

De la barbie de matel al nuevo concepto de feminismo

Vicente Monleón

vicente.monleon.94@gmail.com

Dr. en Investigación en Didácticas Específicas (Artes Visuales) por la Universitat de València (UV) con calificación de sobresaliente y mención cum laude. También está en posesión de otras titulaciones como los grados en Maestro en Educación Infantil y Primaria (Artes y Humanidades), Máster en Investigación en Didácticas Específicas (Artes Visuales) y Posgrado en Educación Artística y gestión de museos; siendo estas cursadas a través de la UV y obteniendo en todas ellas matrículas de honor. Actualmente trabaja como funcionario de carrera para el cuerpo de Maestros/as de la Educación Infantil en la Generalitat Valenciana (GVA), preparador de oposiciones y coordinador de la especialidad de Educación Infantil en la academia Innova Oposiciones, como monitor y coordinador de actividades extraescolares en la empresa EP Servicios Educativos, así como tallerista de Inglés y Memoria para personas de edad adulta y avanzada en la Asociación Vecinal y Cultural 3F de València. En el año 2021 es nombrado segundo mejor docente de España en los premios EDUCA ABANCA 2021. Su blog profesional es: <https://vicenteleonoliva.blogspot.com/p/pagina-principal.html>.

Resumen

Este artículo explora la evolución del movimiento feminista a través de sus diversas olas y su impacto en la cultura visual; centrándose en la representación de género en el cine y la televisión. Utilizando un marco teórico que abarca la cultura visual y la influencia de la imagen en la construcción de identidades, se emplea una metodología cualitativa basada en la Investigación Basada en Imágenes (IBI), el análisis crítico del discurso cinematográfico y las teorías feminista y queer. Los resultados destacan nuevas visiones en productos audiovisuales que promueven el empoderamiento femenino, así como la emergencia de nuevos feminismos y masculinidades en la cultura contemporánea. Las conclusiones subrayan la importancia de apropiarse de estéticas consideradas "femeninas" o "kitsch" para deconstruir la masculinización de los espacios y desafiar el machismo, promoviendo una mayor diversidad y autenticidad en las representaciones de género dentro del imaginario cultural.

PALABRAS CLAVE: cultura visual, feminismo, Barbie, empoderamiento

Abstract

This article explores the evolution of the feminist movement through its various waves and its impact on visual culture, focusing on gender representation in film and television. Utilizing a theoretical framework that encompasses visual culture and the influence of imagery in shaping identities, it employs a qualitative methodology based on Image-Based Research (IBR), critical discourse analysis of cinematographic texts, and feminist and queer theories. The results highlight new perspectives in audiovisual products that promote female empowerment, as well as the emergence of new feminisms and masculinities in contemporary culture. The conclusions emphasize the importance of reclaiming "feminine" or "kitsch" aesthetics to deconstruct the masculinization of spaces and challenge entrenched machismo, thereby fostering greater diversity and authenticity in gender representations within the cultural imagination.

KEYWORDS: visual culture, feminism, Barbie, empowerment

Introducción

El feminismo se define como un conjunto de ideas y prácticas que buscan la igualdad de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, así como la eliminación de las desigualdades basadas en el género (Facio y Fríes, 2005). Este movimiento surge como una respuesta a las injusticias y opresiones que las mujeres experimentan a lo largo de la historia, y su objetivo es transformar las estructuras sociales que perpetúan estas desigualdades (Galarza Fernández, et al., 2019).

El movimiento feminista es la organización social y política que lucha por estos ideales (de Miguel Álvarez, 2003). A lo largo del tiempo, este movimiento evoluciona en distintas etapas, conocidas como olas, que responden a los contextos históricos y sociales específicos.

La primera ola del feminismo comienza a mediados del siglo XIX y se extiende hasta principios del siglo XX (Garrido-Rodríguez, 2021). Durante este período, las mujeres luchan principalmente por el derecho al voto y la igualdad legal. En países como Estados Unidos y Reino Unido se desarrollan movimientos sufragistas que buscan la participación política de las mujeres. Un referente importante de esta etapa es Mary Wollstonecraft, quien, con su obra *Vindicación de los derechos de la mujer*, publicada en 1792, sienta las bases teóricas del feminismo al argumentar que las mujeres deben tener los mismos derechos que los hombres (Wollstonecraft, 1792).

| 92

La segunda ola del feminismo emerge en la década de 1960 y se extiende hasta los años 80. Esta fase se caracteriza por una lucha más amplia que incluye no solo la igualdad legal, sino también la igualdad en el ámbito laboral, la autonomía sobre el propio cuerpo y el cuestionamiento de los roles de género tradicionales (Maier-Hirsch, 2020). El movimiento feminista de esta época se asocia con figuras como Simone de Beauvoir, cuya obra *El segundo sexo*, publicada en 1949, expone cómo la sociedad construye a la mujer como el “otro” en relación al hombre (de Beauvoir, 1949). Otro referente clave es Betty Friedan, autora de *La mística de la feminidad* en 1963, quien critica la limitada vida doméstica a la que las mujeres son relegadas (Friedan, 1963). La segunda ola se manifiesta en movimientos sociales como las protestas en contra del concurso Miss América en 1968, donde las feministas denuncian la objetificación de la mujer.

La tercera ola del feminismo surge en la década de 1990 y se caracteriza por su enfoque en la diversidad y la inclusión. Esta ola reconoce que las experiencias de las mujeres no son universales y que factores como la raza, la clase, la orientación sexual y la identidad de género influyen en cómo se vive la opresión (Biswas, 2004). El feminismo de la tercera ola adopta una postura interseccional, término acuñado por Kimberlé Crenshaw para describir cómo las diferentes formas de discriminación interactúan

(Crenshaw, et al., 1995). Figuras como Rebecca Walker, una de las fundadoras de esta ola, defienden un feminismo que celebre la diversidad y se aleje de los moldes rígidos (Walker, 2001). Esta época también ve el surgimiento del movimiento Riot Grrrl, un colectivo feminista punk que utiliza la música y el arte como herramientas de protesta contra el patriarcado (Thi Nguyen, 2012).

En la actualidad se habla de una cuarta ola del feminismo, que emerge a partir de la década de 2010 y se caracteriza por el uso de las tecnologías digitales y las redes sociales como herramientas de movilización y concienciación (Aguilar, 2020). Esta ola pone un fuerte énfasis en la interseccionalidad y en la lucha contra la violencia de género en todas sus formas. Movimientos como #MeToo, iniciado en 2017 por Tarana Burke, evidencian la magnitud del acoso y la agresión sexual contra las mujeres en todo el mundo (Burke, 2021). Figuras contemporáneas como Chimamanda Ngozi Adichie, con su obra *Todos deberíamos ser feministas* en 2014, reafirman la importancia de un feminismo que incluya a todas las personas, independientemente de su origen o identidad (Ngozi Adichie, 2015).

