



Universidad de Valladolid

CURSO 2018-2019

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Análisis y evolución de los
estereotipos en los *reality shows*:
estudio de *Operación Triunfo***

Alumna: Sandra Fontecha Montesinos

Tutora: Dunia Etura Hernández

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y
de América, Periodismo y Comunicación Audiovisual y
Publicidad**

Segunda Convocatoria

Resumen:

A pesar de la creciente penetración y expansión de las redes sociales, la televisión sigue siendo el principal medio de comunicación y de información. Ante el nuevo paradigma en la sociedad de la comunicación debido a la aparición de Internet, la televisión no ha desaparecido, sino que se ha transformado. La televisión actúa desde la privacidad del hogar, desde esta perspectiva los estereotipos cobran una nueva dimensión, se funden con la experiencia personal que el individuo obtiene de la interacción con la sociedad y con su entorno. Los programas basados en la telerrealidad se pusieron de moda después de que se emitiera *Gran Hermano* en el año 2000 y marcaron un nuevo modelo de negocio. Los *realities show* reproducían una realidad ficticia, los concursantes eran reales pero el entorno estaba meticulosamente preparado. Este género de entretenimiento reunió a una audiencia masiva y no tardaron en surgir dos puntos contrapuestos, quién defendía la democracia que generaba este tipo de *show* y quién pensaba que enseñar la vida íntima de una persona suponía una tendencia degenerativa en la programación televisiva. Un año después de *Gran Hermano*, apareció *Operación Triunfo* de la mano de la productora Gestmusic Endemol. Este programa de entretenimiento revertía los valores que se señalaron negativamente en *Gran Hermano*. TVE apostó por un formato donde lo que importaba era la superación y el esfuerzo del concursante, aunque algunas fórmulas del *reality show* se repetían. Así, *Operación Triunfo* se presentaba como un producto diferente y supuso un éxito de audiencia para la cadena pública, quién emitió las tres primeras temporadas hasta que el formato fue comprado por Telecinco en su cuarta temporada, aunque después en 2017, tras seis años en ausencia porque se pensó que el formato estaba agotado, volvió a emitirse en TVE con una temporada que se asemejaba a los comienzos de OT 1, a la par que fue la edición más inclusiva de la historia del programa.

Palabras clave: *Operación Triunfo*, *reality show*, entretenimiento, estereotipos, telerrealidad, televisión, TVE, Telecinco

Abstract:

Despite the growing penetration and spreading of social media, television is still the main communication and information mean. In the face of the new paradigm in communication society due to internet's arrival, television hasn't disappeared but has transformed itself. Television acts in home privacy, where stereotypes get a new dimension mixing themselves with personal experiences which a person obtains from their interaction between their society and environment. TV shows based on "reality" became popular after Gran Hermano was first broadcasted on 2000 starting a new business model. Realities shows recreate a fiction reality in which contestants are real but the environment is carefully prepared. This entertainment genre gathered a mass audience and it didn't take long to bring up opposite views: in the one hand, the ones who defended the democracy generated by those programmes and, in the other hand, the ones who believed that showing one's personal life meant a degenerative tendency in television programming. One year after Gran Hermano, *Operación Triunfo* appeared thanks to the production company Gestmusic Endemol. This show changed the negative values of Gran Hermano. TVE bet for a kind of programme in which the importance was given to overcoming and the contestants' effort, though some characteristics of realities shows were repeated. This way, OT introduced itself as a different product which was an audience success to the public television that emitted the programme for three seasons until it was bought by Telecinco in the fourth one although in 2017, after six years of absence because of the thought that the show was spent, was again launched on TVE consisting on a season similar to the beginnings of OT1 also being the more inclusive one on the show's history.

Key words: *Operación Triunfo*, *reality show*, entertainment, stereotypes, reality, TV, TVE, Telecinco

ÍNDICE

1. Introducción.....	1
1.1. Justificación.....	1
1.2. Objetivos.....	2
1.3. Hipótesis.....	3
2. Estado de la cuestión.....	3
2.1. Paleotelevisión.....	4
2.2. Neotelevisión.....	4
2.2.1. <i>Reality show</i>	6
2.2.1.1. <i>Operación Triunfo</i>	7
2.3. Hipertelevisión o Postelevisión.....	8
3. Metodología.....	9
3.1. Análisis cuantitativo.....	12
3.2. Análisis cualitativo.....	15
4. Resultados.....	17
4.1. Análisis cuantitativo: gráficos.....	17
4.1.1. <i>Operación Triunfo</i> (2001-2002).....	17
4.1.1.1. Aspectos formales.....	17
4.1.1.2. Transmisión de estereotipos.....	22
4.1.1.3. Perfil de concursante.....	24
4.1.2. <i>Operación Triunfo</i> 2009.....	29
4.1.2.1. Aspectos formales.....	29
4.1.2.2. Transmisión de estereotipos.....	33
4.1.2.3. Perfil de concursante.....	35
4.1.3. <i>Operación Triunfo</i> (2017-2018).....	39
4.1.3.1. Aspectos formales.....	39
4.1.3.2. Transmisión de estereotipos.....	43
4.1.3.3. Perfil de concursante.....	45
4.2. Análisis cualitativo: contexto informativo.....	49
4.2.1. <i>Operación Triunfo</i> (2001-2002).....	49

4.2.1.1. Transmisión de estereotipos.....	49
4.2.1.2. Perfil de concursante.....	54
4.2.2. <i>Operación Triunfo</i> 2009.....	55
4.2.2.1. Transmisión de estereotipos.....	55
4.2.2.2. Perfil de concursante.....	58
4.2.3. <i>Operación Triunfo</i> (2017-2018).....	59
4.2.3.1. Transmisión de estereotipos.....	59
4.2.3.2. Perfil de concursante.....	60
5. Conclusiones.....	62
6. Bibliografía.....	66
7. Anexos.....	70

1. Introducción

La televisión, y los mensajes que desde ella se elaboran, no dejan a nadie indiferente. Su peso e importancia en la sociedad actual es claramente innegable, y el lugar que la televisión ocupa dentro del ámbito físico del hogar define, estructura y caracteriza al medio televisivo y a sus mensajes codificados como discursos específicos para ser recibidos dentro de un espacio concreto: el del interior mismo de la sociedad. Esto es, el de las casas de los telespectadores. La televisión es uno de los más poderosos medios de información y de movilización de la opinión pública, actúa desde lo más íntimo, desde la privacidad del hogar. Desde esta privacidad los estereotipos, cobran una nueva dimensión, ya que se funden con las percepciones personales que el individuo mantiene acerca de la sociedad y que es, fundamentalmente, el resultado de un complejo equilibrio de poderes (Núñez, 2005).

De los diferentes estudios realizados, se puede establecer que los programas basados en la tele-realidad son sexistas y exámenes más detenidos revelan un enfoque dirigido al público femenino. Algunos críticos están convencidos de que Gran Hermano, Survivor, o La isla VIP representan una tendencia negativa y degenerativa de la programación televisiva, donde la única misión consiste en exponer la intimidad de los concursantes. La humillación y la degradación se convierten en la temática dominante; de hecho, esta intimidad pública, se ha llegado a comparar con la pornografía. Sin embargo, existen otras opiniones, sobre todo en los Estados Unidos, en las que definen el género como un ejemplo de democracia, argumentando que un personaje anónimo, independientemente de su origen, pueda convertirse en un ídolo o un superviviente admirado por la audiencia (Perales, 2011, p. 123).

1.1. Justificación del tema

La televisión destaca por su estrecha relación con lo cotidiano: no sólo es el mejor reproductor de la realidad social, de las personas y sus situaciones, sino que, además, está muy presente en las vidas de mujeres y hombres que conviven con la televisión de manera natural sin cuestionarse los mensajes estereotipados que se elaboran en el discurso televisivo (Núñez, 2005).

Es por eso que, algunos defensores de la “revolución de las comunicaciones” han sostenido que la situación mediática existente, en la que surgen cada día nuevos medios, otorga a las audiencias mayores poderes. Sin embargo, existe una versión contraria que

defiende la manipulación y la explotación comercial a las que están más abiertamente sometidas las audiencias. De esta manera, algunos autores defienden que los consumidores tienen ahora muchas más opciones a su alcance, mientras que otros sostienen que semejante libertad es simplemente engañosa (Buckingham, 2003).

Otra cuestión importante, es que, el público tiende a interpretar la realidad desde su experiencia y entorno antes que practicar una lectura crítica: se trata de un mecanismo de economía de esfuerzo, ya que la televisión provoca una actitud pasiva en el telespectador. La audiencia se implica más en el producto televisivo «sintiéndolo» y dedica escaso tiempo a razonarlo, lo que es una consecuencia directa del juego de poder que se establece en el proceso comunicativo (Núñez, 2005). Maestre (2005) afirma: “Los valores, actitudes, comportamientos, lenguajes, y un largo etcétera de mensajes expresados en la telerrealidad dificulta en gran medida la tarea de maestros, profesores y educadores en general” (p.1).

En este trabajo de investigación, dirigido por la profesora Dunia Etura, se ha analizado la evolución y transmisión de estereotipos a través del estudio del caso de *Operación Triunfo*. Para ello, hemos elegido las ediciones OT 1, OT 7 y OT 9, con el objetivo de seguir su evolución a lo largo del tiempo y a través del visionado de las 49 galas que suman entre las tres ediciones.

Como veremos posteriormente en el apartado ‘Estado de la cuestión’, el estudio presentado aquí no se ha llevado a cabo con anterioridad. Por este motivo, nos parece relevante hacer un seguimiento de la línea evolutiva del programa y descubrir si la situación ha cambiado, si se ha vuelto más inclusiva o exclusiva, en función, entre otras cosas, de la aprobación de las leyes de igualdad.

1.2. Objetivos

Los objetivos que plantea este trabajo de fin de grado son, por un lado, analizar cómo se construyen los estereotipos a través de los *reality shows* y el papel que ocupa la audiencia en la configuración de la programación de sus contenidos. También, estudiar si existe evolución de esos estereotipos y si se desarrolla una actitud legitimadora o sancionadora respecto de los comportamientos estereotipados, a lo largo de la muestra escogida para analizar (OT 1, OT 7 y OT 9). Por último, investigar si esos cambios que se producen tienen reflejo en otros medios de comunicación de referencia como es el caso de *El País*

y *El Mundo*, dos medios elegidos para el análisis por ser referentes en el campo de la comunicación mediática y estar desde el inicio de OT hasta la actualidad.

1.3. Hipótesis

A partir de los objetivos desarrollados se plantean las siguientes hipótesis:

H1: El *reality show* crea estereotipos concretos en los que cada uno de los concursantes se ve representado a través de la construcción de su propia identidad.

H2: Los estereotipos han evolucionado al ritmo de la situación jurídico-social española.

H3: El reflejo de estos cambios en el análisis de *Operación Triunfo*, supone la retroalimentación de otros medios como *El País* y *El Mundo*, que recogen estos cambios para asentar las bases del cambio social y alentar al debate social.

2. Estado de la cuestión

La televisión está considerada como el medio de comunicación que mayores cambios evolutivos ha experimentado desde el punto de vista discursivo, tanto en cuestiones externas -técnicas y tecnológicas-, comunicativas -modos de producción y consumo-, como internas: aspectos de sintaxis narrativa, de géneros, formatos y contenidos. La evolución de las formas, las tecnologías y los contenidos le ha permitido continuar como el medio de comunicación universal más extendido y el que más receptores alcanza, por lo que en la actualidad sigue siendo el mayor productor de relatos. Sin embargo, fueron muchos los que pronosticaron el fin de la televisión con la proliferación de la informática y la expansión de las redes de comunicación y de información (Gordillo, 2009).

De tal manera que a pesar del papel que ocupan en la sociedad contemporánea el ordenador, el MP4, Internet, el portátil, el móvil o la consola, la influencia de la televisión no ha desaparecido, sino que se ha transformado. Así, Inmaculada Gordillo (2009) señala que: “Puede considerarse entonces que los productos televisivos, todavía en la era de las redes de comunicación, ejercen el monopolio del adoctrinamiento visual, a pesar de que los canales habituales van cambiando” (p.13).

Algunos investigadores han considerado tres etapas en la evolución de la televisión. En este trabajo de fin de grado hemos hecho referencia a Inmaculada Gordillo con *La hipertelevisión: géneros y formatos* (2009), Umberto Eco con *Apocalípticos e integrados*

(1973), José Ángel Cortés con *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión* (1999) y Luis Miguel Pedrero con *Los géneros de entretenimiento en la neotelevisión contemporánea* (2008).

2.1. Paleotelevisión

Los primeros años de desarrollo televisivo estuvieron caracterizados por la hegemonía de canales estatales a los que no les preocupaba la franja horaria ni el día de la semana que ocupaba cada programa. Al no existir competencia ni instrumentos para la medición de audiencias, la figura del telespectador no interesaba mucho. En esta etapa los objetivos de la televisión eran informar, formar y entretener. El Estado veía en la televisión una forma de enseñar y por tanto se basaba en un servicio público. La autopromoción apenas existía y la publicidad se limitó a los spots ubicados entre un programa y otro.

El Estado tutelaba la televisión con un sentido racionalizador del tiempo de ocio. Por tanto, las emisiones se circunscribían en una primera época solo a las horas de la noche y alguna de la tarde. Con el tiempo, las programaciones van alargando sus ofertas, pero nunca hasta llegar al *non stop* programático de las veinticuatro horas (Cortés, 1999).

Los géneros más desarrollados eran el informativo -con gran influencia de la radio-, el ficcional -que absorbía elementos de otros modos de representación como el cine y el teatro-, y el entretenimiento con gran presencia de programas musicales, concursos, galas y magazines (Gordillo, 2009).

2.2. Neotelevisión

La segunda etapa de la televisión está marcada por la figura de Umberto Eco, quien define el paso de la paleotelevisión a la neotelevisión en 1983. Además, en la década de los ochenta se potencia la desregulación de la televisión. Esto supuso que la tecnología se abriera paso en el mercado dando lugar a una mayor apertura legislativa (Cortés, 1999).

La televisión sabe que puede determinar los gustos del público sin necesidad de adecuarse excesivamente a él. En régimen de libre competencia, se adapta a la ley de oferta y demanda, pero no respecto al público, sino respecto a los empresarios. Educa al público según los intereses de las firmas anunciantes (Eco, 1973).

La neotelevisión rompe con el modelo monopolístico dando lugar a una mayor cantidad de emisoras y empresas televisivas, lo que a su vez se transforma en una mayor competencia. También hubo una proliferación de canales que llevó a la multiplicación de

horas de televisión lo que se transformó en una mayor apertura en los contenidos. El telespectador pasó a ser una pieza clave en la ecuación comercial de las cadenas y el consumo de la audiencia empezó a determinar el éxito de cada programa. Por otro lado, la publicidad se convirtió en la primera fuente de financiación de la oferta televisiva, tanto en la pública como en la privada. Los protagonistas dejaron de ser exclusivamente personalidades destacadas y reconocidas para ceder sitio al individuo común, que empezaba a exhibir su vida privada (Gordillo, 2009).

