeridad como valor. Esta es vista como un ethos moralmente apropiado que acepta los recortes en políticas públicas (Blyth, 2014; Ntampoudi, 2014; Peck, 2013) y, a un nivel más estructural, se interpreta como una forma de justicia moral hacia aquellos gobiernos o países que no han gestionado bien su economía. De este modo, la austeridad, en su acepción neoliberal, aporta un marco interpretativo sobre las medidas adoptadas en países como España que entronca más con el ámbito de la gestión familiar y doméstica que con lo político-económico (Bramall, 2013). Se propugna, así, la moralidad del ahorro que prevalece en el ámbito doméstico (Lakoff, 2007) y del “no gastar por encima de nuestras posibilidades”, a la par que se ensalza la flexibilidad en el ámbito laboral, bajo el prisma de que la crisis ofrece “una oportunidad para reinventarse” (Borriello, 2017, p. 244).

Muchas de las narrativas mediáticas globales durante la última crisis económica han construido un héroe prototípico asociado a algunos de los rasgos del sujeto neoliberal: un hombre blanco de clase media, que debe enfrentarse a una situación de crisis de la cual renace gracias a su adaptabilidad y flexibilidad (Lavin & Lowe, 2015; Vanderwees, 2013). Y, en paralelo, también se ha tendido a romantizar la austeridad tanto en narrativas postapocalípticas (Boyle & Mrozowsky, 2014), como en las *retreatist narratives*, donde se invita a redescubrir la felicidad en las pequeñas cosas, en un repliegue moral sobre el ámbito familiar que edulcora la precariedad y promueve la solidaridad entre iguales (Negra & Tasker, 2013). Este último tipo de narrativas, al ser protagonizadas por mujeres y abogar por la renuncia a las ambiciones laborales en pro del hogar, evidencia un sesgo de género que se ha visto reforzado durante la crisis (Millán et al., 2015; Nieto, 2021).

Subjetividad femenina y ficción televisiva en el contexto neoliberal

La conceptualización social de la feminidad se escinde, tradicionalmente, en la *mujer objeto de deseo* y la *mujer-madre*. De un lado, el erotismo, la sexualidad, *el cuerpo como capital simbólico* para la apropiación del “otro” (masculino) en términos de Bourdieu (1998). Del otro, la maternidad como esencia e ideal femenino, el *ser para otros*,

que condena a la mujer a la postergación de sí misma, la servidumbre y el sometimiento, desde la ética de cuidados donde se reconoce en el dar, proteger y reproducir vida (Martínez-Herrera, 2007).

La sexualidad femenina y la representación tradicional como madre y/o esposa (cuidadora) son también los dos ejes que articulan los estudios de género aplicados a la ficción televisiva, especialmente desde la perspectiva de la crítica feminista a partir de finales del siglo XX (Brunsdon, 2000; Buonanno, 2014). Así, existe un claro consenso en el ámbito anglosajón, corroborado sobre todo para las *teen series* españolas (Guarinos, 2009; Lacalle, 2013; Masanet et al., 2012), en que se sobrerrepresenta la sexualidad en la televisión, y de una manera distorsionada, lo que fomenta estereotipos de género.

Desde la crítica postfeminista se denuncia que estas prácticas discursivas asociadas a las “nuevas feminidades” dan lugar a prototipos sexuales neoliberales en los que se asocia a la mujer empoderada con una hipersexualización desinhibida y asertiva, circunscrita a los discursos de libre elección, individualismo y, sobre todo, consumismo (Gill, 2007; Gill & Scharff, 2011; McRobbie, 2009). Así lo corroboran Lacalle y Castro (2017) para los personajes femeninos de la ficción española, sexualizados en relación proporcionalmente inversa a su edad y/o belleza. Estas autoras también señalan la prevalencia de discursos contradictorios o anacrónicos, como los que presentan la pérdida de la virginidad como triunfo simbólico entre las jóvenes, la asunción de responsabilidad en exclusiva de los embarazos no deseados por parte de las mujeres, o la justificación de la infidelidad como parte del mito de la sexualidad masculina.

En cuanto a la representación de la mujer-madre, los arquetipos predominantes en la cultura popular permiten determinar tres grandes tipologías coetáneas (Allen et al., 2015). La primera correspondería al tradicional rol de esposa y madre, ama de casa responsable en tanto que ahorradora, feliz al contribuir a la realización de los demás; la segunda es su opuesta, la que transgrede lo tradicional y se aprovecha del sistema para no cumplir con sus obligaciones (*scrounger* o abusadora de la beneficencia); y finalmente, el prototipo de madre del feminismo neoliberal o *superwoman*, capaz de combinar la faceta de madre con un cierto éxito laboral. El segundo tipo entronca con la categorización de

los buenos ciudadanos (emprendedores e independientes) y los malos ciudadanos (improductivos y dependientes del sistema para sobrevivir) que algunos autores destacan en el discurso neoliberal (Allen et al., 2015; Hamad, 2013; Jensen & Tyler, 2015).

A diferencia de este segundo tipo, el último, la *superwoman*, no suscita crítica o rechazo social al no haber traicionado la esencia femenina. Goza de libertad de elección, acceso a estudios superiores y al mercado laboral, y cierto control de su calendario para la maternidad. Sin embargo, en las representaciones mediáticas globales ve claramente delimitado su recorrido en el ámbito laboral, como ubicación que no le es tradicionalmente asignada. De hecho, según Negra y Tasker (2013), las narrativas en la época de crisis reciente han tendido a representar la ambición femenina como rasgo patológico, lo que contrasta con la lectura positiva que se hace de este aspecto constitutivo del sujeto neoliberal en los hombres.