En este contexto actual, el empoderamiento de la mujer se entiende como el proceso por el cual las mujeres adquieren mayor control sobre sus vidas y decisiones, tanto en el ámbito personal como en el social y político. Este empoderamiento no solo implica un cambio individual, sino también una transformación en las estructuras sociales que históricamente las excluyen (Monleón, 2021 y 2023; Huerta y Monleón, 2024). Las mujeres de hoy en día luchan por una mayor representación en todos los ámbitos de la vida pública, por el derecho a decidir sobre sus cuerpos y por la eliminación de cualquier forma de violencia de género.

| 93

Paralelamente a la evolución del feminismo, también se desarrolla una reflexión sobre las masculinidades. Estas son las formas en que se construyen y viven las identidades masculinas. Tradicionalmente, la masculinidad se asocia con valores como la fuerza, la independencia y la autoridad; lo que lleva a la perpetuación de un modelo de hombre que no muestra vulnerabilidad ni emociones (Téllez Infantes y Verdú Delgado, 2011). Sin embargo, en las últimas décadas se cuestiona este modelo hegemónico y se propone la idea de nuevas masculinidades que promueven una forma de ser hombre basada en la igualdad, el respeto y la empatía (Ríos, 2015).

Un concepto clave en esta discusión es la fragilidad en la masculinización, que se refiere a la inseguridad y el miedo que muchos hombres experimentan cuando sienten que no cumplen con las expectativas tradicionales de la masculinidad (Gómez Beltrán, 2017). Esta fragilidad puede manifestarse en actitudes defensivas o agresivas, lo que perpetúa un ciclo de comportamiento perjudicial tanto para los hombres como para

quienes les rodean. Reconocer y abordar esta fragilidad es esencial para avanzar hacia una sociedad más igualitaria, donde tanto hombres como mujeres puedan expresar libremente su identidad sin estar sujetos a presiones sociales restrictivas.

El machismo es una actitud, conducta y sistema de creencias que sostiene la idea de la superioridad de los hombres sobre las mujeres, promoviendo la dominación, control y la subordinación de las mujeres en diversas esferas de la vida (Díaz-Rodríguez y González-Ramírez, 2012). Se manifiesta a través de conductas que refuerzan estereotipos de género, como la idea sesgada de que los hombres deben ser fuertes, agresivos y dominantes, mientras que las mujeres deben ser sumisas, emocionales y serviciales. Estas ideas se perpetúan a lo largo de generaciones, impactando tanto en la vida privada como en la pública.

El origen del machismo se remonta a sociedades antiguas donde las estructuras patriarcales predominan, y la división de roles de género se establece como una forma de organización social. A lo largo de la historia, estas estructuras se consolidan en gran parte del mundo, con el poder y la autoridad concentrados en manos de los hombres (Daros, 2014). Las religiones, las leyes y las costumbres refuerzan esta desigualdad, justificando la violencia y la discriminación hacia las mujeres y cualquier persona que no se ajuste a las normas tradicionales de género.

A lo largo del tiempo, el machismo evoluciona adaptándose a los cambios sociales y culturales (Martone, 2019). Sin embargo, sigue presente en diversas formas, desde microagresiones cotidianas hasta violencia de género extrema. A medida que las sociedades avanzan hacia una mayor equidad, el machismo también se transforma, camuflándose bajo discursos de aparente igualdad, pero manteniendo prácticas que perpetúan la desigualdad. La lucha contra el machismo se enfrenta a la resistencia de aquellos que buscan mantener los privilegios asociados a la masculinidad hegemónica.

La relación entre machismo y masculinidad es intrínseca, ya que el machismo promueve una visión rígida y limitada de lo que significa ser hombre (Ruiz Repullo, 2018). Esta visión exige que los hombres repriman sus emociones, demuestren poder y control, y eviten cualquier comportamiento que pueda ser considerado “femenino”. Estas expectativas no solo afectan a las mujeres, sino también a los hombres, quienes son presionados a cumplir con un ideal de masculinidad que no les permite expresar libremente su identidad y emociones. Esta relación tóxica entre machismo y masculinidad contribuye a la perpetuación de la desigualdad y el sufrimiento emocional de muchas personas.

El movimiento feminista, que surge como una respuesta a la opresión y desigualdad de género, ha sido clave en la deconstrucción del machismo (Lamas, 2016). A través de la educación, la movilización social y la defensa de derechos, el feminismo cuestiona

las normas de género tradicionales y aboga por una sociedad más justa y equitativa. Este movimiento denuncia cómo el machismo daña tanto a mujeres como a hombres, y promueve nuevas formas de entender la masculinidad y la feminidad que no se basen en la dominación y la sumisión. El feminismo impulsa una transformación profunda de las relaciones de género, proponiendo una convivencia basada en el respeto, la igualdad y el reconocimiento mutuo.

En la actualidad, el rechazo al machismo es cada vez más amplio, aunque aún persisten muchas resistencias (Pérez Rueda, et al., 2017). La lucha contra el machismo es un proceso continuo que requiere de un compromiso colectivo para cuestionar y cambiar las estructuras sociales que lo sostienen. Solo a través de la educación, la reflexión crítica y la acción conjunta es posible avanzar hacia una sociedad donde todas las personas, independientemente de su género, puedan vivir con plena dignidad y libertad.

Marco teórico | La imagen en el universo de la cultura visual

La imagen ocupa un lugar central en el universo de la cultura visual, un campo que estudia cómo las imágenes influyen en nuestras percepciones, pensamientos y comportamientos en la sociedad contemporánea (Monleón, 2022). La cultura visual abarca todos aquellos elementos que podemos percibir a través de la vista y que, de alguna manera, nos comunican significados, ideas y valores. En un mundo saturado de imágenes, la cultura visual se convierte en un medio poderoso que moldea nuestras identidades y relaciones sociales.

| 95

La imagen, como concepto fundamental dentro de la cultura visual, es más que una simple representación gráfica o fotográfica. Es un vehículo de comunicación que transmite y construye significados de manera inmediata y emocional (Mitchell y Perni, 2019). A través de las imágenes, las personas interpretan el mundo que les rodea, y estas interpretaciones están influenciadas por el contexto cultural en el que se encuentran. Las imágenes pueden reforzar o desafiar normas sociales, transmitiendo ideologías o cuestionando estructuras de poder.

Dentro del vasto campo de la cultura visual, el audiovisual de animación emerge como un medio particularmente influyente (Rivera Valdés, et al., 2018). La animación, que combina elementos visuales y narrativos, tiene la capacidad de crear mundos imaginarios que pueden reflejar o distorsionar la realidad (Huerta y Monleón, 2021). A través de la animación, se exploran temas complejos de una manera accesible, llegando a un público diverso y amplio. Este medio permite una libertad creativa única, donde lo fantástico se mezcla con lo real para transmitir mensajes poderosos sobre la sociedad, la identidad y la condición humana.