Los grandes géneros que se desarrollaron fueron la ficción, la realidad y el entretenimiento. Dentro del entretenimiento en España encontramos:

Los concursos que representan pruebas de habilidades y conocimientos con el aliciente de un premio como hilo argumental. Los hay de dos tipos: los de cultura e inteligencia (*quiz shows*) y los de destreza y espectáculo (*game shows*). Dentro de este último existe una variante llamada *talent show* cuyo principal argumento reside en la demostración de habilidades artísticas de índole musical. Otra variante de los dos subgéneros del concurso son los *call shows*, concursos de llamada telefónica directa.

Los shows se centran en la distracción lúdica del espectador:

- Los eventos presentados por intereses conjuntos de las cadenas y de otras industrias culturales como los certámenes. Aquí incluimos *Miss y Mister España*, *Eurovision* y *Eurojunior*.
- Las producciones con un fin promocional y turístico
- Las producciones con fines benéficos y por razones humanitarias
- La mezcla de humor y música
- La mezcla de ingredientes como la nostalgia, la emoción, la broma, la magia y los experimentos científicos

El humor muchas veces resulta complementario de otros géneros, pero también tiene sus propios espacios en las parodias, las imitaciones y los gags. Por otro lado, los que tienen carácter satírico dentro de una estructura de programa convencional informativo. También, los que escenifican la comedia en vivo como *El Club de la Comedia*. Por último, los que son un collage de recortes de otros programas.

El origen de los *talk shows* proviene de los años 50 con los *magazines*, este formato se apoya en el ingenio, la intuición y la personalidad del presentador que sirve de gancho

para atraer a la audiencia y a la vez logra extraer lo mejor de cada persona invitada al programa, basado en entrevistas. De esta manera, Pedrero (2008) señala que “el aterrizaje de este subgénero en España se vincula al influjo generado por los *reality shows*, que se deslizaron en los noventa por televisiones públicas y privadas bajo la consigna del morbo como coartada para el espectáculo” (p. 46).

El *docu show* es el género televisivo de entretenimiento más joven y su desarrollo también tuvo que ver con la aparición del *reality show*, una mezcla de ficción y de realidad. Luis Miguel Pedrero describe cuatro variables diferenciadas:

- Las de encierro-convivencia, un ejemplo es Gran Hermano (Telecinco: 2000)
- Las de formación-superación, un ejemplo es *Operación Triunfo* (La 1: 2001-2004, Telecinco: 2005-2011, La 1:2017-actualidad)
- Las de supervivencia-humillación, un ejemplo es Supervivientes: Expedición Robinson (Telecinco: 2000-2001); La Isla de los Famos.O.S. (Antena 3: 2003-2005); Aventura en África (Antena 3:2005); Perdidos en el Caribe (Telecinco:2006); Perdidos en Honduras (Telecinco: 2007-2009); Perdidos en Nicaragua (Telecinco: 2010); y Perdidos en Honduras (Telecinco: 2011-2019).
- Las de coaching-utilidad, un ejemplo es Cambio Radical

2.2.1. Reality show

Los inicios del género vinieron ya de la mano de la radio sin embargo hay varios momentos puntuales que representan su evolución. En 1973 la televisión pública estadounidense sacó a la luz *An american family*, programa marcado por un seguimiento diario durante nueve meses, además salieron cuestiones como la homosexualidad. Diecinueve años después, MTV apostó por *The real world*, donde por primera vez se eligen personas anónimas como concursantes. Cinco años después, la productora sueca Strix lanzó al mercado *Expedition Robinson*, formato que pasaría a llamarse en España Supervivientes. Sin embargo, el punto clave del nacimiento del reality estuvo en *Big Brother*, programa por el que apostó la empresa holandesa Endemol en 1999, inspirado en la novela de 1984 escrita por George Orwell. De aquí partió Gran Hermano desarrollado en el año 2000 en España y es donde comienza el boom de los *reality shows*. A pesar del éxito de Telecinco, la cadena dueña del programa, que consiguió el *rating* más importante de la historia, los sectores conservadores y más tarde los intelectuales y

los educadores criticaron el daño que podía ocasionar en la sociedad la difusión masiva de comportamientos, actitudes y lenguaje no deseables (Maestre, 2005).

Según Daniel Maestre Delgado y teniendo en cuenta las consideraciones de otros autores como Enrique Guerrero, las características principales del *reality show* son: la ficción no escrita o *non scripted*, el voyerismo inducido a hurgar en vidas ajenas, el morbo, la apariencia de realidad, la competición, la interacción con la audiencia, la falta de privacidad, el componente de encierro y los concursantes como personas anónimas.

Con el auge del *reality show* se acentúa una proliferación de estereotipos con valor negativo, definidos por Galán (2007) como: “una imagen generalizada o aceptada comúnmente por un grupo –sobre otras personas o grupos–, que se transfiere en el tiempo, pudiendo llegar a adquirir la categoría de verdad indiscutible” (p. 230).

En este momento de controversia de valores es cuando nace *Operación Triunfo* en el 2001, un producto *made in Spain*, impulsado por la productora Getsmusic, quién introdujo los conceptos de superación personal y la oportunidad de éxito, en contraposición con las críticas a Gran Hermano. Sin embargo, no se olvidaron de la fórmula: encierro + concurso + interactividad = morbo (Maestre, 2005).

2.2.1.2. Operación Triunfo

Blanco Maldonado (como se citó en López, 2018, p.35) explicó que entre 1960 y 1970 ya existían programas dedicados a buscar nuestro representante en Eurovisión o cantantes desconocidos hasta el momento como Pasaporte a Dublín (1970) o, ya en los años 90, Lluvia de estrellas, donde apareció por primera vez el ahora conocido David Civera. Uno de los programas más conocidos durante la última década del siglo XX era Séptimo de Caballería, presentado por Miguel Bosé, que estuvo en emisión entre los años 1998 y 1999. Pero durante estos años, los programas sobre música ya comenzaban a escasear en la parrilla televisiva: este género televisivo necesitaba reinventarse para lograr hacerse un hueco en la audiencia ya que empezaban a dejar de interesar este tipo de programas porque la cultura no daba dinero.

Operación Triunfo nació en 2001 con la idea de crear un formato que combinara un concurso con contenidos musicales con un *reality show*, ya que estaban en alza con la aparición de Gran Hermano y, a la vez, desarrollara una estrategia multimedia. Así pues,

este programa está considerado como una mezcla del género documental, el género musical, el concurso y la participación de la audiencia. (López, 2018, p.35)

Operación Triunfo se convirtió en el *killer format* de la televisión pública, revulsivo que convulsionó las parrillas de programación y el contenido de las cadenas competidoras. Además, TVE 1 siguió la misma estrategia que Telecinco con *Gran Hermano*, alimentó su parrilla con los contenidos de *Operación Triunfo*, de esta manera surgieron varios “programas satélites”¹ (Guerrero, 2010).

Más adelante analizaremos este formato y sus características en mayor profundidad, ya que es el objeto de estudio de este trabajo de fin de grado y la vía a través de la cual estudiaremos la evolución y transmisión de los estereotipos en los *reality shows*.

2.3. Hipertelevisión o Postelevisión

Como hemos visto, la primera generación de la televisión llamada paleotelevisión comenzó en los años cincuenta. La segunda generación fue la neotelevisión desarrollada a finales de los años ochenta. Con el cambio de siglo surge la tercera generación, acuñada como hipertelevisión.

El término deriva de los elementos de la sociedad contemporánea asumidos por Gilles Lipovetsky en *Los tiempos hipermodernos*, (como se citó en Gordillo, 2009, p.13) expresa que "algunos indicios permiten pensar que hemos entrado en la era de lo 'hiper', caracterizada por el hiperconsumo, tercera fase del consumo, la hipermodernidad, continuación de la posmodernidad, y el hipernarcisismo". El prefijo hiper, además, implica un acompañamiento con muchos elementos de la sociedad que se desarrolla en la primera década del siglo XXI: "hipercapitalismo, hiperclase, hiperpotencia, hiperterrorismo, hiperindividualismo, hipermercado, hipertexto, ¿habrá algo que no sea hiper? ¿Habrà algo que no revele una modernidad elevada a la enésima potencia?".

En este momento es cuando se produce la exageración de los estilos ya existentes y la acumulación de las tendencias esenciales. En la hipertelevisión lo viejo y lo nuevo converge, apenas hay fronteras diferenciales entre los géneros.

Algunos hipergéneros de la televisión contemporánea, sobre todo los informativos, docudramas, y también algunas variedades del entretenimiento (magacines diurnos, *late*

¹ Programa satélite: espacio televisivo que se construye en base a la oferta de contenido de un programa central que actúa de órbita sobre toda la parrilla de la cadena.

shows y retransmisiones) ofrecen un verdadero culto al presente, a la emisión en directo y a la conexión con la más estricta actualidad. El tratamiento y la representación del tiempo sufren entonces una verdadera revolución, con programas que se emiten en directo las 24 horas del día (Gordillo, 2009, p. 17).

Las nuevas textualidades televisivas con sus multipantallas, relatos transmediáticos y multiplicación de los programas narrativos, serían impensables si en la última década millones de usuarios no hubieran vivido experiencias hipertextuales. La hipertelevisión les está hablando a ellos, a los hiperlectores, a los videojugadores, a los televidentes formados en la navegación dentro de entornos interactivos (Scolari, 2008, p. 7).

Gilder (1992), Verón (2001) y Missika (2006) (como se citó en Scolari, 2008, p.7) señalan que “es posible que no estemos asistiendo a la muerte de la televisión sino a la rearticulación de su rol vertebrador de la sociedad”.

3. Metodología

Los estereotipos organizan nuestro conocimiento y al mismo tiempo limitan nuestro modo de ver el mundo ya de por sí limitado. Un estereotipo, al categorizar y describir a un grupo, es predominantemente evaluativo. El estereotipo funciona como imágenes en nuestra mente que mediatizan nuestra relación con lo real. Son representaciones cristalizadas, esquemas culturales preexistentes que actúan como filtros. Estas imágenes son indispensables para la vida social. Uno necesita anclar cualquier conocimiento nuevo en algo ya conocido (Gamarnik, 2009).

Los medios de comunicación saben emplear y modificar, con gran acierto, los estereotipos, con la finalidad de hacerlos reconocibles para el mayor número de personas. Así, la televisión se ha convertido en una de las fuentes de información más importantes de la actualidad y en uno de los medios más eficaces para dar a conocer el entorno y al mismo tiempo influir sobre la imagen que tienen las personas de sí mismas (Galán, 2006).

Los medios son hoy un espacio privilegiado de legitimación social y simbólica, ya que no hay ningún otro recurso comunicativo capaz de generar tal diversidad de textos como lo hacen hoy los medios de masas. Su poder es simbólico, ya que transmite pensamiento, valores y pautas de conducta. A veces son uniformadores de opinión y otras veces favorecen disidencias ideológicas dentro del pensamiento dominante. En cualquier caso,

no son neutros, influyen en la interpretación que hacemos de la realidad y en cómo actuamos sobre ella. (Bernárdez, 2015, p. 59)

De esta manera, hemos querido analizar cómo se representa la evolución y la transmisión de estereotipos en la televisión a través de los *realities show* mediante el estudio de *Operación Triunfo*, uno de los programas que ha supuesto una mayor referencia y seguimiento por parte de la audiencia desde su creación en 2001, hasta la actualidad. Por su contenido, es considerado una mezcla entre *docu show*, género televisivo definido por Guerrero (2010) como: “un espectáculo de telerrealidad producido mediante el empleo de recursos como la grabación constante del acontecimiento, propio del documental, para después narrarlo como una historia dramática” (p. 134) y *reality game*, contenido híbrido que combina el concurso con la telerrealidad. Tanto el *reality game* como el *docu show* son una variante del *reality show*, género de entretenimiento que marcó el inicio de una nueva etapa en el 2000 con el estreno de *Gran Hermano* y también delimitó las estrategias de producción y de programación de los años siguientes.

Televisión Española decidió apostar por el *reality game* desde una perspectiva más apropiada para una cadena pública: la promoción del talento artístico. El formato de *Operación Triunfo* fue producido para TVE por Gestmusic Endemol. La fórmula del éxito surgió de la combinación de elementos del *reality show*, el concurso y el musical. De esta forma, toma del *reality* la idea de reunir a un grupo de jóvenes en un recinto – una academia en este caso – bajo la vigilancia permanente de las cámaras; del concurso incorpora la mecánica de la competición y el premio como recompensa; y del musical extrae el contenido (Guerrero, 2010).

La muestra escogida la dividimos en tres etapas: la primera edición (2001-2002), la séptima (2009) y la novena (2017-2018). Hemos escogido esta franja temporal para poder analizar de una manera más amplia la evolución que ha sufrido el programa a lo largo de su recorrido, cuando irrumpió como un fenómeno televisivo en 2001, el ecuador de su desarrollo en 2009 y cuando en 2017 volvió a emitirse en La 1 transcurridos dieciséis años desde su primera emisión y seis desde su última edición en Telecinco. A su vez, hemos tenido que acotar la muestra de estudio a tres ediciones ya que en este trabajo de fin de grado sería inabarcable, desde un punto de vista temporal, analizar todas las ediciones del programa.

En la actualidad, creamos estereotipos a partir de determinadas categorías como la raza, la orientación sexual, el aspecto físico, la clase económica, profesional, el sexo y el género. Como creencias generalizadas que son, actúan a dos niveles: el racional y el afectivo, siendo un caso paradigmático en el que el pensamiento prejuicioso aparece como la consecuencia lógica de un pensamiento racional sobre el mundo. Por otro lado, el desarrollo del marco legislativo español ha sido clave en el avance hacia la igualdad y en la transformación de roles y estereotipos de género (Bernárdez, 2015).

En cuanto a la investigación realizada, primero hemos elaborado un análisis cuantitativo a través de la creación de dos tablas de codificación de elaboración propia que examinan diversos aspectos sobre los estereotipos y, a continuación, un análisis cualitativo sobre el tratamiento y la evolución de los mismos en el programa *Operación Triunfo*. De una manera complementaria, se ha realizado el seguimiento de los contenidos publicados por los periódicos *El Mundo* y *El País* durante la emisión de las tres ediciones escogidas, para analizar la repercusión de los comportamientos estereotipados en ambos medios. El motivo por el que hemos elegido estos dos medios y no otros se sustenta en que han existido desde la creación de este programa de entretenimiento hasta la actualidad, además de ser dos referentes mediáticos a nivel nacional y de tener una línea editorial divergente. Según los datos recogidos por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), actualmente *El País* alcanza 1.011 lectores diarios en soporte papel, solo está por detrás de *El Marca*, un periódico deportivo que cuenta con 1.744. *El Mundo* tiene 687 lectores diarios, es el cuarto periódico español más leído después de los citados anteriormente y de *El As*, otro diario deportivo que cuenta con 854 y se encuentra en tercera posición. Por lo tanto, *El País* es el diario generalista más leído en España en soporte papel, perteneciente a PRISA, el mayor grupo mediático español. Por otro lado, *El Mundo* es el segundo diario generalista más leído en España, perteneciente a Unidad Editorial. A pesar de la progresiva bajada que se ha producido del número de lectores de diarios en papel según el Estudio General de Medios (EGM), *El País* se ha mantenido en segunda posición durante 2001 con un 4,3% de lectores, 2009 con un 5,3% y 2017 con un 2,7%. Lo mismo ha pasado con *El Mundo*, que se ha mantenido en cuarta posición con un 2,7 % de lectores en 2001, 3,3% en 2009 y 1,7% en 2017. Por otro lado, según el informe del período Octubre-noviembre realizado por EGM en 2001, 2009 y 2017, *elpais.com* ha conservado una segunda posición entre los sitios web más visitados en Internet. Sin embargo, según el informe comScore MMx Multiplataforma España sobre

datos de enero de 2017, El mundo.es ocupaba el primer puesto en usuarios únicos con 16,4 millones, seguido de Elpais.com con 15,3. Comscore es una compañía de investigación de marketing en Internet que se encarga de estudiar el comportamiento en línea.