En efecto, esta dualidad de lo masculino y lo femenino se manifiesta tradicionalmente en tantas otras “antinomias sociales, como lo privado y lo público, la razón moral y la razón instrumental, la protección y la producción, la cooperación y la competencia” (Martínez-Herrera, 2007, p. 92). Es la oposición binaria de una serie de atributos diferenciales que, en el marco del neoliberalismo, habrían tendido a reforzar la subjetividad femenina como carencia o reverso de lo masculino. De este modo, e incluso pese a la fractura de las masculinidades hegemónicas en entornos liberales postfeministas –*masculinidades new lad*– (Gill, 2014), lo femenino prevalece configurado desde la perspectiva androcéntrica de la otredad, determinado por lo que *no* es o no se debe ser –el “no sexo” al que daba nombre Luce Irigaray– (De Miguel & Amorós, 2005).

Por todo ello, en este artículo se investigan cuáles son las representaciones de las mujeres que se construyen como protagonistas en las narraciones de ficción de más éxito en España durante el periodo de crisis económica, con el objetivo de observar qué rasgos de subjetividad femenina se discursivizan, cómo se imbrican con los valores neoliberales y de qué modo se diferencian de sus homólogos masculinos, por lo general, más próximos a la figura del emprendedor (Gómez-Puertas et al., 2019; Oliva et al., 2021).

METODOLOGÍA

A partir de las premisas desarrolladas en los apartados anteriores, se lleva a cabo un análisis cualitativo de los modelos de subjetividad femenina presentes en las series de ficción de producción propia más vistas de la televisión española durante el periodo 2008-2015, el cual viene delimitado por la eclosión de la crisis socioeconómica en España y por los incipientes signos de salida de esta etapa de recesión, coincidiendo con la popularización de plataformas SVOD, como Netflix, y la redefinición del ecosistema audiovisual español. Los mejores registros de Audiencia Media (AM) en series de ficción durante estas siete temporadas de la televisión lineal en abierto en España oscilan entre los casi seis y los cuatro millones de espectadores.

Del conjunto de producciones de mayor audiencia se selecciona la temporada de mejor registro relativo y, a continuación, los personajes femeninos a analizar a partir de los siguientes criterios: a) los personajes deben ser protagonistas o coprotagonistas, es decir, formar parte del elenco principal con un rol activo en las tramas seriales; b) en las series de protagonismo masculino se selecciona entre los personajes femeninos el que desempeña el rol secundario de mayor peso en el global de la temporada (Tabla 1). Se excluyen las series de protagonismo coral, como *La que se avecina*, puesto que todas las temporadas cuentan con diferentes personajes femeninos alternados en roles coprotagonísticos según tramas episódicas. Esto mismo ocurre en *Aída*, especialmente al desaparecer el personaje que daba nombre a la serie.

Con ello, se consigue una muestra de diez personajes, suficientemente amplia y representativa de las coprotagonistas femeninas de la ficción más vista en España durante 2008-2015. Se trata de un conjunto de series que comparten notables registros de audiencia e ilustran la diversidad de géneros, temáticas y narrativas del *prime-time* televisivo español (Tabla 2).

El diseño metodológico parte de una parrilla de análisis cualitativo para el estudio de textos de cultura popular (Casetti & Di Chio, 1999; Fiske, 1987) estructurada en tres partes (personajes, tramas y mundos ficcionales) y aplicada a cada una de las series y los personajes escogidos. Para el análisis de los personajes se observan características

TABLA 1
MUESTRA DE ANÁLISIS: SERIES, TEMPORADAS Y PERSONAJES SELECCIONADOS

Serie Título y productora	Personajes seleccionados	Cadena emisora	Temporada seleccionada	Audiencia media
<i>Águila Roja</i> (Globomedia)	Margarita y Lucrecia	La 1	2010-2011	5 834 000
<i>El Príncipe</i> (Plano a Plano)	Fátima	Telecinco	2013-2014	5 219 000
<i>El tiempo entre costuras</i> (Boomerang TV)	Sira	Antena 3	2013-2014	4 905 000
<i>Cuéntame cómo pasó</i> (Ganga)	Mercedes	La 1	2010-2011	4 724 000
<i>Allí abajo</i> (Plano a Plano)	Carmen	Antena 3	2014-2015	4 524 000
<i>Chiringuito de Pepe</i> (100 balas)	Mati	Telecinco	2013-2014	4 343 000
<i>Aída</i> (Globomedia)	Aída*	Telecinco	2008-2009	4 263 000
<i>Velvet</i> (Bambú Producciones)	Ana	Antena 3	2013-2014	4 262 000
<i>LQSA</i> (Contubernio)	Protagonismo coral*	Telecinco	2012-2013	4 140 000
<i>El Barco</i> (Globomedia)	Ainhoa	Antena 3	2010-2011	4 132 000

Fuente: Elaboración propia a partir del registro GECA (datos Kantar Media).

TABLA 2

DATOS IDENTIFICATIVOS DE LAS SERIES ANALIZADAS

Águila Roja (2009-2016). Dramedia. Aventuras y acción. Total: 9 temporadas, 116 capítulos (90 min.)

Ambientada en una imaginaria villa madrileña en el siglo XVI, explica las aventuras de Gonzalo de Montalvo (alias “Águila Roja”), maestro y justiciero, viudo y padre. Los personajes femeninos que lo acompañan son Margarita, su cuñada, y la marquesa Lucrecia de Guzmán, también enamorada de él.

Aída (2005-2014). Comedia. Total: 10 temporadas, 238 episodios (45 min.)