La cinematografía, por su parte, es una forma de expresión artística que combina la imagen en movimiento con otros elementos como la música, el diálogo y la edición para crear una narrativa audiovisual (Martín, 2018). El cine, como parte fundamental de la cultura visual, no solo entretiene, sino que también educa, documenta y provoca reflexión. A lo largo de la historia, la cinematografía evoluciona; convirtiéndose en una herramienta clave para explorar y cuestionar la realidad. A través del cine, se representan diversas perspectivas culturales, se visibilizan problemáticas sociales y se promueve la empatía al mostrar historias desde distintos puntos de vista.

Los seriales televisivos, que hoy en día forman parte esencial del consumo cultural, también desempeñan un papel crucial en la cultura visual. Estas producciones, a menudo distribuidas a través de plataformas digitales, transforman la manera en que las personas se relacionan con las historias y los personajes. Los seriales televisivos permiten un desarrollo más profundo de tramas y personajes, lo que facilita una mayor conexión emocional con la audiencia (Greco, 2019). A través de sus imágenes y narrativas, estos seriales pueden perpetuar estereotipos o, por el contrario, romper con ellos, desafiando las expectativas tradicionales y proponiendo nuevas formas de ver y entender el mundo.

En conjunto, la imagen, el audiovisual de animación, la cinematografía y los seriales televisivos son componentes esenciales de la cultura visual contemporánea. Estos medios no solo reflejan la realidad, sino que también la construyen, influyendo en cómo las personas perciben y entienden el mundo. La cultura visual, con su poder para comunicar de manera rápida y efectiva, sigue siendo un campo dinámico y en constante evolución, donde las imágenes juegan un papel determinante en la formación de la conciencia colectiva y en la creación de nuevas narrativas culturales.

| 96

Metodología

La metodología para este artículo de investigación enfocado en visibilizar el feminismo a través de productos tradicionales que componen un imaginario kitsch en la cultura visual se construye desde un enfoque cualitativo (Pérez Andrés 2002). Este tipo de metodología se centra en la exploración profunda de fenómenos culturales y sociales, permitiendo un análisis detallado y contextualizado de las imágenes y narrativas que conforman dicho imaginario. El estudio se apoya en la Investigación Basada en Imágenes o IBI (Monleón y Carbonell-Moliner, 2023), una estrategia que utiliza imágenes como medio principal de recopilación de datos y como objeto central de análisis. A través de la IBI, se examinan y reinterpretan las imágenes dentro de su contexto cultural, permitiendo una comprensión más rica y matizada de su significado y de su impacto social.

El análisis crítico del discurso cinematográfico (Díaz Forero, 2012) se convierte en una herramienta fundamental dentro de esta investigación, ya que el cine es un vehículo clave en la construcción y difusión del imaginario kitsch. Este análisis permite desentrañar las narrativas subyacentes y los mensajes implícitos en las películas y series de televisión (o productos publicitarios), especialmente aquellos que perpetúan o desafían las normas de género. A través del análisis de textos fílmicos, se examinan cómo los productos cinematográficos tradicionales contribuyen a la creación de estereotipos de género y cómo estos pueden ser reinterpretados desde una perspectiva feminista. La metodología cualitativa permite, además, explorar la recepción de estos productos por parte del público, evaluando su influencia en la perpetuación o transformación de las normas sociales.

La teoría feminista (Amorón y de Miguel, 2014) y queer (Miskolci, 2017) proporciona el marco que guía el análisis y la interpretación de los datos. Desde la teoría feminista, se cuestionan las estructuras patriarcales que influyen en la creación y perpetuación del imaginario kitsch, mientras que la teoría queer desafía las nociones binarias de género y sexualidad que a menudo subyacen en estos productos culturales. Ambas perspectivas permiten una deconstrucción crítica de los productos tradicionales, identificando las formas en que reproducen o subvientan las normas de género y los roles sexuales. Además, estas teorías facilitan la identificación de momentos de resistencia y empoderamiento dentro del kitsch, donde las representaciones de género son reinterpretadas como actos de subversión o reclamación.

| 97

El objetivo principal de esta investigación es visibilizar el feminismo en un contexto donde tradicionalmente se invisibiliza o distorsionado. A través del análisis cualitativo y crítico de productos kitsch en la cultura visual, se busca no solo identificar y cuestionar las representaciones de género, sino también descubrir cómo estas imágenes pueden ser reapropiadas y resignificadas desde una perspectiva feminista. Al enfocar el estudio en el imaginario kitsch, que a menudo es desestimado por su aparente superficialidad, se abre una nueva vía para explorar cómo el feminismo puede dialogar con y transformar estas representaciones, haciendo visible lo que ha sido históricamente marginado o caricaturizado.

Exposición y discusión de resultados

Nuevas visiones con respecto a ejemplos (audio)visuales de empoderamiento femenino

La comercialización de la primera Barbie de Mattel en 1959 marca un hito en la cultura popular y en la historia del feminismo (Barbosa, 2020). Barbie, una muñeca adulta en un mercado dominado por muñecas bebé, representa una ruptura con las expectativas

tradicionales de género, ofreciendo a las niñas una figura que encarna la independencia, el glamour y la posibilidad de imaginarse en diferentes roles profesionales. En una época en la que las mujeres están limitadas principalmente al ámbito doméstico, Barbie permite a las niñas soñar con una vida más allá de las fronteras impuestas por la sociedad (Stiegwardt y Los Santos, 2024). Con su apariencia sofisticada y sus múltiples profesiones a lo largo de los años, Barbie inspira a muchas niñas a visualizarse como médicas, astronautas, empresarias, o en cualquier rol que deseen asumir, contribuyendo así al empoderamiento femenino. Esta información se respalda visualmente con todo lo recogido en la figura 1.

Figura 1. Evolución de la Barbie de Mattel como muñeca hacia personaje de animación y de ficción en largometrajes / Barbie estereotípica e historia de vida del personaje en el filme de 2023 como transición de ícono de belleza hacia mujer libre de expectativas sociales.



| 98

Fuente: Serie fotográfica de autoría propia compuesta a partir de las figuras de los largometrajes *Barbie en el Cascanueces* (Durchin y Twiner McCaron, 2001) y *Barbie* (Ackerley, et al., 2023).

Barbie también genera críticas y contradiscursos, especialmente en relación con los estándares de belleza que promueve. La muñeca, con su figura inalcanzable y sus rasgos idealizados, se convierte en un símbolo de las expectativas irreales que la sociedad impone sobre el cuerpo de las mujeres (Garzón, 2011). Este aspecto es explotado en productos cinematográficos de animación, como su primera película de dibujos

animados Barbie en el Cascanueces (Durchin y Twiner McCaron, 2001), donde la narrativa refuerza ciertos estereotipos de género. En esta película, Barbie asume un rol pasivo, en un contexto de cuento de hadas tradicional donde la acción principal recae sobre figuras masculinas, mientras ella encarna la belleza y la bondad, elementos que, aunque positivos, perpetúan la idea de que el valor de una mujer reside en su apariencia y su disposición a ser rescatada. Este enfoque reduce el potencial empoderador de la muñeca, alineándola más con un discurso machista que limita las posibilidades de acción y agencia femenina.