3.1. Análisis cuantitativo

En este trabajo de fin de grado hemos visionado los *castings* de los concursantes de *Operación Triunfo* realizados en 2001, 2009 y 2017, junto a las 49 galas de dos horas y media, tres en algunos casos, para establecer una muestra de clasificación de estereotipos. Según Gómez (2000): “El análisis de contenido es un método que busca descubrir la significación de un mensaje, (...). Consiste en clasificar y/o codificar los diversos elementos de un mensaje en categorías con el fin de hacer aparecer de la mejor manera el sentido” (p.2).

El primer punto de la primera tabla hace referencia a los ‘Aspectos formales’ de cada gala dentro de la estructura del programa de entretenimiento. En esta sección, se recogen cuestiones que tienen que ver con la localización de los contenidos como el año (2001-2002, 2009, 2017-2018), el número de edición (OT 1, OT 7, OT 9), el número de gala, la duración, el canal, la productora, la producción, la redacción, la realización, la idea original y la cadena de emisión (TVE o Telecinco). Dentro de este apartado hemos estudiado los contenidos que forman parte de cada edición en base a un criterio de cuantificación por sexo, así hemos estudiado y comparado el número de presentadores y presentadoras que han conducido el programa en cada edición de la muestra escogida (2001-2002, 2009 y 2017-2018). Además, hemos estudiado la popularidad de mujeres y hombres a través de la contabilidad de los concursantes más votados por el público en cada edición, con el consiguiente seguimiento del favorito o favorita del público. También hemos considerado importante el porcentaje de hombres y mujeres que han sido nominados en cada edición y el número de mujeres y hombres que han formado parte del jurado y del profesorado en cada temporada. Hemos establecido estas variables con el fin de conocer una primera muestra de la situación y la evolución de los estereotipos desde OT 1 (2001-2002), pasando por OT 7, hasta OT 9 (2017-2018), más adelante profundizaremos en cada uno de estos aspectos desde una perspectiva cualitativa.

Para analizar los estereotipos verbales nos hemos planteado las siguientes preguntas: ‘Quién habla’, ‘Qué dice’, ‘A quién se lo dice’, ‘Por qué’, ‘Con qué actitud’, ‘Cuándo lo dice’ y el “Comportamiento estereotipado” que supone. Con este segundo apartado sobre

‘Transmisión de estereotipos’ hemos querido contabilizar cuáles son los comportamientos estereotipados que más se reproducen por edición, cuál de los dos tipos de actitud con las que se pueden hacer los comentarios sobresale (legitimadora/sancionadora) y, por último, quién reproduce más estereotipos, si hombres o mujeres, según las intervenciones que hacen. Sin embargo, en este caso se trata de variables abiertas, que analizaremos más adelante desde un enfoque cualitativo (Galán, 2006).

La segunda tabla de codificación se centra en el ‘Perfil de concursante’, para ello se divide en las siguientes secciones: edición, nombre, edad, cualidades físicas, estereotipo, sexo, género, orientación sexual y nacionalidad. Lo que hemos querido estudiar a través de los indicadores de esta última tabla, en primer lugar, ha sido la localización del concursante, enfocándole en la edición OT 1, OT 7 y OT 9. Luego, hemos querido establecer la edad promedio de concursante, para ello hemos sacado el porcentaje de la comparación de las edades de todo el grupo y cuantificando cifras. Por otro lado, hemos analizado qué cualidades físicas son las que predominan en el pase de *casting*, considerando el atractivo de los hombres según su fuerza, robustez y vigorosidad, y el de las mujeres por su cuerpo delicado, frágil y ligero (Colás y Villaciervos, 2007). También cuales son los estereotipos predominantes, teniendo en cuenta que las mujeres son consideradas emotivas, pasivas, dependientes, tiernas, subjetivas, comunicativas y los hombres, racionales, dominantes, agresivos, competitivos, fuertes, con frialdad y objetividad (Blazquez, Flores y Ríos, 2012). Hemos estudiado si hay más concursantes mujeres que hombres, más concursantes heteros que homosexuales, más personas *cis* que *trans* concursando, además hemos querido reflejar que lugar aparece más representado, a través del *casting* de los concursantes, para analizar si existe alguna evolución y transmisión de los estereotipos de raza o etnia. Así, hemos analizado los estereotipos que se forman en la actualidad a través de categorías como la raza, la orientación sexual, el sexo y el género (Bernárdez, 2015).

Aspectos formales					
Año	2001	2002	2009	2017	2018
Número de edición	OT 1 (2001-2002)		OT 7 (2009)	OT 9 (2017-2018)	

Número de gala		
Duración		
Canal		
Productora	Gestmusic Endemol S.A.U.	
Producción		
Redacción		
Realización		
Idea Original		
Cadena de emisión	Telecinco	TVE
Presentador		
Los más populares votados por el público		
Favorito del público		
Salvado por los profesores		
Salvado por los compañeros		
Nominados		
Expulsado		
Salvado		
Invitado / Visita		
Sorpresa		
Jurado / Cargo		
Profesores / Cargo		
Canción / Concurante		
Transmisión de los estereotipos		
¿Quién habla?		
¿Qué dice?		
¿A quién se lo dice?		
¿Por qué?		
¿Con qué actitud?		
¿Cuándo lo dice?		

Comportamiento estereotipado	
------------------------------	--

Tabla 1: Tabla de codificación de elaboración propia

Perfil de concursante			
Edición	2001-2002	2009	2017-2018
Nombre			
Edad			
Cualidades físicas			
Estereotipo			
Sexo			
Género			
Orientación sexual			
Nacionalidad			

Tabla 2: Tabla de codificación de elaboración propia

3.2. Análisis cualitativo

Tras realizar el análisis cuantitativo, consideramos interesante hacer un análisis cualitativo estudiando la presencia de estereotipos en los *castings* y en las 49 galas visionadas dentro de los tres periodos elegidos para la muestra (2001-2002, 2009 y 2017-2018). Así, estudiamos el perfil de concursante elegido para entrar a la academia de *Operación Triunfo*, el tratamiento que se le da a los estereotipos tanto a través de la visualización de las galas del programa, como en el seguimiento de las publicaciones de *El País* y *El Mundo* y como se produce la transmisión de estereotipos, además de si se sancionan o no las actitudes de los comportamientos estereotipados y analizamos si son buenas o malas en función de si ayudan a corregir la transmisión y evolución del estereotipo negativo o por el contrario lo perpetúan.

Consideramos importante llevar a cabo un análisis cualitativo porque creímos que a través del cuantitativo quedaban sin resolver algunos aspectos sobre la evolución en el tratamiento de los estereotipos.

Este enfoque se caracteriza por ser descriptivo, inductivo, holístico, fenomenológico, estructural-sistémico y ante todo flexible, destaca más la validez que la replicabilidad,

trata ante todo de identificar la naturaleza profunda de las realidades y su estructura dinámica; Sin embargo, lo cualitativo como un todo integrado no se opone a lo cuantitativo, al que considera solo como un aspecto, que lo implica e integra donde sea necesario (Mesias, 2010, p.2).

Recogemos la ‘Transmisión de estereotipos’ de cada gala y hacemos referencia a ‘Quién habla’, ‘Qué dice’, ‘A quién se lo dice’, ‘Por qué’, ‘Con qué actitud’, ‘Cuándo lo dice’ y el “Comportamiento estereotipado” que supone. De este modo, tendremos una información precisa de qué se dice, cómo se dice, en qué situación, por qué se dice, quién lo dice y a quién se dirige el comentario. También sabremos si la persona de la que se habla está presente o no y qué personajes pronuncian determinadas frases o términos despectivos, pudiendo extraer de este modo una clasificación de los estereotipos más frecuentes y hacia quiénes van dirigidos (Galán, 2006). Respecto al comportamiento estereotipado que se genera de los comentarios de cada intervención establecemos una serie de categorías en respuesta a las variables propuestas antes por Colás y Villaciervos, Blázquez, Flores y Ríos y Bernárdez. Así identificamos los micromachismos dentro del aspecto de género al que se refiere Bernárdez, entre los que incluimos la idea de la mujer frágil, la infravaloración e invisibilización del logro de la mujer, los piropos, un prototipo de comportamiento femenino, un prototipo de cuerpo femenino perfecto y la masculinidad del hombre². Por otro lado, respecto a las cualidades físicas a las que hacen referencia Colás y Villaciervos y otra vez el tema del género, establecemos la cosificación del cuerpo de la mujer como categoría de comportamiento estereotipado. La preocupación por la imagen es otra categoría que hace referencia al aspecto físico para triunfar. La ridiculización del colectivo LGTB+ y los comentarios dirigidos a la etnia, son categorías que dan respuesta a los estereotipos de orientación sexual, género y raza propuestos por Bernárdez (2015). Por último, incluimos el prejuicio sobre la edad, una variable mencionada por Galán (2006) para la elaboración de la identificación de los concursantes.

² La masculinidad del hombre o masculinidad heteronormativa hace referencia a las características que debe cumplir el hombre según el modelo heteronormativo considerado como el más correcto dentro de la sociedad. El modelo heteronormativo es el del hombre que se identifica con su sexo biológico asignado al nacer y que además no presenta una orientación sexual diversa.

4. Resultados

Tras el visionado de las 49 galas seleccionadas de *Operación Triunfo* de dos horas y media cada una, en algunos casos incluso tres horas (17 en la edición 2001-2002, 15 en la edición de 2009 y 17 en la edición de 2017-2018) en su mayoría a través del sitio web de Youtube y en el caso concreto de la Gala de Navidad de 2001 en la plataforma online de vídeos Dailymotion, se ha procedido a su análisis cuantitativo y cualitativo para poder establecer una comparativa y extraer una serie de conclusiones.

4.1. Análisis cuantitativo: gráficos.

Para el estudio de la evolución y la transmisión de estereotipos en el caso de *Operación Triunfo* se ha hecho un análisis cuantitativo elaborando una serie de gráficos en torno a los ‘Aspectos formales’ y la ‘Transmisión de estereotipos’ (Ver tabla 1 incluida en anexos), así como al ‘Perfil de concursante’ (Ver tabla 2 incluida en anexos) aplicando los datos extraídos a partir de las tablas completadas. Hemos elaborado una tabla para cada gala y otra para cada *casting* de cada edición escogida en la muestra de estudio (OT 1, OT 7 y OT 9) y en el apartado ‘Anexos’ se incluyen las 49 tablas de las galas con el correspondiente análisis de *casting* de cada una de las tres ediciones.

4.1.1. *Operación Triunfo* (2001-2002)

4.1.1.1. Aspectos formales.

En cuanto a los ‘Aspectos formales’, tras indicar el año (2001-2002), el número de edición (OT 1) y el número de gala, así como la duración, el canal mediante el cual hemos podido visionar la gala, la productora, la producción, la redacción, la realización, la idea original, la cadena de emisión (en este caso TVE), nos fijamos en primer lugar en que el presentador del programa es un hombre (Carlos Lozano). Dentro de este apartado hemos estudiado los contenidos haciendo hincapié en la distinción por sexo, analizando así la representación que han tenido mujeres y hombres durante *Operación Triunfo* 1 a través de cuatro variables: profesorado, jurado, nominaciones y concursantes más populares.

Con respecto al profesorado, en la edición OT 1 existe una mayoría de hombres que han impartido clases con el 62%, frente a un 38% de mujeres. Las 8 personas que participaron como profesorado fueron: Ángel Llácer (interpretación), Manu Guix (talleres de estilo y dirección coral), Helen Rowson (profesora de técnica vocal y de coros), Nestor Serra

(profesor de educación física), Mayte Marcos (asistente de coreografía), Javier Castillo (coreógrafo), Lawrence de Maeyer (departamento de danza y expresión corporal) y Nina (directora de la academia).

Gráfico 1: Representación de los profesores de la academia de *Operación Triunfo 1* por sexo.

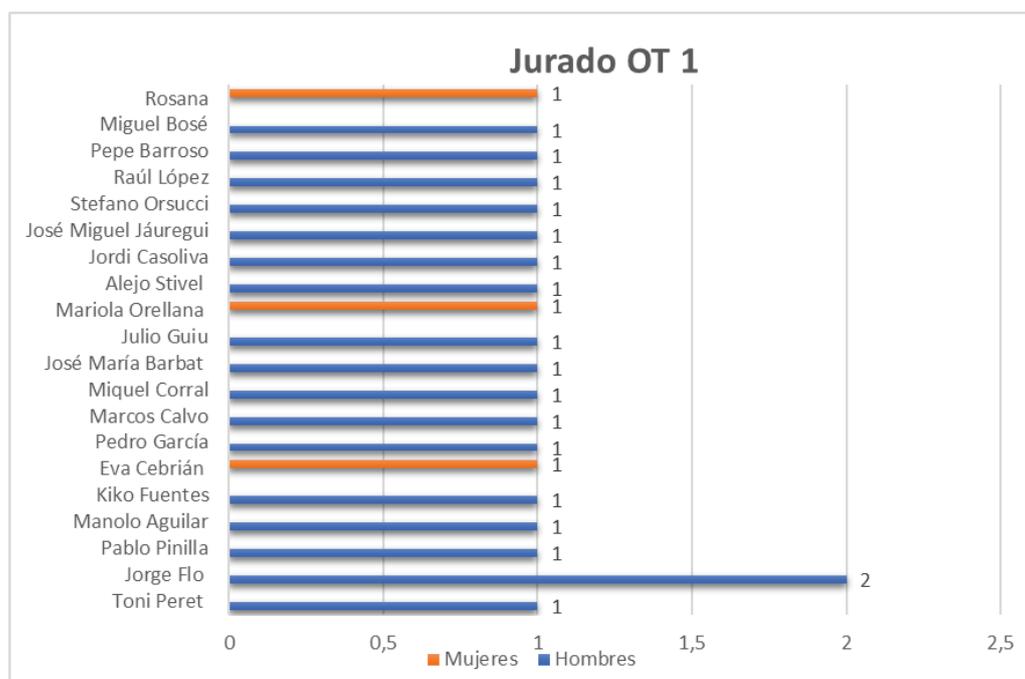


Fuente: elaboración propia.