Narra la vida de Aída, una madre divorciada que trabaja limpiando casas para salir adelante. A la muerte de su padre se traslada con su familia al barrio periférico de la capital, Esperanza Sur, donde se crió.

Allí abajo (2015-2019). Comedia. Total: 5 temporadas, 69 capítulos (60-75 min.)

Basada en la contraposición cultural entre vascos y andaluces. Explica la relación entre Iñaki, un tabernero vasco que se ve obligado a vivir en Andalucía, y Carmen, una enfermera sevillana.

Chiringuito de Pepe (2014-2016). Comedia. Total: 2 temporadas, 26 capítulos (75-90 min.)

Sergi Roca, un reputado chef, se ve obligado a trabajar en la cocina de fritanga de un chiringuito de playa para cumplir la promesa de reflotarlo. Lo ayuda Mati, su empleada más eficiente.

Cuéntame cómo pasó (2001-). Drama. Total: 22 temporadas (abierta), 407 episodios (75 min.)

Rememoración de la transición democrática española de la mano de la familia Alcántara (1978-1979). El patriarca, Antonio, asciende en su carrera política y la familia se muda al barrio madrileño de Salamanca, donde Mercedes, la esposa, deberá mediar la adaptación.

El Barco (2011-2013). Drama. Aventura y misterio. Total: 3 temporadas, 44 episodios (75 min.)

Serie de corte juvenil ambientada en un presente distópico, provocado por un accidente con el acelerador de partículas que deja a la tripulación del buque escuela Estrella Polar incomunicados en el mar. El protagonismo recae en el capitán del barco, su hija Ainhoa y un joven polizón, Ulises.

El Príncipe (2014-2016). Drama. Policiaco, acción, aventura. Total: 2 temporadas, 31 episodios (75 min.)

La trama principal gira en torno a la lucha antiterrorista en este barrio de Ceuta, a partir de la llegada del agente del CNI, Morey, infiltrado en la comisaria que, de facto, comanda el veterano Fran. La musulmana Fátima, hermana del joven desaparecido con el que arranca la historia, conduce la trama romántica.

El tiempo entre costuras (2013-2014). Drama. Historia, aventura. Total: 1 temporada, 11 episodios (75 min.)

Basada en la novela homónima de María Dueñas, ambientada entre Madrid y Tetuán en los años treinta y cuarenta, narra la historia de Sira Quiroga, costurera hija de madre soltera que es reclutada como espía del gobierno inglés, después de haber superado el trastorno de la Guerra Civil española.

Velvet (2013-2016). Drama. Romance. Total: 4 temporadas, 55 episodios (75 min.)

Ambientada en Madrid, a finales de los años cincuenta. Sigue la historia de amor de Alberto, dueño de unas galerías que salva con un matrimonio de conveniencia, y Ana, costurera que sueña con convertirse en modista.

Fuente: Elaboración propia a partir del registro GECA (datos Kantar Media) y la base IMDb.

sociodemográficas, físicas y psicológicas, motivaciones, competencias y acciones, así como su autopercepción e imagen pública en el mundo ficcional, poniendo especial atención en la evaluación de su entorno familiar y laboral. En relación con las tramas, se aplica un análisis basado en el modelo actancial de Greimas (1987), donde se identifican principalmente roles y cambios de estado, distinguiendo las fases canónicas del relato (disyunción, contrato, competencias, acción y sanción) y se evalúan con detalle la esfera de actuación de los personajes escogidos, su relación con las normas legales y morales, y la libertad de decisión para actuar. Para completar esta última observación se analiza el contexto espacio-temporal y las características del mundo ficcional (dimensión natural y sociocultural; rasgos atléticos, deónticos, epistémicos y axiológicos) en el que se desarrolla la serie siguiendo el planteamiento de Dolezel (1999).

Esta parrilla de análisis, en su triple acepción, permite observar los conflictos que plantean los textos y las actitudes prevalentes de los personajes femeninos co/protagonistas a lo largo de una temporada, así como determinar de qué manera son sancionados tanto por el texto como por el resto de los personajes.

RESULTADOS

El análisis de estos personajes femeninos coprotagonistas de las series más populares en España durante la crisis permite constatar cómo conectan con parte de los valores y rasgos propios del ideal de sujeto neoliberal. Sin embargo, ninguno de ellos lo encarna plenamente, ni tan siquiera cuando desarrollan el rol principal como heroínas.

Emprendedoras con límites: prevalece la culpa y el sacrificio en femenino

Sira, la protagonista de *El tiempo entre costuras*, sería el perfil más próximo al sujeto neoliberal, un ejemplo claro de mujer “hecha a sí misma”: consigue crear su propio negocio de costura sobreponiéndose a una situación adversa y, con mucho esfuerzo y dedicación, logra ascender socialmente. Es, por tanto, una emprendedora resiliente, que merece triunfar tanto por su talento como por su incansable capacidad

de trabajo. Los límites a este prototipo los marca su condición de mujer, desmarcándose en sus actitudes y motivaciones para actuar. Por un lado, porque en el personaje de Sira se produce una contradicción entre mundo laboral y mundo doméstico que raramente aparece en las construcciones mediáticas del sujeto neoliberal: aunque su prioridad –refrendada por el texto– es su trabajo, se siente culpable por no poder atender a sus padres. Este sentimiento de culpa, motivado por el sacrificio de una tarea de cuidado que considera propia, así como sus rasgos psicológicos de solidaridad y generosidad con sus iguales, la alejan del ideal competitivo y agresivo del sujeto neoliberal. Por otro lado, en su posterior faceta de espía como modista de las esposas de la cúpula militar y política, las misiones le son encomendadas apelando a su instinto de protección del prójimo y a su sentido de la justicia. Y aquí, sus dotes innatas –apariencia, inteligencia y discreción– le permiten desenvolverse en el territorio de lo privado mejor que cualquier otro héroe masculino. De nuevo, el sacrificio por el bien de la comunidad es femenino, algo que se repite en los personajes analizados.