A lo largo de los años, Barbie es objeto de muchas reinterpretaciones, pero es en 2023 cuando se produce un cambio significativo en su narrativa con el estreno de la película Barbie (Ackerley, et al., 2023), dirigida por Greta Gerwig. Esta nueva visión de Barbie presenta una versión mucho más compleja y reflexiva del personaje, explorando temas como la identidad, la autoaceptación y el empoderamiento femenino (Stiegwardt y Los Santos, 2024). En la película, Barbie se enfrenta a la realidad de lo que significa ser una mujer en el mundo real, confrontando las contradicciones de su propia existencia como un ideal de perfección. Este viaje de autodescubrimiento resalta el valor de ser auténtica; abrazando tanto las fortalezas como las vulnerabilidades. La película critica los estereotipos de género que Barbie perpetúa en el pasado, y al mismo tiempo, redefine su papel como un símbolo de empoderamiento, mostrando que el verdadero poder de una mujer no reside en su apariencia o en cumplir con las expectativas ajenas, sino en su capacidad para ser quien realmente es.

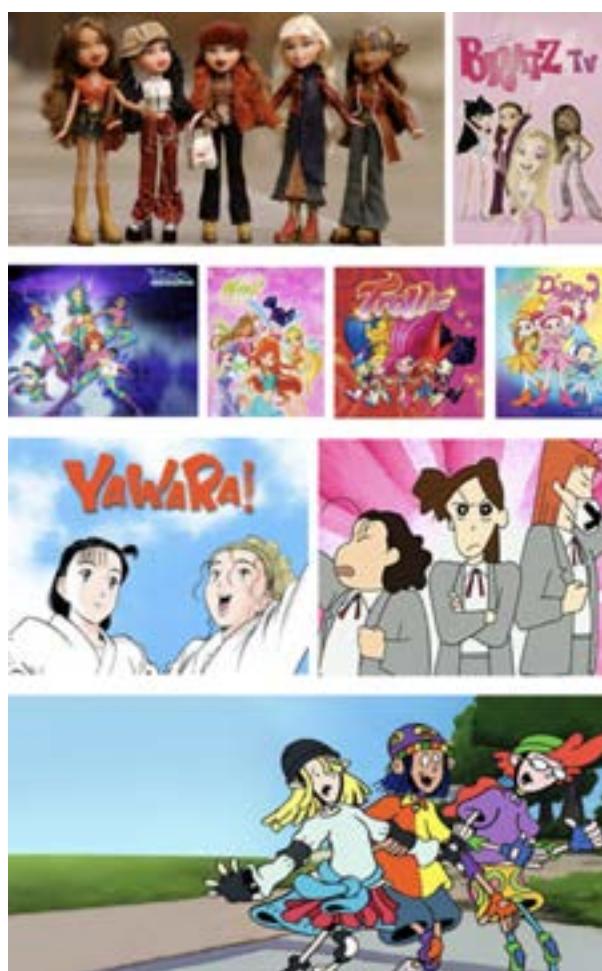
| 99

La historia de la Barbie arquetípica, desde su origen como un ícono de la moda hasta convertirse en una mujer real en la película de 2023, es una metáfora de la evolución de la feminidad en la cultura popular. A lo largo de su vida, Barbie se enfrenta al miedo de convertirse en la “Barbie rara”, aquella que no encaja en los moldes establecidos. Este miedo refleja una lucha interna con la presión social para conformarse, un desafío que muchas mujeres enfrentan al intentar equilibrar sus deseos personales con las expectativas externas. Sin embargo, al aceptar y abrazar su singularidad, Barbie demuestra que la autenticidad es la clave para superar estas limitaciones. La transformación de Barbie de un símbolo de perfección inalcanzable a una figura de empoderamiento real y accesible, envía un mensaje poderoso a las mujeres y niñas: no se trata de ajustarse a un molde, sino de romperlo y definir el éxito y la felicidad en sus propios términos.

En la figura 2 se recoge a las Bratz, surgidas como una alternativa a la tradicional Barbie de Mattel, y quienes se posicionan como un ejemplo de empoderamiento femenino en el ámbito de las muñecas; trascendiendo al mundo de la animación. Al igual que Barbie, las Bratz tienen su propia serie animada Bratz (Larian, et al., 2005-2008),

pero lo que las distingue es su enfoque en la diversidad, la independencia y la autoexpresión. A diferencia de Barbie, que es criticada por promover un ideal de belleza poco realista, las Bratz celebran diferentes estilos y personalidades, reflejando una imagen más inclusiva de lo que significa ser joven y femenina en el siglo XXI. A través de sus historias, tanto en la serie animada como en otros medios, las Bratz promueven el empoderamiento femenino, alentando a las niñas a ser auténticas, a seguir sus pasiones y a apoyarse mutuamente en lugar de competir (Gordillo y Ramírez, 2008).

Figura 2. Las Bratz como ejemplo de muñeca que radica en una serie de animación / Nuevas visiones con respecto a ejemplos audiovisuales de empoderamiento femenino a través de personajes como: las Witch, las Winx, las Trollz, DoReMi, Yawara, el ejército Escarlata y Pepper Ann.



| 100

Fuente: Serie fotográfica de autoría propia compuesta a partir de las figuras de los seriales televisivos Bratz (Larian, et al., 2005-2008), W.I.T.C.H. (Bianchi, et al., 2004-2006), Winx Club (Straffi, 2004-2019), Trollz (Heyward, 2005), DoReMi (Igarashi y Sato, 1999-2000), Cinturó Negre (Tokita, 1989-1992), Shin Chan (Hara, et al., 1992-2024) y Pepper Ann (Khan y Rose, 1997-2000).

Las Witch de W.I.T.C.H. (Bianchi, et al., 2004-2006), un grupo de chicas con poderes mágicos, representan otro ejemplo significativo de empoderamiento femenino en la animación. Cada miembro del grupo tiene habilidades únicas, y juntas enfrentan desafíos que van más allá de lo cotidiano, luchando contra fuerzas oscuras mientras aprenden a aceptar y valorar sus diferencias. La serie muestra cómo el trabajo en equipo, la amistad y la autoconfianza son fundamentales para superar obstáculos, lo que transmite un poderoso mensaje sobre la importancia de la solidaridad femenina. Al tiempo que se genera un visibilidad feminista y de empoderamiento de la mujer a través del personaje de la bruja (Pedreira y Ferreira-Boo, 2022).

Las Winx de Winx Club (Straffi, 2004-2019), un grupo de hadas, también ofrecen una visión moderna de empoderamiento femenino. A través de sus aventuras en el mundo mágico de Magix, las Winx muestran que la fuerza no se mide solo por el poder mágico, sino también por la inteligencia, la creatividad y la capacidad de resolver problemas. Cada miembro del grupo tiene su propia personalidad y estilo, lo que permite a las espectadoras identificarse con diferentes aspectos de las hadas. La serie promueve valores como la amistad, la lealtad y el coraje, desafiando estereotipos de género y ofreciendo una narrativa donde las chicas son protagonistas activas en la construcción de su destino (Romano Martín, 2020).