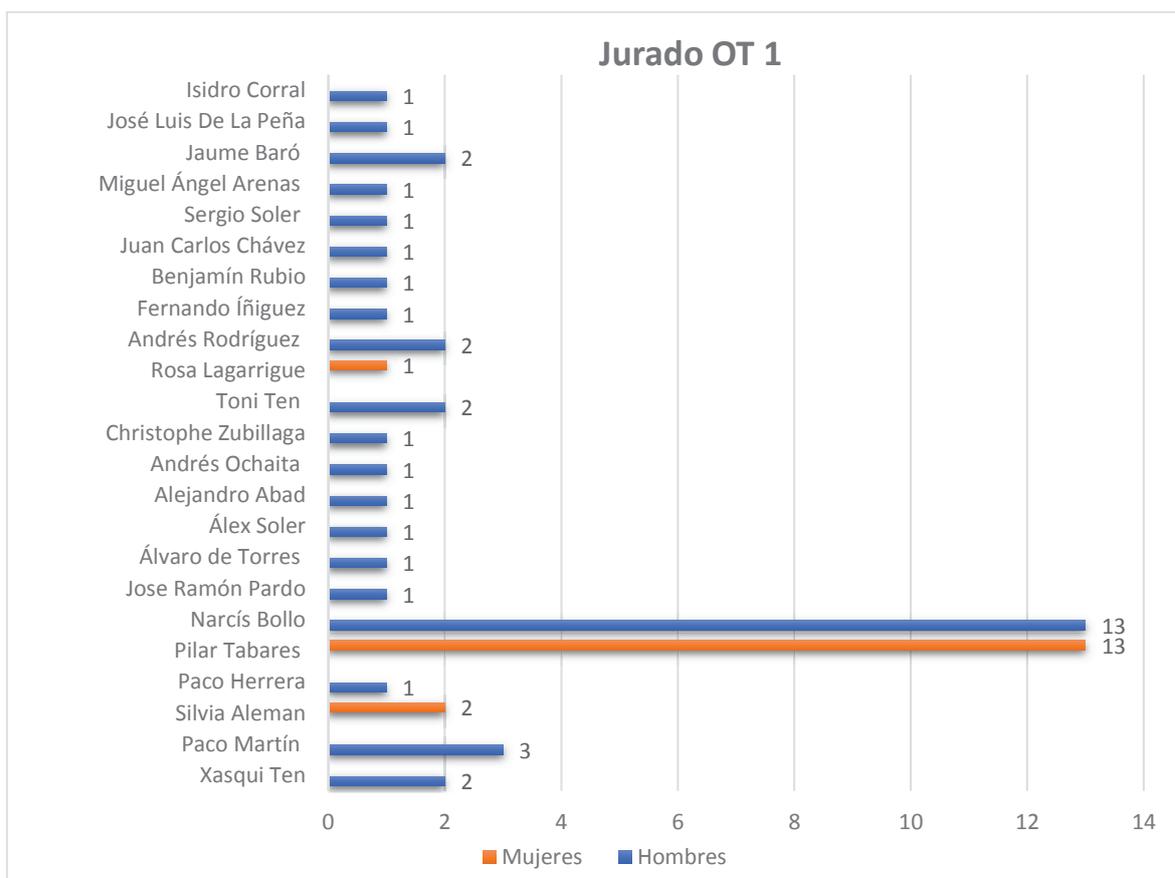
El jurado de *Operación Triunfo 1* estuvo conformado por 43 personas, contando con la colaboración de Narcís Bollo (Consejero Delegado de Vale Music) y de Pilar Tabares (directora de programas musicales de TVE) en todas las galas donde el jurado podía emitir su valoración, 13 de 17 en total. El resto de profesionales que formaron parte del jurado rotaron cada semana: Xasqui Ten (Productor discográfico) con 2 apariciones, Paco Martín (director artístico de BMG-Ariola) con 3 apariciones, Silvia Aleman (directora de la revista Superpop) con 2 apariciones, Paco Herrera (director de Canal Dial) con 1 aparición, Jose Ramón Pardo (Crítico musical) con 1 aparición, Álvaro de Torres (presidente de la editorial Warner Chappel) con 1 aparición, Álex Soler (Productor discográfico) con 1 aparición, Alejandro Abad (Productor y compositor) con 1 aparición, Andrés Ochaita (presidente de ZOMBA) con 1 aparición, Christophe Zubillaga (director creativo EMI MUSIC PUBLISHING) con 1 aparición, Toni Ten (Productor discográfico) con 2 apariciones, Rosa Lagarrigue (representante artística) con 1 aparición, Andrés Rodríguez (director de la revista “Rolling Stone”) con 2 apariciones, Fernando Íñiguez (periodista musical) con 1 aparición, Benjamín Rubio (director comercial del CD de “*Operación Triunfo*”) con 1 aparición, Juan Carlos Chávez (subdirector de “Cadena Dial”) con 1 aparición, Sergio Soler (Productor discográfico) con 1 aparición, Miguel

Ángel Arenas (Productor discográfico) con 1 aparición, Jaume Baró (director de 40 Principales) con 2 apariciones, José Luis De La Peña (director de Mercury (Universal)) con 1 aparición, Isidro Corral (director de FNAC de España) con 1 aparición, Toni Peret (Productor y Dis-jockey) con 1 aparición, Jorge Flo (director de Cadenas Musicales de la SER) con 2 apariciones, Pablo Pinilla (Productor musical) con 1 aparición, Manolo Aguilar (Productor discográfico) con 1 aparición, Kiko Fuentes (director general de “WARNER”) con 1 aparición, Eva Cebrián (directora de Música Digital del Grupom PRISA) con 1 aparición, Pedro García (director de Marketing de discos de “El Corte Inglés”) con 1 aparición, Marcos Calvo (Promotor de conciertos) con 1 aparición, Miquel Corral (subdirector de los 40 Principales) con 1 aparición, José María Barbat (director internacional de MBG – Ariola) con 1 aparición, Julio Guiu (presidente Editorial CLIPPER’S) con 1 aparición, Mariola Orellana (Manager de artistas) con 1 aparición, Alejo Stivel (Productor discográfico) con 1 aparición, Jordi Casoliva (Cadena 100) con 1 aparición, José Miguel Jáuregui (director de Programas Musicales de Canal +) con 1 aparición, Stefano Orsucci (director editorial MTV España) con 1 aparición, Raúl López (director general de COLUMBIA) con 1 aparición, Pepe Barroso (Pep’s Records) con 1 aparición, Miguel Bosé (Músico, cantante y actor) con 1 aparición y Rosana (Cantautora) con 1 aparición.

Gráfico 2: Representación de las apariciones del jurado de *Operación Triunfo* 1 por gala y por sexo.



Fuente: elaboración propia.

Gráfico 3: Representación de las apariciones del jurado de *Operación Triunfo* 1 por gala y por sexo.

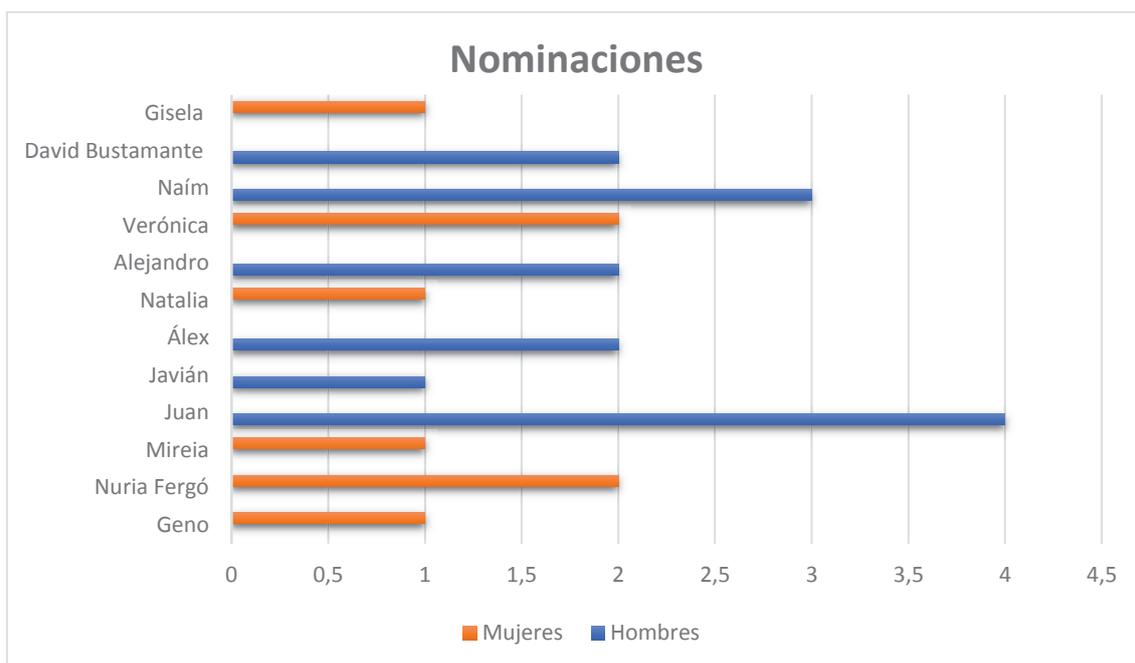
Fuente: elaboración propia.

En total fueron 30 hombres y 5 mujeres que participaron 1 vez como jurado en esta edición, 5 hombres y 1 mujer que participaron 2 veces, Paco Martín que participó tres veces como jurado y Pilar Tabares y Narcís Bollo que participaron 13 veces. Así, de 43 personas que ejercieron como jurado, 37 fueron hombres en OT 1.

Después de analizar la representación que han tenido mujeres y hombres dentro del profesorado y del jurado de *Operación Triunfo* 1 nos toca hablar de las nominaciones. Juan fue el concursante más nominado de la edición con 4 veces, Naím salió nominado 3 veces. David Bustamante, Alejandro, Álex, Verónica y Nuria Fergó alcanzaron las 2 nominaciones. Por último, quienes solo obtuvieron 1 nominación fueron Javián, Gisela, Natalia, Mireia y Geno.

De estos datos se deduce que los chicos de *Operación Triunfo* fueron nominados más veces que las chicas. Así, entre todos los chicos juntaron 14 nominaciones y las chicas 8. Por otro lado, fueron nominados 6 chicos y 6 chicas a lo largo de esta edición.

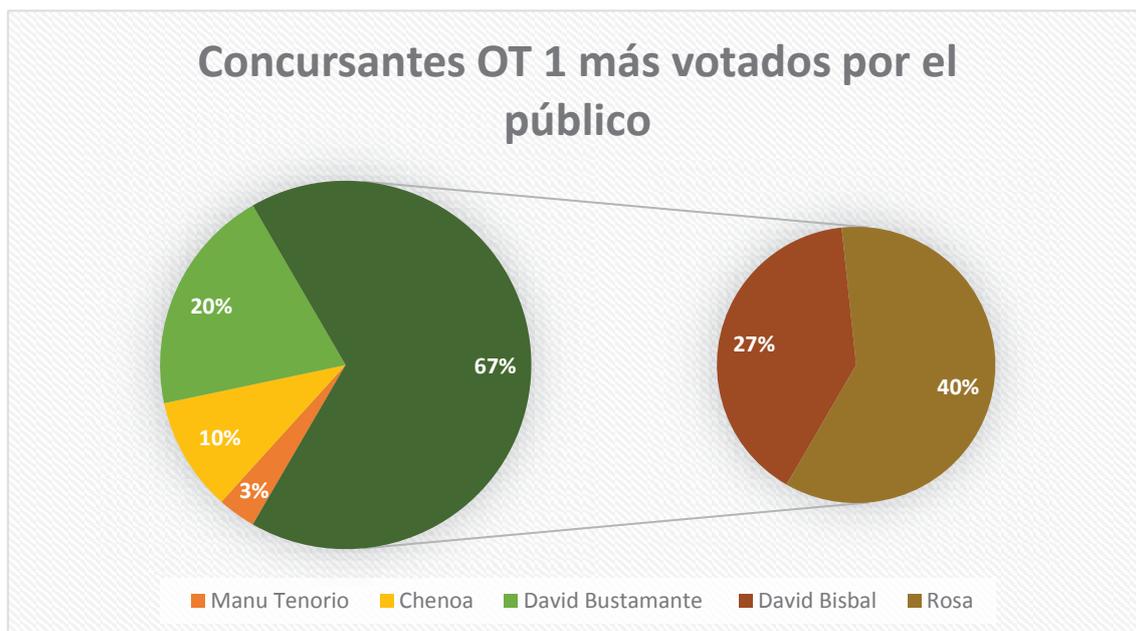
Gráfico 4: Representación de las nominaciones de OT 1 por distinción de sexo.



Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, la concursante más apoyada por el público fue Rosa con un 40% de los votos, el segundo fue David Bisbal con un 27%, en tercera posición les siguió David Bustamante con un 20%, en cuarta posición quedó Chenoa con un 10% de apoyo por parte de la audiencia y en quinta posición Manu Tenorio con un 3%. A la vista de los resultados, el sector masculino obtuvo más apoyo que el femenino a lo largo de toda la edición, sin embargo, fue Rosa quién se llevó casi la mitad de los votos de popularidad del público semana tras semana.

Gráfico 5: Representación de los concursantes más populares y los favoritos del público de OT 1.



4.1.1.2. Transmisión de estereotipos

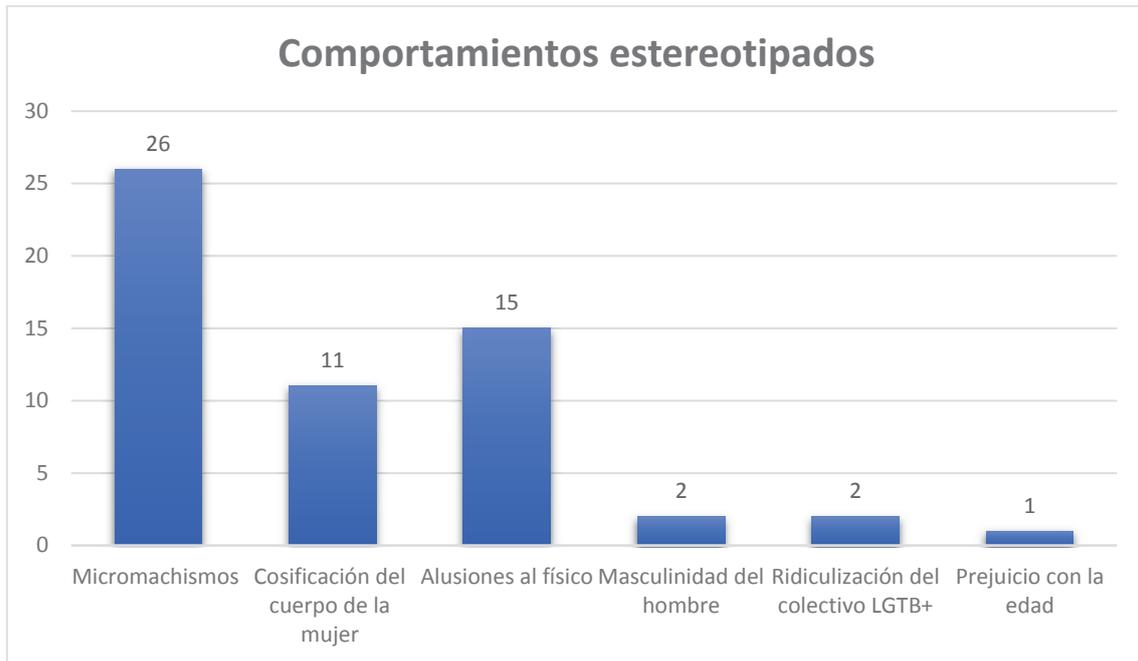
En cuanto a la ‘Transmisión de estereotipos’ hemos analizado los contenidos a través de tres variables³: cuáles son los comportamientos estereotipados que más se reproducen por edición, cuál de los dos tipos de actitud con las que se pueden hacer los comentarios sobresale (buena/mala) y, por último, quién reproduce más estereotipos, si hombres o mujeres, según las intervenciones que hacen.