Ha de destacarse aquí que, como sucede también para el personaje de Ana Ribera, en *Velvet*, este “saber estar natural” de protagonistas de origen humilde en altas esferas, relativiza la desigualdad estructural del contexto social en el que transcurren las historias ambientadas en la primera mitad del siglo XX.

La felicidad de la mujer no está en su realización laboral

Como se ha apuntado más arriba, las dificultades para compaginar la vida familiar con la profesional también suelen invisibilizarse, ya sea porque no se problematizan o porque las mujeres que triunfan en el ámbito laboral no tienen cargas familiares. Este sería el caso de Mati en *Chiringuito de Pepe*, un personaje que vive entregado a su trabajo como subchef, y reúne características clave del sujeto neoliberal. Por un lado, está su pasión por la cocina y su afán en demostrar su valía para ascender profesionalmente. Por otra parte, su capacidad de reinención y adaptación, al acostumbrarse con rapidez a trabajar en condiciones laborales precarias, viéndolas como una oportunidad de mejora.

Pero de nuevo, estos rasgos se ven matizados por otros tradicionalmente descritos como femeninos, tales como la empatía o su preferencia

por cooperar en lugar de competir. Es justamente este carácter amable y la sensibilidad con la que conecta con un entorno austero, cuando no vulgar (el del chiringuito de playa), lo que articula el contraste con el personaje masculino protagonista, el chef Sergi Roca. Él encarna el prototipo de emprendedor de éxito, ambicioso y disciplinado, capaz de desenvolverse en el entorno competitivo de la alta cocina, pero incapaz de adaptarse al chiringuito de fritanga.

Al adjudicarle el rol de mediadora entre ambas realidades a Mati, no solo se restaura un clásico papel atribuido a las mujeres, sino que se señala la debilidad del protagonista masculino como emprendedor, comúnmente vista en otros personajes de la ficción española, como en *Cuéntame cómo pasó* (Gómez-Puertas et al., 2019). Ella, en cambio, encarna, por un lado, la resiliencia y la capacidad de adaptación a entornos hostiles, y por otro, el ethos moralmente apropiado para aceptar las restricciones, que es la austeridad en la acepción neoliberal. La mujer, por tanto, es necesaria para recuperar el sentido de la justicia que impone la carencia o el ahorro como correctivo.

La paradoja es que estos rasgos de resiliencia y austeridad, claves para el sujeto neoliberal con los que Mati complementa el déficit del chef emprendedor, no la hacen merecedora de un reconocimiento en forma de ascenso laboral. Pese a que ella antepone su trabajo a todo proyecto de realización como mujer-madre, e incluso a la reapropiación de su cuerpo y sexualidad, su recompensa es convertirse en alguien deseable para el protagonista. Así, el texto valida la idea de que la mujer está incompleta cuando renuncia al amor y la familia, aunque sea de manera voluntaria y consciente. El trabajo no basta.

Esta idea prevalece en la mayoría de los personajes analizados, para los que la vida profesional no es prioritaria y/o puede supeditarse a las carencias afectivas. Así, Carmen (*Allí abajo*) es otro de los pocos personajes que, en un contexto espacio-temporal contemporáneo, se presenta como mujer autónoma, independizada, sin familia a cargo y profesionalmente activa. Carmen responde al prototipo de mujer en profesiones cualificadas dentro de la ética del cuidado: una enfermera responsable, competente, disciplinada y voluntariosa, que carece, sin embargo, de la ambición y el espíritu competitivo que propugna el perfil neoliberal. Durante la temporada analizada, el carisma de Carmen también se

desarrolla en la trama sentimental, donde contrasta con el tosco Iñaki, incompetente en el arte de la seducción y la gestión emocional.

Más allá de las reminiscencias con el personaje de Mati, vemos de nuevo cómo la vulnerabilidad asociada al perfil femenino se acentúa en el plano romántico, donde se acaba proyectando un ideal de madre/esposa fácil de seducir o engañar con promesas de amor. Así, son claros ejemplos, entre otros: Carmen vive humillada al aceptar mantener oculta la relación con un médico del hospital no dispuesto a comprometerse, igual que Sira se ve abandonada en Tetuán por el prometido que le roba su herencia. Estos personajes se alejan del modelo de feminidad postfeminista, ya que su empoderamiento es pura apariencia, pues anhelan el amor como plena realización.

Ellas son el contrapunto moral del hombre emprendedor

En esta línea de análisis, los casos de *Cuéntame cómo pasó* y *Velvet* ilustran bien cómo los personajes femeninos son los que permiten que el héroe masculino protagonista pueda desarrollarse completamente como sujeto emprendedor, constituyéndose en sus contrapesos morales. Resulta curioso, en primer lugar, que justamente el personaje de Mercedes Alcántara sea el que reúne algunos de los elementos que podríamos vincular con el feminismo neoliberal o postfeminismo. Así, es una mujer que combina trabajo remunerado, estudios y trabajo doméstico sin que aparentemente surja contradicción o tensión derivada de ello. La conciliación le resulta a veces difícil, pero no se plantea como un problema estructural, sino como una responsabilidad individual de Mercedes que se resuelve siempre de la misma manera: priorizando la esfera doméstica, que se construye en el mundo ficcional como su espacio natural, en contraposición al mundo laboral y a sus estudios, vistos como complementarios y, por lo tanto, si es necesario, prescindibles. En este sentido, se desmarca del ideal de *superwoman* capaz de combinar el éxito laboral con la armonía familiar, demostrando que no siempre es posible conseguir ambos.