Trollz (Hayward, 2005), otra serie de animación centrada en un grupo de chicas con habilidades mágicas, subvierten las expectativas con su enfoque en la diversidad y el uso de la magia para el bien común. Cada personaje tiene una apariencia y personalidad distinta, lo que refleja la idea de que la fuerza radica en la diversidad y la aceptación de uno mismo. La serie enfatiza la importancia de la amistad y el trabajo en equipo, mostrando que el verdadero poder proviene de la colaboración y el respeto mutuo. En este caso, se recurre a seres ficticios no normativos para generar a través de estos un empoderamiento de la mujer desde la diversidad (Jhonson, 2010).

DoReMi (Igarashi y Sato, 1999-2000), centrada en un grupo de jóvenes brujas en formación, utiliza la magia como una metáfora para el crecimiento personal y el aprendizaje de la vida. A lo largo de la serie, las protagonistas enfrentan desafíos tanto mágicos como mundanos, y a través de sus experiencias, aprenden lecciones valiosas sobre responsabilidad, empatía y autodescubrimiento. La serie destaca la importancia de la perseverancia y el apoyo mutuo, mostrando que el empoderamiento femenino no solo está en el poder mágico, sino también en la capacidad de superar dificultades y aprender de ellas. Con este recurso audiovisual nuevamente se genera una visibilidad feminista y de empoderamiento de la mujer a través del personaje de la bruja (Pedreira y Ferreira-Boo, 2022).

Cinturó Negre (Tokita, 1989-1992) es una serie de televisión basada en un manga que sigue la vida de una joven judoca, es un ejemplo de cómo el deporte puede ser un

vehículo de empoderamiento femenino. A través de su dedicación y esfuerzo, Yawara desafía las expectativas tradicionales de género y demuestra que las mujeres pueden destacar en campos tradicionalmente dominados por hombres (Monleón, 2023). La serie muestra la lucha interna de Yawara por equilibrar su vida personal con su pasión por el judo, subrayando la importancia de la autodeterminación y la resiliencia.

El Ejército Escarlata de Shin Chan (Hara, et al., 1992-2024), un grupo de adolescentes de instituto, y Pepper Ann de Pepper Ann (Khan y Rose, 1997-2000), otra adolescente de instituto, representan ejemplos de cómo la animación aborda la vida cotidiana de las jóvenes de manera que promueve el empoderamiento. El Ejército Escarlata, compuesto por adolescentes que enfrentan desafíos típicos de la vida escolar, muestra cómo la unidad y la resistencia ante las adversidades llevan al crecimiento personal y a la transformación social. Pepper Ann, con su estilo único y su personalidad independiente, desafía las normas sociales y promueve la importancia de ser fiel a uno mismo, incluso cuando esto significa ser diferente. Ambas series destacan la importancia de la autoaceptación, la independencia y el poder de la autenticidad en la vida de las adolescentes (Gil-Quintana y Gil-Tavar, 2020).

En conjunto, estas series de animación ofrecen una visión renovada del empoderamiento femenino, utilizando la fantasía, el deporte y la vida cotidiana como marcos para explorar la fuerza, la solidaridad y la diversidad. Cada una de ellas aporta una perspectiva única sobre cómo las mujeres toman control de sus vidas, enfrentan desafíos y se apoyan mutuamente en su camino hacia la autorrealización.

| 102



Figura 3. Nuevas visiones con respecto a ejemplos audiovisuales de empoderamiento femenino a través de personajes como: las divinas, el grupo de animadoras, Kate Sanders y las 6 guays.

Fuente: Serie fotográfica de autoría propia compuesta a partir de las figuras de audiovisuales como *Chicas Malas* (Michaels y Rosner, 2004), *¡Este cuerpo no es el mío!* (D'Angelo, et al., 2002), *Lizzie McGuire* (Danton, et al., 2001-2004) y *El sueño de mi vida* (Emmerich, 2004).

Tal y como se recoge en la figura 3, en la cultura audiovisual contemporánea, se crean y popularizan diversos personajes femeninos que, aunque inicialmente pueden parecer representaciones típicas de estereotipos, son reinterpretados y revalorados como ejemplos de empoderamiento femenino (Almerini, 2014).

Las divinas de Chicas malas (Michael y Rosner, 2004) son un grupo icónico que, aunque inicialmente representan la superficialidad y la manipulación social, también son vistas como un ejemplo de cómo las mujeres toman control de su entorno. A lo largo de la película, la dinámica de poder entre las divinas se cuestiona, y las protagonistas experimentan una transformación que lleva a una reflexión sobre la autenticidad y el poder interno. Este grupo, liderado por Regina George, muestra cómo el poder femenino puede ser malinterpretado como manipulación, pero también destaca la importancia de la autoconciencia y la capacidad de redefinir la propia identidad lejos de las expectativas sociales.

El grupo de animadoras en ¡Este cuerpo no es el mío! (D'Angelo, et al., 2002) ofrece otra perspectiva interesante. Aunque al principio son presentadas como estereotipos de “la chica popular”, su historia se desarrolla para mostrar la importancia de la solidaridad y la amistad femenina. A medida que la trama avanza, se revela que detrás de la fachada de perfección hay mujeres jóvenes que enfrentan inseguridades y presiones. La película utiliza el humor para abordar temas de identidad y autopercepción, subvirtiendo los estereotipos y promoviendo una visión de empoderamiento donde las mujeres apoyan a otras mujeres en su camino hacia la autoaceptación.

103

Kate Sanders de Lizzie McGuire (Danton, et al., 2001-2004) es inicialmente la antagonista clásica, la chica popular que antagoniza a la protagonista. Sin embargo, su personaje también es interpretado como una crítica a las expectativas sociales impuestas sobre las mujeres jóvenes. Kate, a pesar de su apariencia de confianza y poder, también está atrapada en un sistema que valora más la apariencia y la popularidad que la autenticidad. Su personaje ofrece una oportunidad para reflexionar sobre las presiones que enfrentan las adolescentes para conformarse a ciertos estándares, y cómo esas presiones pueden ser desafiadas en la búsqueda de una identidad real y propia.

Las 6 guays de El sueño de mi vida (Emmerich, 2004) representan un grupo de chicas populares que, a través de la fantasía de la protagonista Jenna, son vistas bajo una nueva luz. Mientras que al principio parecen ser un grupo superficial y elitista, la película muestra cómo el poder de este grupo puede ser reimaginado. Jenna, al convertirse en adulta y ver las consecuencias de sus elecciones juveniles, se da cuenta de que el verdadero empoderamiento no proviene de la popularidad o el estatus social, sino de la autenticidad, la bondad y las conexiones genuinas con las demás personas. Este cambio de perspectiva permite revalorar lo que significa el poder femenino, alejándose de los estereotipos tradicionales y abrazando una visión más inclusiva y realista.