Con respecto a los comportamientos estereotipados, se produjeron 26 comentarios relacionados con micromachismos⁴, 11 relacionados con la cosificación del cuerpo de las mujeres, 15 alusiones al físico, 2 comentarios relacionados con la masculinidad del hombre y la ridiculización del colectivo LGTB+ y 1 comentario referido al prejuicio con la edad.

³ Los estereotipos se estudiarán con mayor profundidad en el análisis cualitativo, como ya hemos advertido en el epígrafe sobre metodología.

⁴ Los micromachismos son prácticas de dominación y violencia masculina que comprenden un amplio abanico de maniobras interpersonales que impregnan los comportamientos masculinos en lo cotidiano. Es decir, los micromachismos son microabusos y microviolencias que procuran que el varón mantenga su propia posición de género creando una red que sutilmente atrapa a la mujer, atentando contra su autonomía personal (Bonino, 1996).

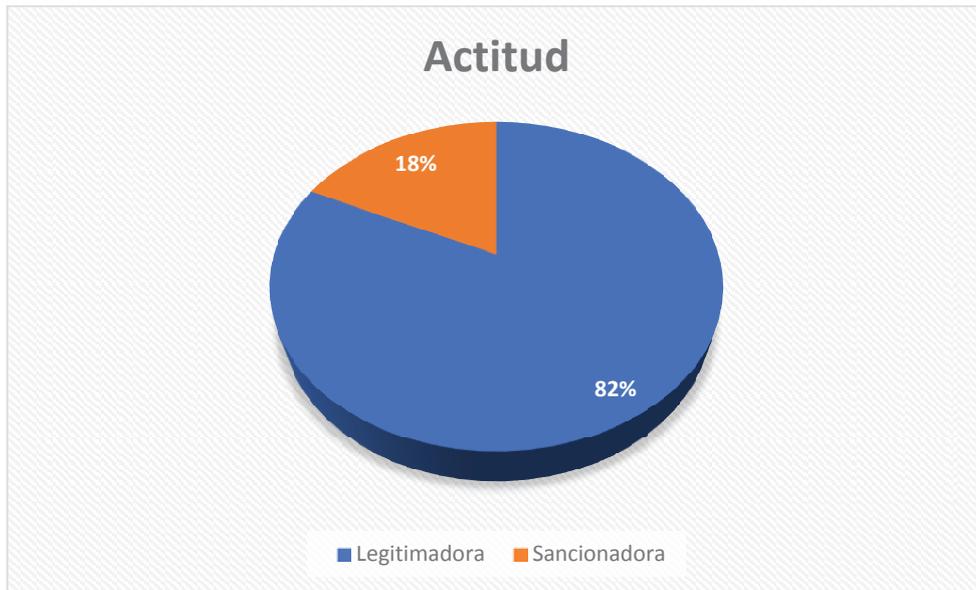
Gráfico 6: Representación de los comportamientos estereotipados en las galas de OT 1.



Fuente: elaboración propia.

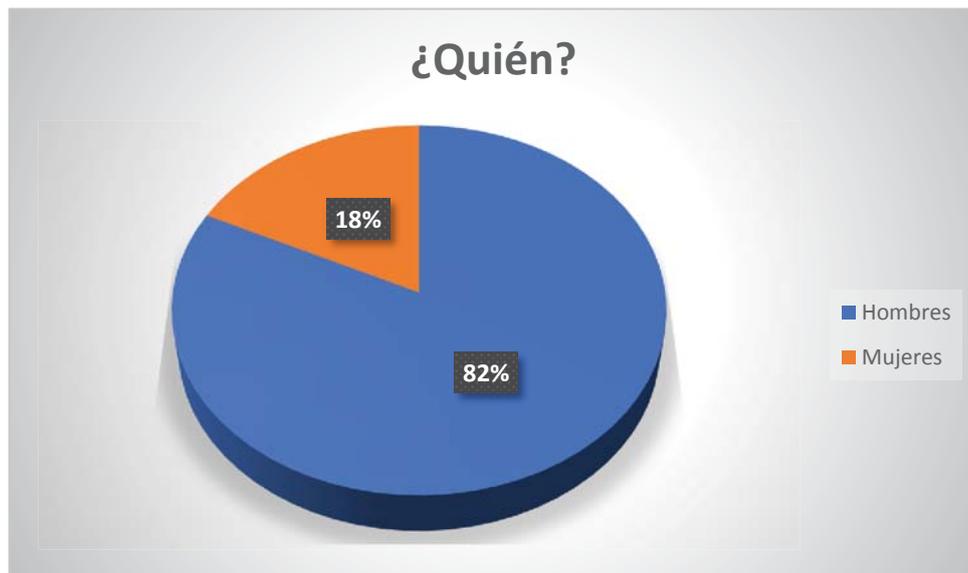
Una vez visto el tipo de comportamientos estereotipados que se produjeron, hemos estudiado la actitud predominante con la que se hicieron, si fue legitimadora o sancionadora. Así, a través de los resultados, comprobamos que el 82% de las veces que se produjo un comportamiento estereotipado se hizo con una actitud legitimadora, frente al 18% de las veces que se hizo con una actitud sancionadora. Es decir, en la mayoría de los casos los comportamientos estereotipados perpetuaban el estereotipo, solo en un escaso 18% se ponía en evidencia el comportamiento o comentario basado en el estereotipo. Además, el 82% de las intervenciones las hicieron hombres y el 18% mujeres.

Gráfico 7: Actitud con la que se producen los comportamientos estereotipados en OT 1.



Fuente: elaboración propia.

Gráfico 8: Representación por sexo de los comentarios estereotipados que se hacen en OT 1.



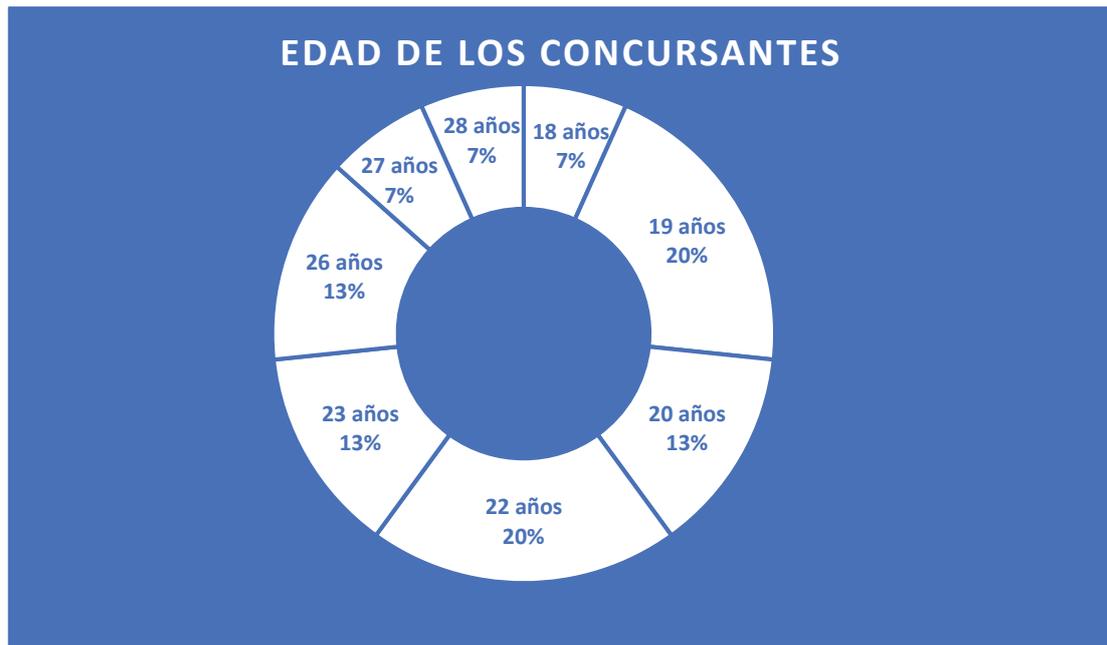
Fuente: elaboración propia.

4.1.1.3. Perfil de concursante

En cuanto al 'Perfil de concursante' hemos estudiado el promedio de edad de los concursantes seleccionados para entrar en la academia OT 1, también el número de mujeres y de hombres, así como su género, su orientación sexual, las cualidades físicas y los estereotipos que más se cumplen.

De esta manera, nos hemos fijado en que los concursantes que tienen entre 19 y 26 años suman el 79% del equipo, los que tienen 19 y 22 años representan el 20% respectivamente y los que tienen 20, 23 y 26 representan el 13% individualmente. Por otro lado, los concursantes de 18 años representan el 7% y los que son mayores de 26 el 14%. Por tanto, la edad media que buscan en el *casting* de OT ronda los 22 o 23 años. No figura ningún concursante menor de edad y los que están más cerca de los 30 años son muy pocos.

Gráfico 9: Representación de los concursantes OT 1 por edades.



Fuente: elaboración propia.

Respecto a la representación de mujeres y hombres como participantes en *Operación Triunfo 1* es igual. Los hombres ocupan un 50% al igual que las mujeres.

Gráfico 10: Representación de los concursantes OT 1 por sexo.



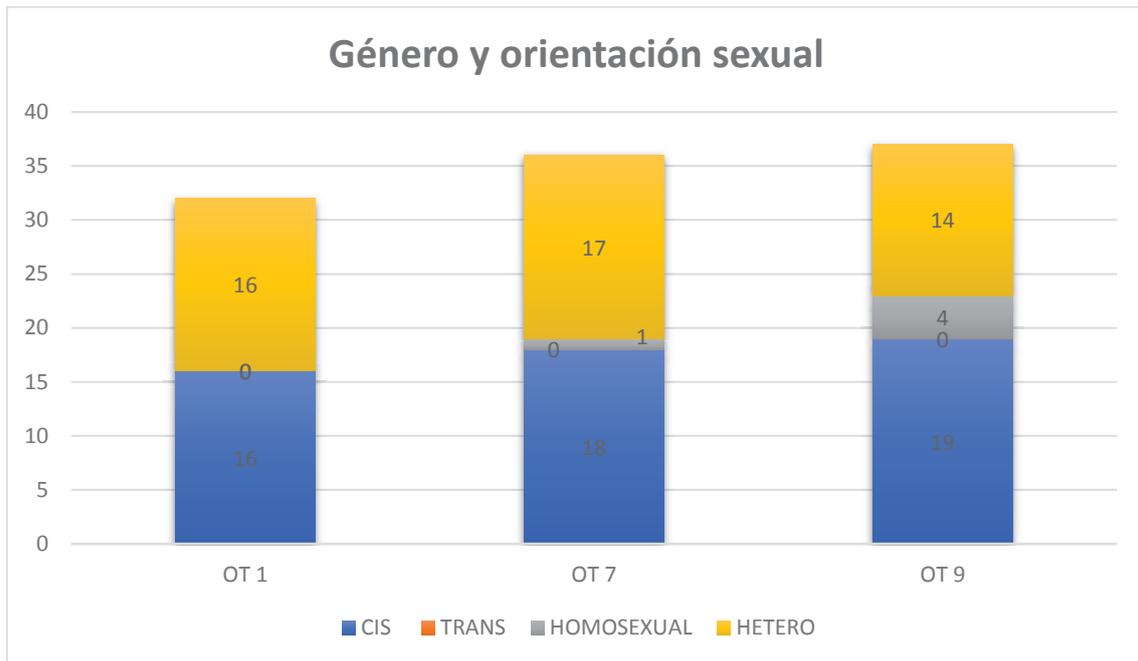
Fuente: elaboración propia.

Respecto al género y orientación sexual de los concursantes hemos querido hacer un único gráfico que permitiera visualizar la situación particular de cada una de las tres ediciones analizadas (OT 1, OT 7 y OT 9), pero también, que reflejara de manera clara como el programa ha evolucionado en este aspecto.

Así, nos encontramos con que en la edición OT 1, el género de todos los concursantes era *cis*⁵ y su orientación sexual, hetero, al menos que lo evidencian públicamente.

⁵ Una persona cisgénero es aquella cuya identidad coincide con el sexo biológico asignado al nacer.

Gráfico 11: Evolución de la representación de los concursantes (OT 1, OT 7 y OT 9) por género y orientación sexual.



Fuente: elaboración propia.

Para analizar las cualidades físicas de los concursantes y saber cuáles se repiten más hemos establecido dos variables recogidas por Colás y Villaciervos (2007). Ambos establecen un modelo de atractivo masculino (fuerza, robustez y vigorosidad) y femenino (cuerpo delicado, frágil y ligero). En este estudio cuantitativo hemos recogido las veces que una mujer y un hombre cumplen esas cualidades o cumplen las del sexo contrario, según las variables establecidas por Colás y Villaciervos.

Al observar los resultados nos encontramos con que todos los hombres cumplen con las cualidades físicas de fuerza, robustez y vigorosidad, mientras que la mayoría de las mujeres cumplen con las cualidades físicas de cuerpo delicado, frágil y ligero. Solo hay un caso en el que una mujer adopta las cualidades físicas descritas por Colás y Villaciervos como masculinas.

Gráfico 12: Representación de las cualidades físicas de los concursantes OT 1.



Fuente: elaboración propia.