En todo caso, Mercedes es un personaje con una gran capacidad de trabajo, sacrificada, autoexigente, pragmática y resiliente, todos ellos rasgos propios del sujeto emprendedor neoliberal. Aunque lo que la distingue y le permite contraponerse a Antonio, su marido emprende-

dor, es su conexión al ideal de austeridad que el discurso neoliberal ha enfatizado: rechaza el lujo y persiste en la necesidad de controlar el gasto. Si Antonio es ambicioso, competitivo, impulsivo, malgastador y prioriza su carrera profesional, Mercedes es humilde, ahorradora, racional y mantiene a la familia como principal preocupación. No solo los cuidados y el apoyo emocional que proporciona Mercedes a Antonio le permiten a este volcarse en su vida profesional, sino que la empatía, honestidad y rectitud de ella son claves para su integración social cuando asciende. Y también lo son en el contexto adverso, cuando Antonio, arruinado, se ve obligado a abandonar su carrera política, y es Mercedes quien pone en práctica sus competencias de resiliencia para poder empezar de nuevo.

En general, Mercedes tiene más altura moral que su marido, y podría decirse que suaviza la figura del emprendedor que representa en mayor medida Antonio, añadiéndole una combinación de valores que no son propios del sujeto neoliberal pero que son socialmente apreciados, especialmente en sociedades de sustrato cultural católico (honestidad, humildad, calidez, poner el bienestar de los otros por encima del propio), con otros mucho más propios de este ideal y de los que Antonio, sin embargo, carece (racionalidad, austeridad, resiliencia).

Por lo que respecta a Ana, de *Velvet*, y pese al talento y pasión por el trabajo que muestra, de nuevo hallamos el sacrificio de la propia promoción profesional por el bien común. Ana subsume el amor al proyecto laboral de Alberto para proteger los puestos de trabajo de las compañeras con las que siempre se muestra cooperativa. De este modo, y pese a compartir con el joven empresario la capacidad de trabajo duro, su exigencia y su dedicación en cuerpo y alma a las galerías de moda, el personaje femenino de nuevo se constituye como contrapunto. Aunque, a diferencia de Sira o Mercedes, Ana encarna el modelo de feminidad clásico (mujer bella y dócil), el valor moral de sacrificio va en detrimento tanto de toda aspiración laboral (porque sí ambiciona convertirse en modista) como de su ideal de felicidad, el de abnegada madre y esposa. En consecuencia, es un personaje más bien conformista, cómodo en roles subalternos, rasgos claramente ajenos a los del sujeto neoliberal.

Jóvenes resignadas, despojadas de poder en la épica de la crisis

Este perfil de mujer resignada conecta con el de Ainhoa (*El Barco*) y Fátima (*El Príncipe*) los dos personajes femeninos coprotagonistas más jóvenes de las series analizadas. También desarrollan su rol en las tramas sentimentales, manteniéndose ajenas o no siempre conscientes de su participación en las tramas de acción e intriga que se suceden en los distópicos mundos ficcionales en los que habitan. En este sentido, ambos personajes ven limitada su esfera de acción a la familia y a un servicio comunitario en el que también asumen roles propios de la ética de los cuidados: maestra, hermana mayor, asistente y de nuevo espía en la faceta más épica de la historia. Y si bien muestran una predisposición natural para estas labores, al contar con los rasgos de sensibilidad y abnegación en pro de sus allegados, no logran llevarlas a cabo con la satisfacción que desearían, puesto que la magnitud del problema que perciben las supera con creces.

Así, Ainhoa sufre constantes vaivenes entre las luchas de poder y los conflictos de intereses entre personajes, masculinos mayoritariamente, en un contexto incierto en el que no hay lugar para constituirse como heroína más allá del rol de protección de su hermana y, en parte, de sus compañeros, de los que se distingue como hija del capitán del barco sin destino. Por su parte, Fátima une a su acritud inicial sobre el devenir de la juventud del barrio, entre drogas y delincuencia, el profundo desengaño que supone descubrir que su hermano, al que creía un aplicado estudiante, ha sido captado por una célula terrorista. Contrariamente a la proyección que Fátima hacía del menor, como ideal de la esperanza que proporciona el trabajo duro y la formación a jóvenes musulmanes de barrios marginales, el terror islamista se presenta como un conflicto socioestructural que Fátima no puede ni sabe combatir. Así como vivía ajena a esta realidad, también lo hace respecto a las intenciones del policía, Morey, que la manipula seduciéndola para fines profesionales; o de su prometido, radicalizado líder de la trama terrorista. Fátima emprende misiones bajo el mando de uno u otro hombre y, tras cada traición, retorna a su punto de inicio: abnegada hija, hermana, bella esposa tradicional, con una labor filantrópica en el centro cívico siempre que sus obligaciones familiares se lo permitan. Al igual que Ainhoa, son personajes secundarios, rara vez activos por propia iniciativa y nun-

ca en su beneficio, más allá de las metas amorosas que culminan con la entrega sexual, lejos de romper con el mito del amor romántico. Ambas se mueven en el terreno de lo privado, la protección del prójimo y la voluntad de cooperar, pero no en el de la actitud proactiva, autónoma o de liderazgo ante un contexto hostil, que dejan en manos del héroe masculino. Su sensibilidad y candidez, unidas a su belleza y atractiva juventud, las convierten más en recursos u objetos de deseo que en sujetos empoderados.