En conjunto, estos personajes y grupos, aunque nacen de estereotipos, son reinterpretados y resignificados en el contexto contemporáneo como ejemplos de empoderamiento femenino. A través de sus historias, se exploran temas como la autenticidad, la solidaridad femenina y la resistencia a las expectativas sociales. Estas narrativas reflejan cómo, incluso dentro de los marcos de la cultura popular, es posible encontrar y promover visiones de poder femenino que desafían y amplían las definiciones tradicionales, ofreciendo a las jóvenes modelos más complejos y realistas de empoderamiento y autoafirmación.

Nuevos feminismos y nuevas masculinidades en el contexto actual

La realidad kitsch emerge en la cultura visual contemporánea como un fenómeno que, aunque a primera vista pueda parecer superficial o trivial, ofrece un espacio de expresión y empoderamiento que desafía las normas establecidas y se alinea con algunos principios del feminismo actual (Casey, 2019). El kitsch, con su estética exagerada, colorida y a menudo considerada de “mal gusto”, se convierte en un terreno fértil para cuestionar las jerarquías culturales tradicionales y revalorizar elementos que son históricamente desestimados o considerados menores (Achugar, 2005).

En la cultura visual, el kitsch se apropia de símbolos y objetos que son marginados o infravalorados, especialmente aquellos asociados con lo femenino, lo doméstico o lo popular (Ramon, 2014). Al hacerlo, no solo reivindica estos elementos, sino que también desestabiliza las rígidas fronteras entre lo “alto” y lo “bajo” en la cultura, permitiendo una reconsideración de lo que se considera valioso o digno de reconocimiento. Desde esta perspectiva, la realidad kitsch se convierte en un espacio donde se desafían los cánones estéticos dominantes, abriendo la puerta a una mayor inclusión y diversidad en las expresiones culturales.

| 104

El feminismo, en su lucha por la igualdad y la justicia, encuentra en la realidad kitsch un aliado inesperado (Pineda Almanza, 2014). Este movimiento estético, que a menudo celebra lo excéntrico y lo excesivo, permite a muchas personas, especialmente mujeres y disidencias de género, explorar identidades más allá de las normas restrictivas impuestas por la sociedad patriarcal. En un mundo donde la perfección y la moderación son a menudo valoradas, el kitsch ofrece un refugio para quienes desean expresar su individualidad sin temor al juicio o la exclusión. La exageración y el juego presentes en el kitsch son actos de resistencia frente a las expectativas que buscan limitar el potencial creativo y expresivo de las personas.

Además, la realidad kitsch pone en primer plano la importancia de la estética en la vida cotidiana, reivindicando la belleza en lo que es considerado “excesivo” o “artificial” (Herrera, 2013). Esta revalorización de lo decorativo y lo ornamental, elementos históricamente ligados a lo femenino y desestimados en el ámbito del arte serio, se alinea con la crítica

feminista que busca desmantelar la desvalorización de lo femenino en la cultura. Al abrazar el kitsch, el feminismo actual no solo celebra la diversidad estética, sino que también desafía las narrativas que marginan las experiencias y expresiones de las mujeres.

En la cultura visual contemporánea, la realidad kitsch también se vincula con movimientos de resistencia y autoafirmación. A través de la apropiación de estéticas kitsch, muchas personas encuentran una forma de visibilizar sus luchas y reivindicaciones, utilizando el humor, la ironía y el exceso como herramientas para cuestionar el statu quo (Cuvardic García, 2022). Esta apropiación permite que temas feministas sean abordados de manera accesible y provocativa, atrayendo a un público más amplio y generando nuevas conversaciones sobre género, poder y representación.

Figura 4. Nuevos feminismos y nuevas masculinidades en el contexto actual



| 105



Fuente: Serie fotográfica de autoría propia compuesta a partir de la figura audiovisual de Veneno (Calvo, et al, 2020) y de imágenes de influencers contemporáneos como Samantha Costantini, Tote Fernández y Marina Salazar.

Tal y como se recoge en la figura 4, la realidad kitsch se posiciona en la cultura visual contemporánea como un espacio de subversión y empoderamiento, donde se cuestionan las normas tradicionales de género y se reivindican identidades que han sido históricamente marginadas (Casey, 2019). Este fenómeno, que celebra lo exagerado, lo colorido y lo aparentemente trivial, encuentra en el feminismo actual un medio para desafiar las jerarquías estéticas y sociales. A través de figuras mediáticas y narrativas

que encarnan esta realidad kitsch, se revalorizan nuevas formas de feminidad y masculinidad, así como expresiones artísticas que rompen con lo convencional.

La historia de vida de Cristina Ortiz Rodríguez, conocida como “La Veneno”, es un ejemplo paradigmático de cómo la realidad kitsch puede ser un acto de resistencia y reivindicación feminista. Cristina, una mujer trans que se convierte en un ícono mediático en España durante los años 90, desafía las normas de género y las expectativas sociales con su personalidad exuberante y su estética llamativa (Vega Reyes, 2022). La serie Veneno (Calvo, et al., 2020), que narra su vida, no solo homenajea su legado, sino que también pone en primer plano las luchas de las personas trans en un contexto que les ha sido históricamente hostil. A través de la exageración y el exceso, “La Veneno” utiliza el kitsch para reclamar su espacio en un mundo que constantemente la intenta silenciar; convirtiéndose en un símbolo de lucha por la visibilidad y los derechos trans.

En el ámbito de las redes sociales, los influencers Samantha Costantini y Tote Fernández representan cómo la realidad kitsch se utiliza para deconstruir las feminidades y masculinidades clásicas (Renau Ruiz, et al., 2012).

Samantha Costantini desafía los estereotipos de género al mezclar en su estética elementos considerados tradicionalmente femeninos y masculinos, jugando con el maquillaje, la moda y la performatividad para crear una identidad visual que trasciende las normas binarias. Su presencia en las redes sociales es un acto de resistencia contra las expectativas tradicionales de lo que significa ser mujer, utilizando el kitsch para subvertir y reimaginar la feminidad.

106

Tote Fernández, como influencer, cuestiona las ideas tradicionales de la masculinidad al adoptar una estética kitsch que incluye colores vivos, patrones audaces y una actitud lúdica hacia la moda y la autoexpresión. Tote desafía la noción de que la masculinidad debe ser sobria y contenida, mostrando que la expresión emocional y estética no tiene género. A través de su contenido, Tote promueve una masculinidad más inclusiva y fluida, donde la vulnerabilidad y la creatividad se celebran en lugar de reprimirse.