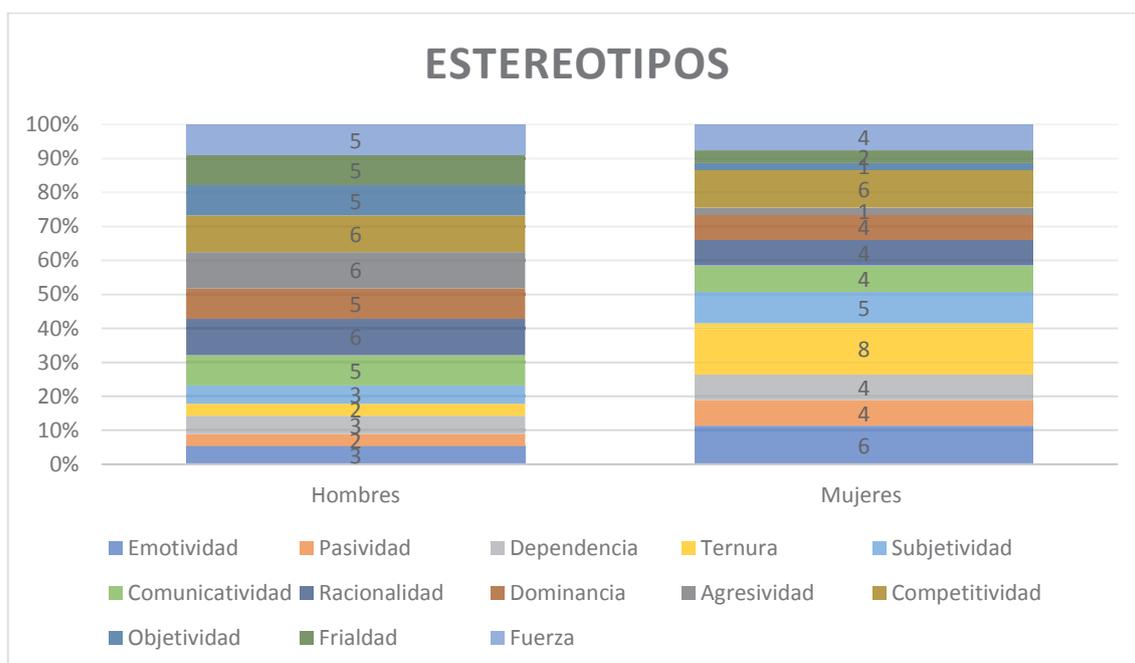
Por otro lado, el análisis de los estereotipos lo hemos hecho basándonos en las variables que establecen Blázquez, Flores y Ríos (2012). Ellas catalogan la racionalidad, la dominancia, la agresividad, la competitividad, la fuerza, la frialdad y la objetividad como estereotipos masculinos, mientras que la emotividad, la pasividad, la dependencia, la ternura, la subjetividad y la comunicatividad lo asocian con los estereotipos femeninos. El análisis que hemos hecho lo hemos centrado en la cantidad de veces que una mujer y un hombre cumplen cada uno de estos estereotipos.

En la edición OT 1 nos encontramos en primer lugar con que 5 hombres cumplen con el estereotipo de fuerza, frente a 4 mujeres. En segundo lugar, son 5 hombres los que cumplen con el estereotipo de frialdad frente a 2 mujeres. En tercer lugar, 5 hombres son los que cumplen con el estereotipo de objetividad frente a 1 mujer. En cuarto lugar, son 6 hombres y 6 mujeres que cumplen el estereotipo de competitividad. En quinto lugar, son 6 hombres y 1 mujer que cumplen el estereotipo de agresividad. En sexto lugar, son 5 hombres y 4 mujeres que cumplen con el estereotipo de dominancia. En séptimo lugar, son 6 hombres y 4 mujeres que cumplen con el estereotipo de racionalidad. En octavo lugar, son 5 hombres frente a 4 mujeres que tienen comunicatividad. En noveno lugar, son 3 hombres y 5 mujeres que tienen subjetividad. En décimo lugar, son 2 hombres y 8 mujeres que cumplen con el estereotipo de ternura. En onceavo lugar, son 3 hombres y 4

mujeres que tienen dependencia. En doceavo lugar, son 2 hombres y 4 mujeres que cumplen con la pasividad. Por último, son 3 hombres y 6 mujeres que tienen emotividad.

A la vista de estos resultados, se establece que tanto los estereotipos considerados como masculinos como los considerados femeninos son variables puesto que son 22 veces en las que las mujeres y 38 veces en las que los hombres cumplen con los estereotipos identificados como masculinos (racionalidad, dominancia, agresividad, competitividad, fuerza, frialdad y objetividad) mientras que son 31 veces en las que las mujeres y 18 veces en las que los hombres cumplen con los estereotipos identificados como femeninos (emotividad, pasividad, dependencia, ternura, subjetividad y comunicatividad). Aun así, son más hombres los que cumplen con los estereotipos masculinos y más mujeres las que cumplen con los estereotipos femeninos.

Gráfico 13: Representación de los estereotipos en los concursantes OT 1.



Fuente: elaboración propia.

4.1.2. Operación Triunfo 2009

4.1.2.1. Aspectos formales

En cuanto a los ‘Aspectos formales’, después de indicar el año (2009), el número de edición (OT 7) y el número de gala, así como la duración, el canal mediante el cual hemos podido visionar la gala, la productora, la producción, la redacción, la realización, la idea original, la cadena de emisión (en este caso Telecinco), nos fijamos en primer lugar en

que el presentador del programa es otra vez un hombre (Jesús Vázquez), igual que pasó en la edición anterior, sin embargo en esta edición el presentador es abiertamente homosexual. Dentro de este apartado hemos estudiado los contenidos haciendo hincapié en la distinción por sexo, analizando así la representación que han tenido mujeres y hombres durante *Operación Triunfo 7* a través de cuatro variables: profesorado, jurado, nominaciones y concursantes más populares.

Con respecto al profesorado, en la edición OT 7 existe una igualdad entre hombres que imparten las clases con el 50%, frente a un 50% de mujeres. Las 14 personas que participaron como profesorado, el doble que en la edición OT 1, fueron: María Palacín (psicóloga), Néstor Serra (profesor de fitness), Nuria Legarda (profesora de Técnicas de Conocimiento Corporal), Jessica Expósito (profesora de batuka), Leslie Feliciano (profesor de Presencia Escénica), Morgan Malvoso (profesora de inglés), Joan Ortíz (profesor de Cultura Musical), Amelia Bernet (Coach vocal), Joan Carles Capdevila (Coach vocal), Miryam Benedited (Coreógrafa), Miguel Manzo (profesor de Técnica Vocal), Manu Guix (director musical), Gloria Galeano (Tutora académica) y Ángel Llácer, reconocido como abiertamente homosexual (director de la academia).

Gráfico 14: Representación de los profesores de la academia de *Operación Triunfo 7* por sexo.

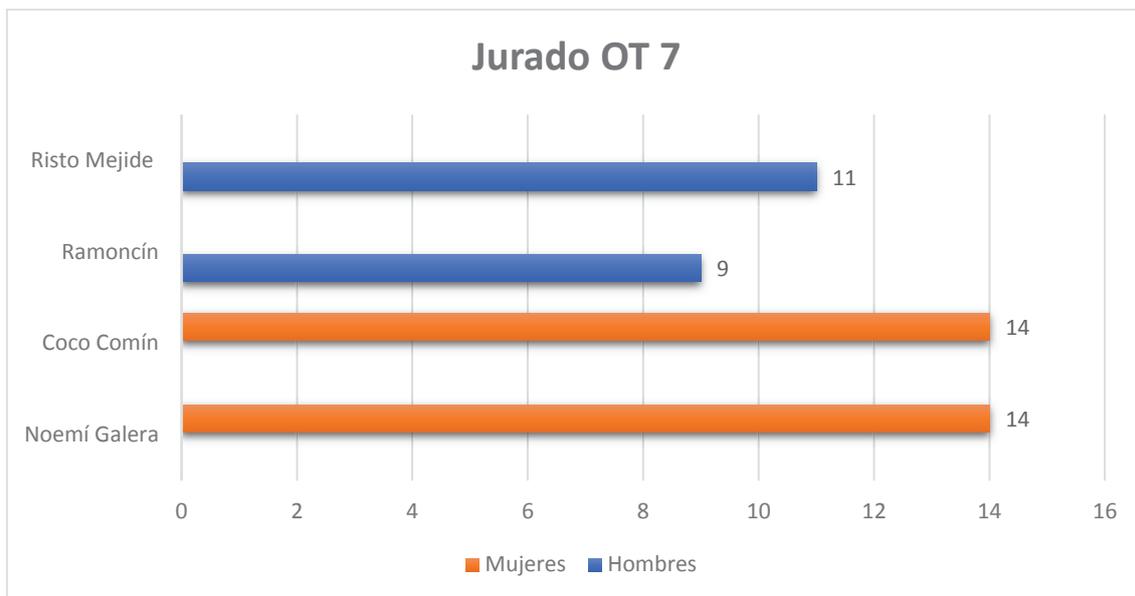


Fuente: elaboración propia.

El jurado de *Operación Triunfo 7* estuvo conformado por cuatro personas, dos mujeres y dos hombres: Noemí Galera (directora del *casting* Gestmusic Endemol) y Coco Comín (formadora de actores y cantantes) que participaron en las 14 galas donde el jurado podía emitir su valoración, Ramoncín (cantante, autor y compositor) con 9 apariciones y Risto

Mejide (creativo publicitario) con 11. En esta edición el jurado tiene su puesto fijo y aparecen casi el mismo número de veces. Hay que tener en cuenta que Risto Mejide fue expulsado del programa por sus comentarios ofensivos y que Ramoncín se fue antes por motivos personales.

Gráfico 15: Representación de las apariciones del jurado de *Operación Triunfo 7* por gala y por sexo.

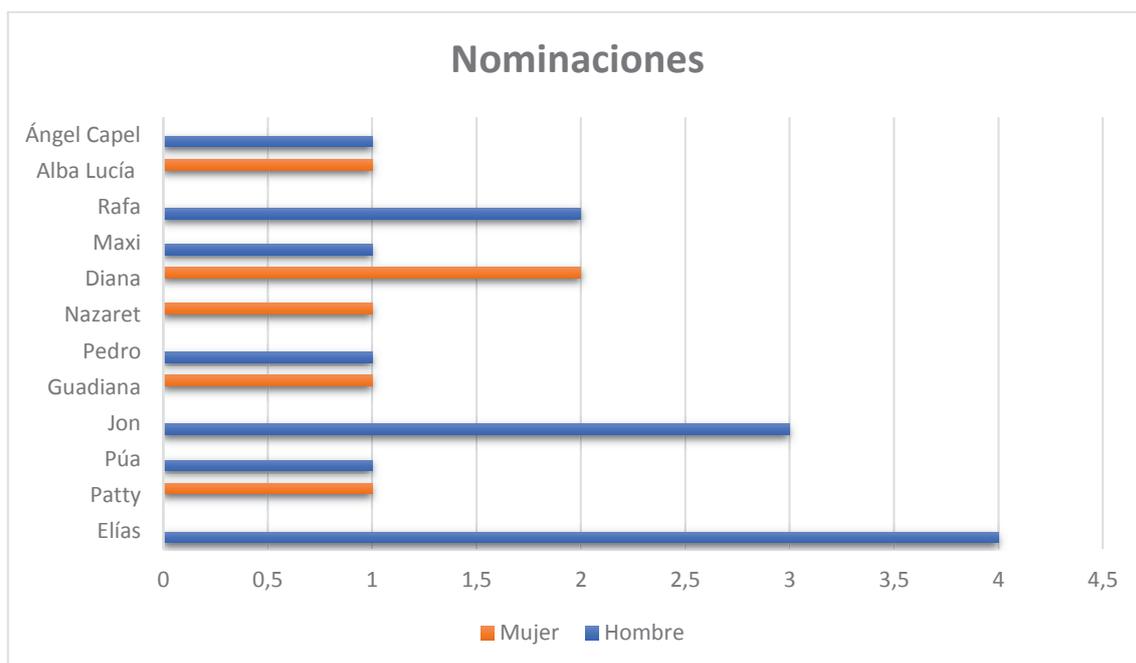


Fuente: elaboración propia.

Elías fue el concursante más nominado de la edición con 4 veces, Jon le siguió con 3 nominaciones, Rafa y Diana alcanzaron las 2 dominaciones. Por último, quienes obtuvieron 1 nominación fueron Ángel Capel, Maxi, Púa, Pedro, Alba Lucía, Nazaret, Guadiana y Patty.

De estos resultados se deduce que los chicos de OT 7 fueron los más nominados, alcanzando entre todos ellos las 13 nominaciones, frente a las 6 que juntaron entre todas las chicas. Además, fueron 13 los concursantes nominados, de los cuales 7 fueron hombres y 6 mujeres.

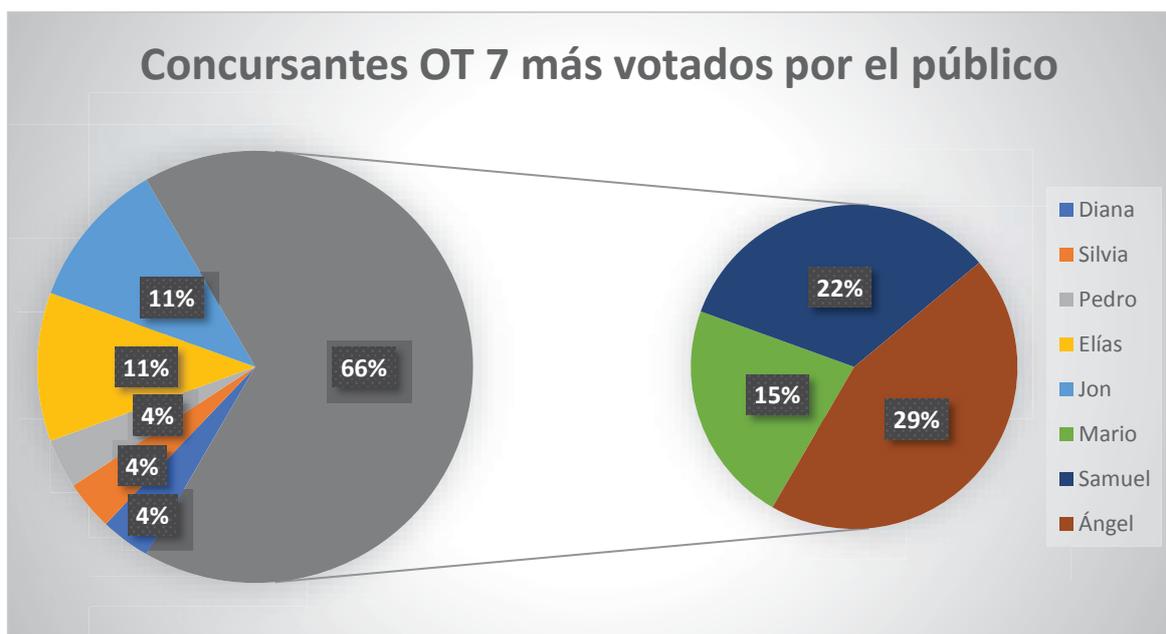
Gráfico 16: Representación de las nominaciones de OT 7 por distinción de sexo.



Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, el concursante más apoyado por el público fue Ángel Capel con un 29% de los votos, el segundo fue Samuel con un 22% y en tercera posición les siguió Mario con un 15%. Entre los tres concursantes aglutinaron el 66% de apoyo del público durante la edición. En cuarta posición empataron Elías y Jon que obtuvieron por separado el 11% de apoyo por parte de la audiencia. Por último, Silvia, Diana y Pedro se llevaron el 4% de popularidad individualmente. A la vista de los resultados, el sector masculino obtuvo más apoyo que el femenino a lo largo de toda la edición, además, solo fueron apoyadas dos mujeres y con un escaso 4% cada una, frente a 6 hombres que juntaron una popularidad del 92%.

Gráfico 17: Representación de los concursantes más populares y los favoritos del público de OT 7.