Eventuales transgresiones: modelo postfeminista desde la crítica y el humor

Por último, destaca aquí –pese al contexto totalmente dispar a la ideología neoliberal del siglo XVI en el que se ambienta *Águila Roja*– Lucrecia, un personaje femenino que se resiste al rol sumiso de mujer/madre y reivindica su autonomía desde la hipersexualización. Pertenece a la clase aristocrática, desde donde lucha por mantener el control de su vida, sus posesiones y, sobre todo, del devenir de su hijo. La ambivalente relación materno-filial que se construye ilustra bien el carácter de Lucrecia, entre la frialdad y la exigencia como escudo protector ante una sensibilidad que la torna vulnerable. Su hijo es quien le otorga su posición como madre del heredero del título, pero también quien ha de protegerla en un entorno de poder exclusivamente masculino. Lucrecia se debate entre su conducta hedonista de desinhibición sexual y reivindicación de su cuerpo, y la vejación constante que padece por su condición de mujer.

Así, lejos de adscribir su hipersexualidad al empoderamiento del postfeminismo, es llevada al terreno de lo patológico. Sus logros se traducen en una caracterización negativa, que la muestra como malvada, a la que hay que compadecer más que odiar, por no poder hallar su espacio natural como mujer. Este espacio, el texto lo destina al personaje de Margarita, redimida en su bondad y merecedora de la atención de Gonzalo de Montalvo, alias “Águila Roja”, un héroe complejo que encarna valores propios de la épica tradicional y se asimila en la esfera privada al modelo monoparental inaugurado en la tradición española por *Médico de familia* (Globomedia, 1995).

En esta tentativa de transgresión del modelo clásico de feminidad, también hallamos el personaje de Aída, junto con algunos de los personajes que conforman el protagonismo coral de las series no incluidas aquí, como *La que se avecina*. Aída constantemente exhibe su avidez de satisfacción sexual o utiliza la seducción como recurso para obtener beneficios materiales. Este discurso, sin embargo, siempre se construye desde el humor irónico y circunscrito a su condición de clase baja, un patrón que se repite para configurar el modelo de mal ciudadano cuando busca aprovecharse del sistema, conectando esta tipología de esposa/madre exclusivamente con la clásica picaresca española.

CONCLUSIONES

El análisis de las protagonistas y coprotagonistas de las series de éxito en la televisión generalista en abierto en España durante el periodo 2008-2015 permite observar cómo se construyen como figura de contraposición de valores sociales propios del pensamiento neoliberal. A estos personajes se les niega una actitud de liderazgo y proactividad, especialmente en la esfera pública. Sus competencias naturales se circunscriben a la resiliencia y la capacidad de adaptarse a los contextos de austeridad sobrevenidos. Las narrativas televisivas españolas, por tanto, no promueven patrones de actuación alternativos, y vinculan persistentemente lo femenino a los valores tradicionales de lealtad a la familia e ideal de realización amorosa. Los personajes femeninos aparecen dotados de características negadas a los personajes masculinos, como la empatía o el altruismo, lo que las lleva a ser complementos de las deficiencias emocionales –no prioritarias– del sujeto emprendedor (masculino, por defecto), o el contrapunto moral que corrige una ambición individual representada como excesiva.

De acuerdo con los estudios precedentes, son los personajes más jóvenes los que encarnan el sujeto femenino como objeto de deseo, muy alejado del empoderamiento postfeminista, al prevalecer el mito del amor romántico. Tampoco las series españolas analizadas representan la hipersexualización femenina desinhibida en positivo, sino de manera puntual y como rasgo patológico o marginal. Y, a diferencia de las ficciones postfeministas anglosajonas más celebradas, en la

ficción televisiva española, tal y como ya apuntaban Lacalle y Gómez (2016b) o Menéndez (2014), no hay lugar destacado para la mujer empoderada. Durante este periodo se perpetúan, por tanto, los estereotipos de género, reactualizándolos en el imaginario neoliberal de los textos mediáticos populares.

A pesar de ello, la dedicación al trabajo se valora positivamente. En este sentido, no puede afirmarse contundentemente, como sí lo hacen otras autoras en la literatura previa dedicada a la ficción televisiva española (Galán, 2007; García-Muñoz et al., 2012; González-de-Garay et al., 2019; Lacalle & Gómez, 2016a, 2016b; Ortega & Simelio, 2013), que se penalice a la mujer por priorizar su realización profesional en la esfera pública. En todo caso, se invisibilizan las dificultades de conciliación o se asume que, desde el mito de la libre elección, para las mujeres el éxito profesional supone el sacrificio de la vida familiar y/o sentimental (Lacalle & Hidalgo-Marí, 2016). Además, las profesiones quedan circunscritas al ámbito de las tareas de cuidado o tradicionalmente realizadas por mujeres en la esfera doméstica (costureras, enfermeras, cocineras), cuando no supeditadas al liderazgo masculino (empresario, agente, médico o chef), tal y como Lacalle y Gómez (2016b) apuntan también en su investigación. El discurso transversal es que la mujer ha de elegir entre familia y trabajo, mostrándose en la mayoría de las ocasiones que el primero es su lugar natural. Por tanto, priorizar el trabajo, lo acepten o no las mujeres, tiene costos emocionales que no experimentan los hombres. En este sentido, el ideal aquí es Mercedes (*Cuéntame cómo pasó*) quien, primando la armonía familiar como fin deseable (Lacalle & Castro, 2017), permite la realización del sujeto emprendedor en la figura de su marido y lo provee del contrapunto esencial ante el advenimiento de la crisis.