La historia de vida de Manira Salazar, como artista contemporánea actual, es otro ejemplo de cómo la realidad kitsch se integra en la cultura visual para cuestionar y expandir los límites del arte y la identidad (Monleón, 2024). Manira utiliza elementos kitsch en sus obras para explorar temas como el género, la identidad y la cultura popular, incorporando colores brillantes, materiales inusuales y referencias a la cultura de masas. Su trabajo no solo desafía las convenciones del arte “serio”, sino que también cuestiona las narrativas dominantes sobre lo que es considerado valioso o importante en el arte y la sociedad. A través de su enfoque kitsch, Manira Salazar crea un espacio donde las identidades no conformistas son celebradas y donde las experiencias marginalizadas encuentran una voz poderosa.

Conclusiones

Concluyendo, los productos audiovisuales y comerciales como Barbie juegan un papel crucial en el empoderamiento de la mujer al ofrecer representaciones que, aunque en sus inicios perpetúan ciertos estereotipos de género, con el tiempo evolucionan hacia narrativas más inclusivas y complejas.

A través de su transformación, desde un ícono de belleza inalcanzable hasta un símbolo de autoexploración y empoderamiento, Barbie demuestra cómo la apropiación y resignificación de lo estrictamente construido como “femenino” pueden convertirse en herramientas poderosas para desafiar y deconstruir las normas tradicionales de género. Al reimaginar lo que representa la feminidad, estos productos permiten que las mujeres se vean reflejadas en roles diversos y empoderadores, facilitando la apertura de espacios de autonomía y resistencia en un contexto cultural que históricamente ha marginado o limitado su agencia. De esta manera se poner en valor lo estudiado y analizado en esta investigación de corte feminista.

Es necesario que tanto el feminismo como la cultura visual se apropien de la estética kitsch y de los elementos asociados a lo “femenino” para revertir la masculinización de los espacios y confrontar el machismo tradicional arraigado en estas visiones. Al reivindicar y resignificar estas estéticas, se desafían las jerarquías de poder y se cuestiona la idea de que lo femenino debe ser subordinado o secundario. Esta apropiación no solo fortalece la lucha por la igualdad de género, sino que también promueve una mayor diversidad en la representación y permite que la pluralidad de identidades y experiencias femeninas encuentre su lugar en el imaginario colectivo.

| 107

Referencias bibliográficas

- Achugar, H. (2005). ¿Kitsch, vanguardia o estética camp? Apuntes fragmentarios sobre Marosa di Giorgio: Acerca de la imposibilidad de atrapar a Marosa. *Hispamérica*, 34(101), 105-110.
- Aguilar, N. (2020). Una aproximación teórica a las olas del feminismo: la cuarta ola. *FEMERIS: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 5(2), 121-146.
- Almerini, K. (2014). LaSal, bar-biblioteca feminista en Barcelona. Empoderamiento femenino y cultura visual. *Boletín de Arte*, 35, 83-100.
- Amorós, C. y de Miguel, A. (2014). Teoría feminista. *Biblioteca Nueva*.
- Barbosa, A. (2020). Barbie y la “fridazación” en el contexto de las industrias culturales. *Designio*, 2(2), 114-143.

- Biswas, A. (2004). La tercera ola feminista: cuando la diversidad, las particularidades y las diferencias son lo que cuenta. *Casa del Tiempo*, 6(68), 65-70.
- Burke, T. (2021). *Unbound: My story of liberation and the birth of the Me Too movement*. Flatiron Books: An Oprah Book.
- Casey, K. (2019). Sobre el kitsch en la naturaleza y la tecnología: redefiniendo el kitsch para la estética feminista posthumana. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 1, 9-15.
- Crenshaw, K., et al. (1995). *Critical race theory: The key writings that formed the movement*. The New Press.
- Cuvardic García, D. (2022). Las articulaciones del kitsch con la estética camp. *Káñina*, 46(1), 41-67.
- Daros, W.R. (2014). La mujer posmoderna y el machismo. *Franciscanum. Revista de las ciencias del espíritu*, 56(162), 107-119.
- De Beauvoir, S. (1949). *El segundo sexo*. Feminismos.
- De Miguel Álvarez, A. (2003). El movimiento feminista y la construcción de marcos de interpretación. El caso de la violencia contra las mujeres. *Revista internacional de Sociología*, 61(35), 127-150.
- Díaz Forero, Y.E. (2012). Lectura y análisis crítico de cine. Una estrategia didáctica e innovadora para el logro de aprendizajes en el contexto universitario. *Revista Docencia Universitaria*, 13(1), 187-199.
- Díaz-Rodríguez, C. L. y González Ramírez, M. T. (2012). Comparación intergeneracional del machismo sexual y conductas de autoeficacia. *Acta de investigación psicológica*, 2(2), 638-649.
- Facio, A. y Fríes, L. (2005). Feminismo, género y patriarcado. *Academia. Revista sobre Enseñanza del Derecho de Buenos Aires*, 3(6), 259-294.
- Friedan, B. (1963). *La mística de la feminidad*. Feminismos.
- Galarza Fernández, E., et al. (2019). Medios sociales y feminismo en la construcción de capital social: la red estatal de comunicadoras en España. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 61, 1-16.
- Garrido-Rodríguez, C. (2021). Repensando las olas del Feminismo. Una aproximación teórica a la metáfora de las "olas". *Investigaciones Feministas*, 12(2), 483-492.

Garzón, M.T. (2011). ¿A qué juega Barbie? Heterosexualidad obligatoria y agencia cultural. *Calle 14: revista de investigación en el campo del arte*, 5(6), 46-55.

Gil-Quintana, J. y Gil-Tellar, S. (2020). Series de ficción como medio de coeducación para adolescentes. Estudio de caso: Las del Hockey. *Fonseca, Journal of Communication*, 21, 22-22.

Gómez Beltrán, I. (2017). Princesas y príncipes en las películas Disney (1937-2013). Análisis de la modulación de la feminidad y la masculinidad. *Filanderas*, 2, 53-74.

Gordillo, I. y Ramírez, M.d.M. (2008). TV y estrategias para el fomento del consumo en las niñas. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 31, 665-671.

Greco, M. (2019). Narrativa serial audiovisual: estructuras y procedimientos de la ficción televisiva. *Toma Uno*, (7), 45-66.

Herrera, E. (2013). Artista ego-centro y arte transgresor. *Boletín Científico Sapiens Research*, 3(1), 49-53.

Huerta, R. y Monleón, V. (2021). Disney y Ghibli: Educación sin migraciones en la cultura visual. El cine de animación como recurso didáctico en las aulas. *PULSO Revista de Educación*, 44, 63-89.

| 109

Huerta, R. y Monleón, V. (2024). Feminismos en el lenguaje cinematográfico. Análisis de personajes mujeres en las producciones Disney. *Tercio Creciente. Revista de Estudios en Sociedad, Artes y Gestión Cultural*, 26, 193-219.

Johnson, N.R. (2010). Consuming desires: Consumption, romance, and sexuality in best-selling teen romance novels. *Women's Studies in Communication*, 33(1), 54-73.

Lamas, M. (2016). Mujeres guerrerenses: feminismo y política. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 61(226), 409-423.

Maier-Hirsch, E. (2020). Revistando el Sentipensar de la Segunda Ola Feminista. *Culturales*, 8(1), 1-39.