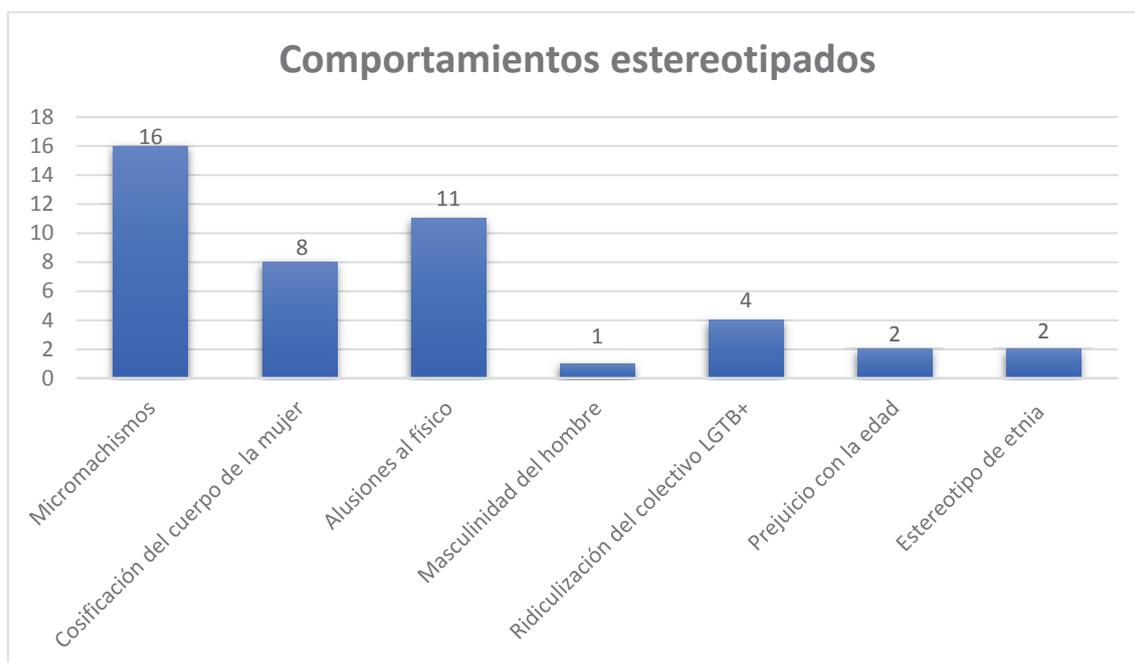
Fuente: elaboración propia.

4.1.2.2. Transmisión de estereotipos

En cuanto a la ‘Transmisión de estereotipos’ hemos analizado los contenidos a través de las variables descritas en la edición anterior.

Con respecto a los comportamientos estereotipados, 16 fueron los comentarios relacionados con micromachismos, se produjeron 11 alusiones al físico, 8 comentarios referidos a la cosificación del cuerpo de las mujeres, 4 con respecto a la ridiculización del colectivo LGTB+, 2 comentarios que perpetuaron el prejuicio con la edad y el estereotipo de etnia y, por último, la masculinidad del hombre se tocó en un 1 comentario.

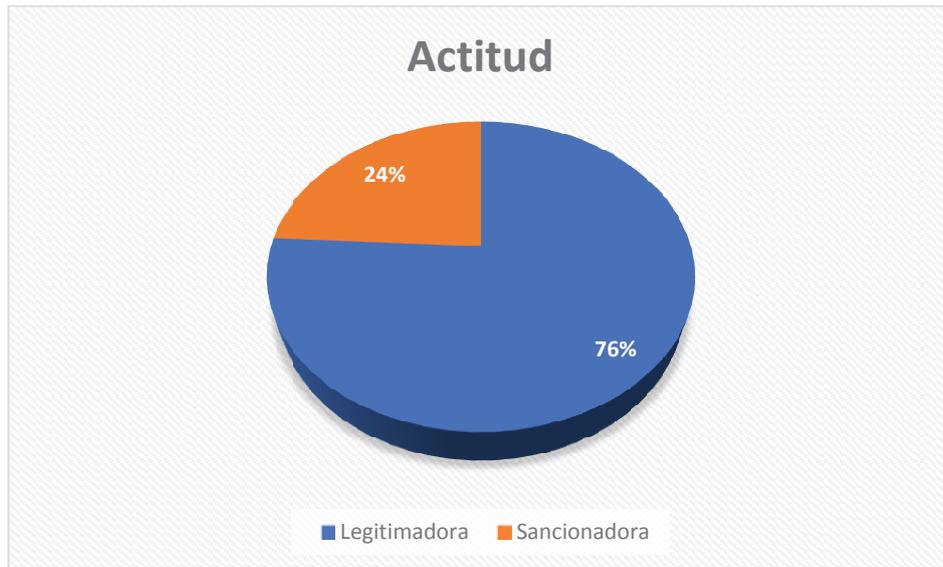
Gráfico 18: Representación de los comportamientos estereotipados en las galas de OT 1.



Fuente: elaboración propia.

Una vez visto el tipo de comportamientos estereotipados que se produjeron, hemos estudiado la actitud predominante con la que se hicieron, si fue legitimadora o sancionadora. Así, a través de los resultados, comprobamos que el 76% de las veces que se produjo un comportamiento estereotipado se hizo con una actitud legitimadora, frente al 24% de las veces que se hizo con una actitud sancionadora. Es decir, en la mayoría de los casos los comportamientos estereotipados perpetuaban el estereotipo, solo en un 24% se ponía en evidencia el comportamiento o comentario basado en el estereotipo. Por otra parte, el 68% de las intervenciones las hicieron hombres y el 32% mujeres, de tal manera que los hombres perpetuaron más estereotipos.

Gráfico 19: Actitud con la que se producen los comportamientos estereotipados en OT 7.



Fuente: elaboración propia.

Gráfico 20: Representación por sexo de los comentarios estereotipados que se hacen en OT 7.



Fuente: elaboración propia.

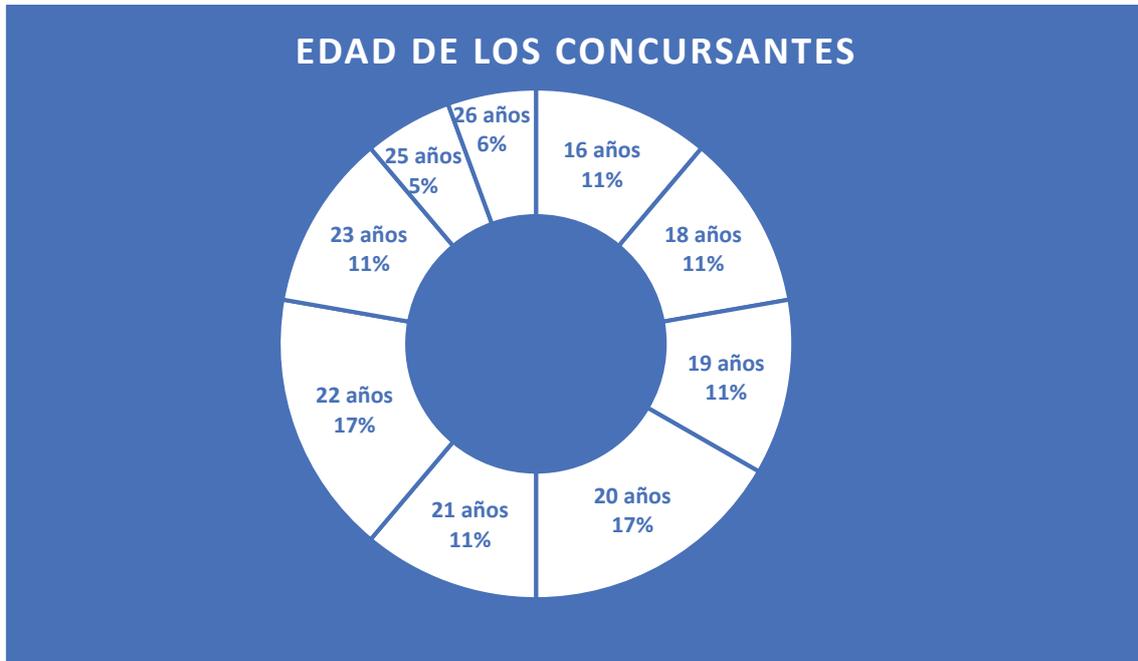
4.1.2.3. Perfil de concursante

En cuanto al ‘Perfil de concursante’ hemos estudiado el promedio de edad de los concursantes seleccionados para entrar en la academia OT 7, también el número de mujeres y de hombres, así como su género, su orientación sexual, las cualidades físicas y los estereotipos que más se cumplen.

De esta manera, nos hemos fijado en que los concursantes que tienen entre 16 y 23 años suman el 89% del equipo, los que tienen 16, 18, 19, 21 y 23 años representan el 11% cada

uno y los que tienen 20 y 22 años el 17% individualmente. Por otro lado, los que tienen más de 23 años solo suman el 11%. Por tanto, la edad media que buscan en el casting de OT ronda los 22 o 23 años. En esta edición, a diferencia de OT 1 sí figuran concursantes menores de edad y los que están más cerca de los 30 años son muy pocos.

Gráfico 21: Representación de los concursantes OT 7 por edades.



Fuente: elaboración propia.

Respecto a la representación de mujeres y hombres como participantes en *Operación Triunfo 7* es casi igual. Los hombres ocupan un 53% frente al 47% de mujeres.

Gráfico 22: Representación de los concursantes OT 7 por sexo.



Fuente: elaboración propia.

Respecto al género y orientación sexual de los concursantes hemos querido hacer un único gráfico que permitiera visualizar la situación particular de cada una de las tres ediciones analizadas (OT 1, OT 7 y OT 9), pero también, que reflejara de manera clara como el programa ha evolucionado en este aspecto.

Así, nos encontramos con que en la edición OT 7, el género de todos los concursantes era *cis* y solo había una persona homosexual de los 18 concursantes, al menos que lo evidencian públicamente (se puede visualizar el gráfico en el apartado *Operación Triunfo* 1).

Para analizar las cualidades físicas de los concursantes y saber cuáles se repiten más hemos seguido las variables descritas en la edición OT 1.

Al observar los resultados nos encontramos con que todos los hombres cumplen con las cualidades físicas de fuerza, robustez y vigorosidad, mientras que una mitad de las mujeres cumplen con las cualidades físicas de cuerpo delicado, frágil y ligero. La otra mitad de ellas adopta las cualidades físicas descritas por Colás y Villaciervos como masculinas.

Gráfico 23: Representación de las cualidades físicas de los concursantes OT 7.



Fuente: elaboración propia.

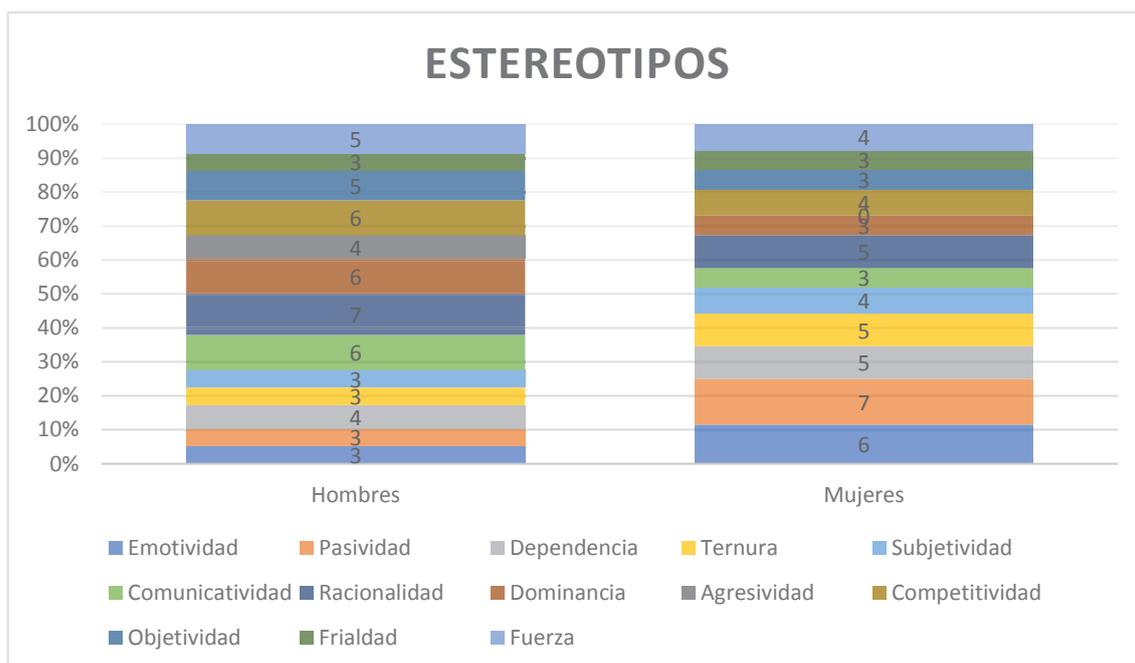
Para analizar las cualidades físicas de los concursantes y saber cuáles se repiten más hemos seguido las mismas variables aplicadas en la edición OT 1.

En la edición OT 7 nos encontramos en primer lugar con que 5 hombres cumplen con el estereotipo de fuerza, frente a 4 mujeres. En segundo lugar, son 3 hombres y 3 mujeres los que cumplen con el estereotipo de frialdad. En tercer lugar, 5 hombres son los que cumplen con el estereotipo de objetividad frente a 3 mujeres. En cuarto lugar, son 6 hombres y 4 mujeres que cumplen el estereotipo de competitividad. En quinto lugar, son 4 hombres únicamente los que cumplen el estereotipo de agresividad. En sexto lugar, son 6 hombres y 3 mujeres que cumplen con el estereotipo de dominancia. En séptimo lugar, son 7 hombres y 5 mujeres que cumplen con el estereotipo de racionalidad. En octavo lugar, son 6 hombres frente a 3 mujeres que tienen comunicatividad. En noveno lugar, son 3 hombres y 4 mujeres que tienen subjetividad. En décimo lugar, son 3 hombres y 5 mujeres que cumplen con el estereotipo de ternura. En onceavo lugar, son 4 hombres y 5 mujeres que tienen dependencia. En doceavo lugar, son 3 hombres y 7 mujeres que cumplen con la pasividad. Por último, son 3 hombres y 6 mujeres que tienen emotividad.

A la vista de estos resultados, se establece que tanto los estereotipos considerados como masculinos como los considerados femeninos son variables puesto que son 22 veces en las que las mujeres y 36 veces en las que los hombres cumplen con los estereotipos

identificados como masculinos (racionalidad, dominancia, agresividad, competitividad, fuerza, frialdad y objetividad) mientras que son 30 veces en las que las mujeres y 22 veces en las que los hombres cumplen con los estereotipos identificados como femeninos (emotividad, pasividad, dependencia, ternura, subjetividad y comunicatividad). Aun así, son más hombres los que cumplen con los estereotipos masculinos y más mujeres las que cumplen con los estereotipos femeninos.

Gráfico 24: Representación de los estereotipos en los concursantes OT 7.



Fuente: elaboración propia.

4.1.3. Operación Triunfo (2017-2018)

4.1.3.1. Aspectos formales

En cuanto a los 'Aspectos formales', después de indicar el año (2017-2018), el número de edición (OT 9) y el número de gala, así como la duración, el canal mediante el cual hemos podido visionar la gala, la productora, la producción, la redacción, la realización, la idea original, la cadena de emisión (en este caso Telecinco), nos fijamos en primer lugar en que el presentador del programa es otra vez un hombre (Roberto Leal), igual que pasó en las dos ediciones analizadas anteriormente. Dentro de este apartado hemos estudiado los contenidos haciendo hincapié en la distinción por sexo, analizando así la representación que han tenido mujeres y hombres durante *Operación Triunfo 9* a través de cuatro variables: profesorado, jurado, nominaciones y concursantes más populares.