La austeridad, tan necesaria, está sujeta al hogar como refugio moral custodiado por las buenas y abnegadas mujeres/madres. En las series más populares, la *superwoman* o la pícara abusadora es inaceptable. El rol en el que el imaginario de la ficción televisiva sitúa a la mujer española contemporánea es el de heroína de la cotidianidad, salvaguarda del hogar y responsable trabajadora, que ha de ceñirse a un ámbito de actuación limitado. Así, la celebrada actitud resiliente de las coprotagonistas adultas se contrapone a la resignación apática de

las más jóvenes, cuando constatan la imposibilidad de provocar cambios de mayor alcance social.

AGRADECIMIENTOS

Este artículo deriva del proyecto “Héroes de la crisis. Narrativa y discurso social en la cultura popular contemporánea” financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad de España (MINECO). Convocatoria 2014, Plan Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia (CSO2014-56830-P).

Referencias bibliográficas

- Allen, K., Mendick, H., Harvey, L. & Ahmad, A. (2015). Welfare Queens, Thrifty Housewives & Do-It-All Mums. Celebrity motherhood & the cultural politics of austerity. *Feminist Media Studies*, 15(6), 907-925. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1062992>
- Banet-Weiser, S., Gill, R. & Rottenberg, C. (2019). Postfeminism, popular feminism and neoliberal feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in conversation. *Feminist Theory*, 21(1), 3-24. <https://doi.org/10.1177/1464700119842555>
- Bernárdez Rodal, A. & Padilla Castillo, G. (2019). Liderazgo feminista en hashtags: etiquetas virales del nuevo debate político y social en España. En A. Alonso & T. Langle de Paz (Eds.), *The Time is Now. Feminist Leadership for a New Era* (pp. 42-50). UNESCO.
- Blyth, M. (2014). *Austeridad. Historia de una idea peligrosa*. Crítica.
- Borriello, A. (2017). There is no alternative: How Italian and Spanish leader's discourse obscured the political nature of austerity. *Discourse & Society*, 28(3), 241-261. <https://doi.org/10.1177/0957926516687419>
- Bourdieu, P. (1998). *La dominación masculina*. Anagrama.
- Boyle, K. & Mrozowsky, D. (Eds.). (2014). *The Great Recession in Fiction, Film and Television: Twenty-First-Century Bust Culture*. Lexington Books.
- Bramall, R. (2013). Popular culture and anti-austerity protest. *Journal of European Popular Culture*, 3(1), 9-22. https://doi.org/10.1386/jepc.3.1.9_1

- Brunsdon, C. (2000). *The feminist, the housewife & the soap opera*. Clarendon Press.
- Buonanno, M. (1999). *El drama televisivo: identidad y contenidos sociales*. Gedisa.
- Buonanno, M. (2014). Gender and media studies: progress and challenge in a vibrant research field. *Anàlisi*, 50, 5-25. <https://doi.org/10.7238/a.v0i50.2315>
- Butler, J. (2004). *Undoing gender*. Routledge.
- Casetti, F. & Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión*. Paidós.
- Couldry, N. & Littler, J. (2011). Work, Power and Performance. *Cultural Sociology*, 5(2), 263-279. <https://doi.org/10.1177/1749975510378191>
- De Miguel, A. & Amorós, C. (2005). *Teoría feminista: de la Ilustración a la globalización. Volumen II. Del feminismo liberal a la posmodernidad*. Minerva.
- Dolezel, L. (1999). *Heterocósmica: Ficción y mundos posibles*. Arco.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. Routledge.
- Galán, E. (2007). Construcción de género y ficción televisiva en España. *Comunicar*, 28, 229-236. <https://doi.org/10.3916/C28-2007-24>
- García-Muñoz, N., Fedele, M. & Gómez-Díaz, X. (2012). Los roles ocupacionales de los personajes de la ficción emitida en España: rasgos diferenciadores en cuestiones de género. *Communication & Society*, XXV(1), 349-366. <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/36184>
- Gill, R. (2007). Postfeminist media culture. Elements of a sensibility. *European Journal of Cultural Studies*, 10(2), 147-166. <https://doi.org/10.1177/1367549407075898>
- Gill, R. (2014). Powerful women, vulnerable men and postfeminist masculinity in men's popular fiction. *Gender & Language*, 8(2), 185-204. <https://doi.org/10.1558/genl.v8i2.185>
- Gill, R. & Scharff, C. (Eds.). (2011). *New feminities: Postfeminism, neoliberalism, and subjectivity*. Palgrave-MacMilan.
- Gómez-Puertas, L., Besalú, R. & Sánchez-Sánchez, C. (2019). La crisis y sus héroes. Realidad subyacente en las series de ficción televisiva más populares en España (2008-2015). En J. Muñoz, S. Martínez & B. Peña (Coords.), *La realidad audiovisual como vehículo de comunicación* (pp. 129-144). Gedisa.