Martín, M. (2008). El lenguaje del cine. Editorial Gedisa.

Martone, M. (2019). Del machismo a la coparentalidad. Evolución de las mentalidades en Italia. *Revista Internacional del Trabajo*, 138(3), 479-493.

Miskolci, R. (2017). Teoria Queer: um aprendizado pelas diferenças. Autêntica.

Mitchell, W.J. y Perni, R. (2019). La ciencia de la imagen: Iconología, cultura visual y estética de los medios. Akal.

Monleón, V. (2021). El arte como elemento liberador. Contra-discurso feminista a las películas Disney a través de la serie fotográfica Fallen princesses. *Millars - Espai i Història*, 50(1), 197-222.

Monleón, V. (2022). Una pedagogía crítica para el tratamiento de la Cultura Visual Disney. *Revista de Investigación y Pedagogía del Arte*, 12(2), 1-24.

Monleón, V. (2023). Análisis feminista y ensayo visual a partir de la serie de animación japonesa Yawara! *Revista Apotheke*, 9(2), 184-197.

Monleón, V. (2024). "Broke Disney". Una revisión crítica del audiovisual de animación a través del trabajo artístico de Marina Salazar. *Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria*, 24(1), 31-50.

Monleón, V. y Carbonell-Moliner, R. F. (2023). Influencia de los asustadores cubanos en el imaginario visual del colectivo infantil. *Observar. Revista electrónica de didáctica de las artes*, 17, 22-43.

Ngozi Adichie, C. (2015). *Todos deberíamos ser feministas*. Random House.

| 110

Pedreira, R.G. y Ferreira-Boo, C. (2022). Variaciones de la bruja en las reescrituras de *La Bella Durmiente* de Walt Disney Pictures. *Atenea (Concepción)*, 525, 243-265.

Pérez Andrés, C. (2002). Sobre la metodología cualitativa. *Revista española de salud pública*, 76, 373-380.

Pérez-Rueda, A.I., et al. (2017). Una educación feminista para transformar el mundo. *Revista Internacional de Educación para la Justicia Social*, 6(2), 5-10.

Pineda Almanza, A. (2014). Semiótica de la tipología arquitectónica popular mexicana: los símbolos de poder, éxito y machismo. *Revista de Comunicación de la SEECL*, Número Extraordinario, 121-127.

Ramon, R. (2014). El kitsch como narrativa identitaria. La transfiguración de los valores como marco de reflexión educativa. *Arte y Movimiento*, 11, 9-24.

Renau Ruiz, V., et al. (2012). Redes sociales online, género y construcción del self. *Aloma: Revista de Psicología, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 30(2), 97-107.

Rios, O. (2015). Nuevas masculinidades y educación liberadora. *Intangible capital*, 11(3), 485-507.

Rivera Valdés, K., et al. (2018). La programación audiovisual infantil: la familia y el aprovechamiento de sus potencialidades. *Mendive. Revista de Educación*, 16(3), 339-350.

Romano Martín, Y. (2020). La evolución de la imagen de la mujer en el cómic italiano y su recepción en España. *Transfer, "Revista electrónica sobre Estudios de Traducción e Interculturalidad/e-Journal on Translation and Intercultural Studies"*, 15(1-2), 412-433.

Ruiz Repullo, C. (2018). La perversa relación entre violencia machista y masculinidad hegemónica. Un análisis desde la adolescencia. *Revista nuevas tendencias en antropología*, 9, 99-113.

Stiegwardt, T. y Los Santos, G. (2024). El camino de la heroína VI, la construcción social de nuevas narrativas Entre Barbie, Gwen Stacy, Ahsora Tanoy Griselda. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 238, 21-35.

Tellez Infantes, A. y Verdú Delgado, A.D. (2011). El significado de la masculinidad para el análisis social. *Revista Nuevas tendencias en antropología*, 2(1), 80-103.

Thi Nguyen, M. (2012). Riot grrrl, race, and revival. *Women & Performance: a journal of feminist theory*, 22(2-3), 173-196.

| 111

Vega Reyes, J. (2022). Veneno como narrativa emergente de las plataformas de streaming y el renacimiento de un ícono de la comunidad LGTBI: Series de televisión como protagonistas del surgimiento y las memorias de personajes dentro de las narrativas audiovisuales. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 6, 97-106.

Walker, R. (2001). Becoming the third wave. *Identity politics in the women's movement*, 3(13), 78-80.

Wollstonecraft, M. (1792). *Vindicación de los derechos de la mujer*. Ediciones Akal.

Referencias cinematográficas

Ackerley, T., et al. (productores) y Gerwig, G. (directora). (2023). *Barbie* [Cinta cinematográfica]. LuckyChap Entertainment, Mattel Films y Heyday Films.

Bianchi, B., et al. (productores) y Gordon, M., et al. (directores). (2004-2006). *W.I.T.C.H.* [serie de televisión]. SIP Animation y The Walt Disney Company.

Calvo, J., et al. (productores) y Calvo, J., et al. (directores). (2020). *Veneno* [serie de televisión]. Atresmedia Studios y Suma Latina.

D'Angelo, C., et al. (productores) y Brady, T. (director). (2002). Chicas malas [cinta cinematográfica]. Touchstone Pictures.

Danton, J., et al. (productores) y Minsky, T. (director). (2001-2004). Lizzie Mcguire [serie de televisión]. Disney Channel.

Durchin, J. y Twiner McCaron, J. (productoras) y Hurley, O. (director). (2001). Barbie en el Cascanueces [Cinta cinematográfica]. Lionsgate.

Emmerich, R. (productor) y Winick, G. (director). (2004). El sueño de mi vida [Cinta cinematográfica]. Revolution Studios.

Hara, K., et al. (productores) y Hara, K., et al. (directores). Shin Chan [serie de televisión]. Shin-El Animation.

Heyward, A. (productor) y Heyward, A. (director). (2005). Trollz [serie de animación]. DIC Entertainment y RAM.

Igarashi, T. y Sato, J. (productores) e Igarashi, T. y Sato, J. (directores). (1999-2000). DoReMi [serie de televisión]. Toei Animation.

Khan, N. y Rose, S. (productores) y Goodchild, B. y Pollack, S. (directores). (1997-2000). Pepper Ann [serie de televisión]. Walt Disney Television Animation.

112

Larian, I., et al. (productores) y Fassett, M. (director). (2005-2008). Bratz [serie de televisión]. Mike Young Productions.

Michael, L. y Rosner, L. (productores) y Waters, M. (director). (2004). Chicas malas [Cinta cinematográfica]. SNL Studios.

Straffi, I. (productor) y Straffi, I. (director). (2004-2019). Winx Club [serie de televisión]. Rainbow S.p.A., Rai Fiction y Rai Ragazzi Nickelodeon Animation Studio.

Tokita, H. (productor) y Tokita, H. (director). (1989-1992). Cinturó Negre [serie de televisión]. Kitty Films.