- González-de-Garay, B., Marco-Ramos, M. & Portillo-Delgado, C. (2019). Gender representation in Spanish prime-time TV series. *Feminist Media Studies*, 20(13), 414-433. <https://doi.org/10.1080/14680777.2019.1593875>
- Greimas, A. J. (1987). *Semántica estructural. Investigación metodológica*. Gredos.
- Guarinos, V. (2009). Fenómenos televisivos teenagers: prototipias en series vistas en España. *Comunicar*, 33, 203-211. <https://doi.org/10.3916/c33-2009-03-012>
- Hamad, H. (2013). Age of austerity celebrity expertise in UK reality television. *Celebrity Studies*, 4(2), 245-248. <https://doi.org/10.1080/19392397.2013.791056>
- Harrison, E. (2013). Bouncing back? Recession, resilience and everyday lives. *Critical Social Policy*, 33(1), 97-113. <https://doi.org/10.1177/0261018312439365>
- Heller, D. (Ed.). (2007). *Makeover television: Realities remodelled*. I.B. Tauris.
- Jensen, T. & Tyler, I. (2015). 'Benefits broods': The cultural and political crafting of anti-welfare commonsense. *Critical Social Policy*, 35(4), 470-491. <https://doi.org/10.1177/0261018315600835>
- Lacalle, C. (2013). *Jóvenes y ficción televisiva. Construcción de identidad y transmedialidad*. UOC Press.
- Lacalle, C. & Castro, D. (2017). Representations of female sexuality in Spanish television fiction. *Convergencia*, 75, 45-64. <https://doi.org/10.29101/crcs.v0i75.4656>
- Lacalle, C. & Gómez, B. (2016a). La representación de la mujer en el contexto familiar de la ficción televisiva española. *Communication & Society*, 29(3), 1-15. <https://doi.org/10.15581/003.29.3.sp.1-15>
- Lacalle, C. & Gómez, B. (2016b). La representación de las mujeres trabajadoras en la ficción televisiva española, *Comunicar*, 47(2), 59-67. <https://doi.org/10.3916/C47-2016-06>
- Lacalle, C. & 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>
- Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Complutense.

- Lavin, M. F. & Lowe, B. M. (2015). Cops and Zombies: Hierarchy and Social Location in *The Walking Dead*. En B. Gurr (Ed.), *Race, Gender and Sexuality in Post-Apocalyptic TV and Film* (pp. 113-124). Palgrave MacMillan.
- Martínez-Herrera, M. (2007). La construcción de la feminidad: la mujer como sujeto de la historia y de deseo. *Actualidades en Psicología*, 21, 79-95. <https://doi.org/10.15517/ap.v21i108.32>
- Masanet, M. J., Medina, P. & Ferrés, J. (2012). Representación mediática de la sexualidad en la ficción seriada dirigida a los jóvenes. *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 10(1), 1537-1548.
- Mateos-Pérez, J. (2021) La investigación sobre series de televisión españolas de ficción. Un estudio de revisión crítica (1998-2020). *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 171-190. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM000016>
- McRobbie, A. (2009). *The aftermath of feminism*. Sage.
- Menéndez, I. (2014). Ponga una mujer en su vida: ficción de producción propia en TVE. *Área abierta*, 14(3), 61-80. https://doi.org/10.5209/rev_ARAB.2014.v14.n3.45722
- Millán, M. G., Santos, M. P. & Pérez, L. M. (2015). Análisis del mercado laboral femenino en España: evolución y factores socioeconómicos determinantes del empleo. *Papeles de Población*, 21(84), 197-225. <https://rppoblacion.uaemex.mx/article/view/8320>
- Miller, P. & Rose, N. (2008). *Governing the Present: Administering Economic, Social and Personal Life*. Cambridge Polity Press.
- Negra, D. & Tasker, Y. (2013). Neoliberal frames and genres of inequality: Recession-era chick flicks and male-centred corporate melodrama. *European Journal of Cultural Studies*, 16(3), 344-361. <https://doi.org/10.1177/1367549413481880>
- Nieto, P. (2021). Insuficiencia del marco de protección social de los cuidados y sus efectos en la situación laboral de las mujeres. *Lex Social, Revista de Derechos Sociales*, 11(2), 804-823. <https://doi.org/10.46661/lexsocial.5969>
- Ntampoudi, I. (2014, 24-25 de abril). *The eurozone crisis and the European union's multiple identity crisis* [Presentación de artículo]. UA-CES Student Forum conference, New Horizons in European Studies, Aston University, Birmingham.

- O'Donnell, H. (1999). *Good Times, Bad Times. Soap operas and society in Western Europe*. Leicester University Press.
- Oliva, M., Gómez-Puertas, L. & Besalú, R. (2021). Imaginarios de la crisis en la cultura popular española (2008-2015): narrativas neoliberales en el entretenimiento y la ficción televisivos. *IC. Revista Científica de Información y Comunicación*, 18, 71-93. <https://dx.doi.org/10.12795/IC.2021.I18.05>
- Ortega, M. & Simelio, N. (2012). La representación de las mujeres trabajadoras en las series de máxima audiencia emitidas en España. *Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 10(1), 1006-1016.
- Peck, J. (2013). Explaining (with) Neoliberalism. *Journal Territory, Politics, Governance*, 1(2), 132-157. <https://doi.org/10.1080/21622671.2013.785365>
- Rose, N. (1998). *Inventing Our Selves: Psychology, Power and Personhood*. Cambridge University Press.
- Rose, N. (1999). *Governing the soul. The shaping of the private self*. Free Association Books.
- Tasker, Y. & Negra, D. (Eds.). (2007). *Interrogating Postfeminism: Gender and the Politics of Popular Culture*. Duke University Press.
- Vanderwees, C. (2013). Sartorial signifiers, masculinity, and the global recession in HBO's *Hung*. *Jump Cut: A review of Contemporary Media*, 55. <https://www.ejumpcut.org/archive/jc55.2013/VanderweesHung/index.html>
- Velasco-Martínez, A. (2016). "No soy feminista, pero...": *Mitos y creencias de la juventud universitaria sobre el feminismo* [Tesis doctoral]. Universidad de Barcelona.