Con respecto al profesorado, en la edición OT 9 existe una igualdad entre hombres que imparten las clases con el 50%, frente a un 50% de mujeres. Las 14 personas que participaron como profesorado fueron: Sheila Ortega y Cristina Burgos (profesoras de bailes urbanos), Joan Carles Capdevila, Laura Andrés y Mamen Márquez (profesores de técnica vocal), Javier Calvo y Javier Ambrossi (profesores de interpretación), Vicky Gómez (Coreógrafa), Guille Milkyway (profesor de cultura musical), Xuan Lan (profesora de yoga), Magali Dalix (instructora de actividad física y vida sana), Andrea Vilallonga (experta en estilismo y expresión oral), Manu Guix (director musical) y Noemí Galera (directora de la academia y profesora del chat).

Gráfico 25: Representación de los profesores de la academia de *Operación Triunfo* 9 por sexo.

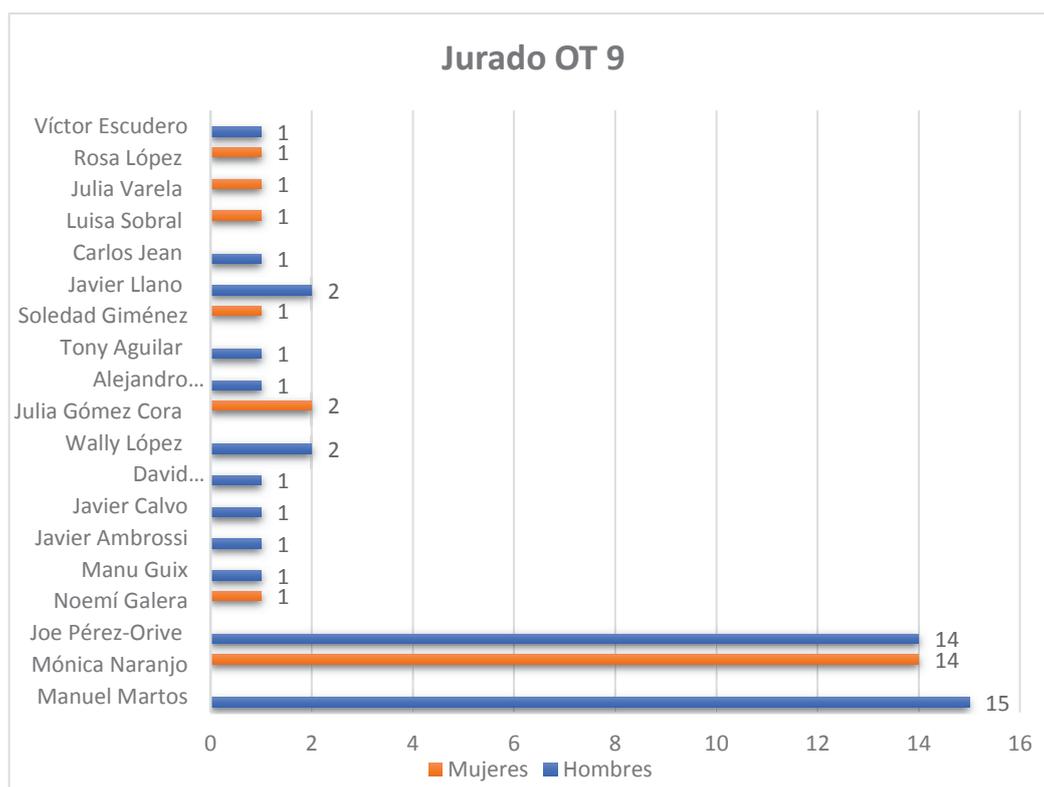


Fuente: elaboración propia.

El jurado de *Operación Triunfo* 9 estuvo conformado por 19 personas, cada gala contaba con tres personas que emitieron su valoración regularmente y una persona que iba rotando cada semana. Manuel Martos (Productor ejecutivo y director artístico de Universal Music) con 15 apariciones, Mónica Naranjo (Cantante, autora y productora musical) y Joe Pérez-Orive (director de marketing de Live Nation Barcelona) con 14 apariciones, participaron en todas las galas en las que el jurado podía emitir juicio de valor. Manuel Martos participó en una más, la gala para elegir concursante para Eurovisión. Hubo tres personas que participaron 2 veces: Javier Llano (director de Cadena 100), Julia Gómez Cora (productora de espectáculos) y Wally López (Dj y productor musical). Por último, Carlos Jean (músico, productor, dj y cantante), Alejandro Parreño (ex concursante de OT1), Tony Aguilar (presentador en los 40 Principales), David Bustamante (finalista de

OT1), Javier Calvo y Javier Ambrossi (profesores de interpretación), Manu Guix (director musical), Rosa López (ganadora de OT1), Julia Varela (comentarista de TVE), Víctor Escudero (redactor de Eurovisión), Luisa Sobral (cantante y compositora portuguesa), Soledad Giménez (cantante y compositora) y Noemí Galera (directora de la academia) tuvieron 1 participación como jurado.

Gráfico 26: Representación de las apariciones del jurado de *Operación Triunfo 9* por gala y por sexo.



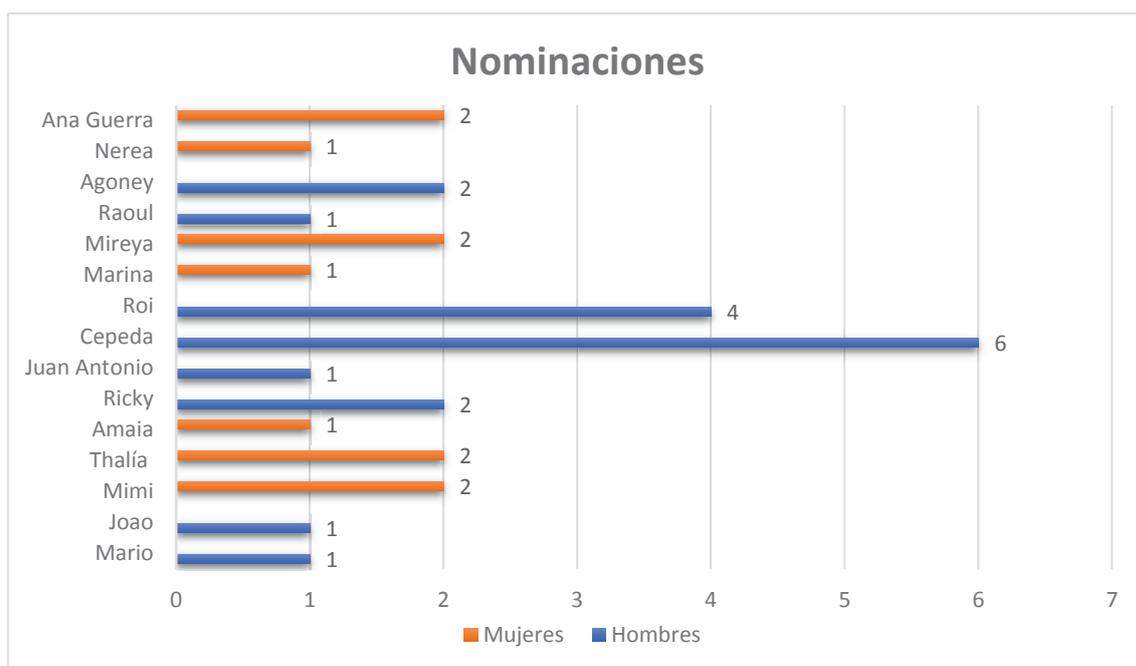
Fuente: elaboración propia.

En conjunto fueron 8 hombres y 5 mujeres que participaron 1 vez, 2 hombres y 1 mujer que participaron 2 veces, Joe Pérez-Orive y Mónica Naranjo que participaron 14 veces cada uno y Manuel Martos con 15 apariciones, Así, de las 19 personas que participaron como jurado, 12 fueron hombres y 7 mujeres.

Una vez vista la representación de mujeres y hombres tanto en el profesorado como en el jurado, nos quedan los concursantes. Cepeda fue el concursante más nominado de toda la edición con 6 veces y Roi le siguió de cerca con 4 nominaciones. Agoney, Ricky, Ana Guerra, Mireya, Thalía y Mimi obtuvieron 2 nominaciones. Por último, quienes solo obtuvieron 1 nominación fueron Raoul, Juan Antonio, Joao, Mario, Nerea, Marina y Amaia.

De estos resultados se deduce que los chicos de OT 9 fueron los más nominados, alcanzando entre todos ellos las 18 nominaciones, frente a las 11 nominaciones que juntaron entre todas las chicas. En esta edición fueron 15 los concursantes nominados, de los cuales 8 fueron hombres y 7 mujeres. Por tanto, hubo una casi igualdad entre hombres y mujeres en las nominaciones, sin embargo, a ellos les nominaron más veces.

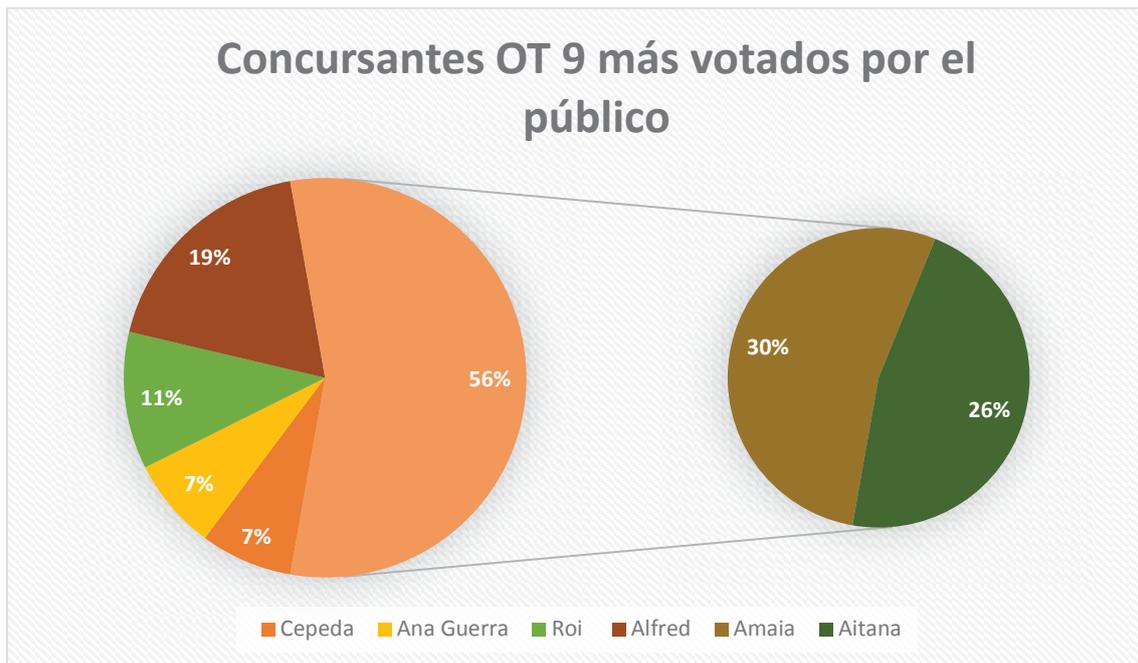
Gráfico 27: Representación de las nominaciones OT 9 por distinción de sexo.



Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, las concursantes más apoyadas por el público fueron Aitana con un 30% y Amaia con un 26% de los votos. Entre las dos aglutinaron el 56% del favor del público. En tercera posición les siguió Alfred con un 19%, en cuarta posición Roi se ganó el 11% de apoyo por parte de la audiencia. Por último, Ana Guerra y Cepeda quedaron en quinta posición con un 7% de popularidad. A la vista de los resultados, el sector femenino obtuvo más apoyo que el masculino a lo largo de toda la edición, especialmente Aitana y Amaia.

Gráfico 28: Representación de los concursantes más populares y los favoritos del público de OT 9.



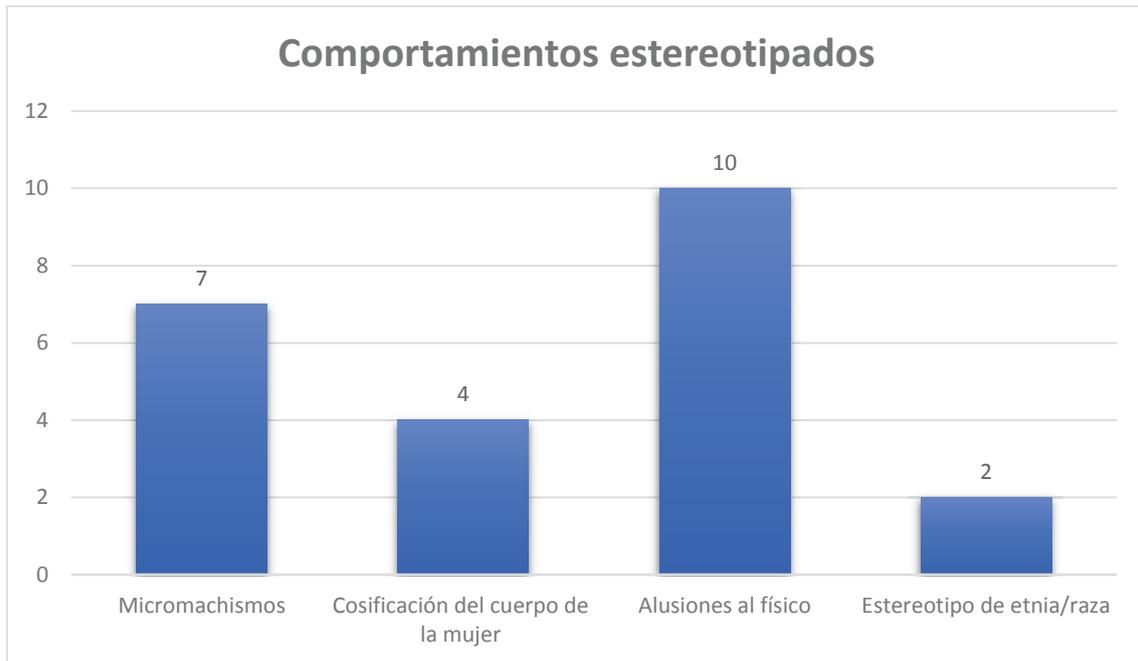
Fuente: elaboración propia.

4.1.3.2. Transmisión de estereotipos

En cuanto a la ‘Transmisión de estereotipos’ hemos analizado los contenidos a través de las variables descritas en las ediciones anteriores.

Con respecto a los comportamientos estereotipados, se produjeron 10 alusiones al físico, 7 comentarios relacionados con los micromachismos, 4 con la cosificación del cuerpo de las mujeres y 2 comentarios referidos a la etnia. Comparado con las ediciones estudiadas anteriormente, esta fue la edición que menos comportamientos estereotipados reprodujo.

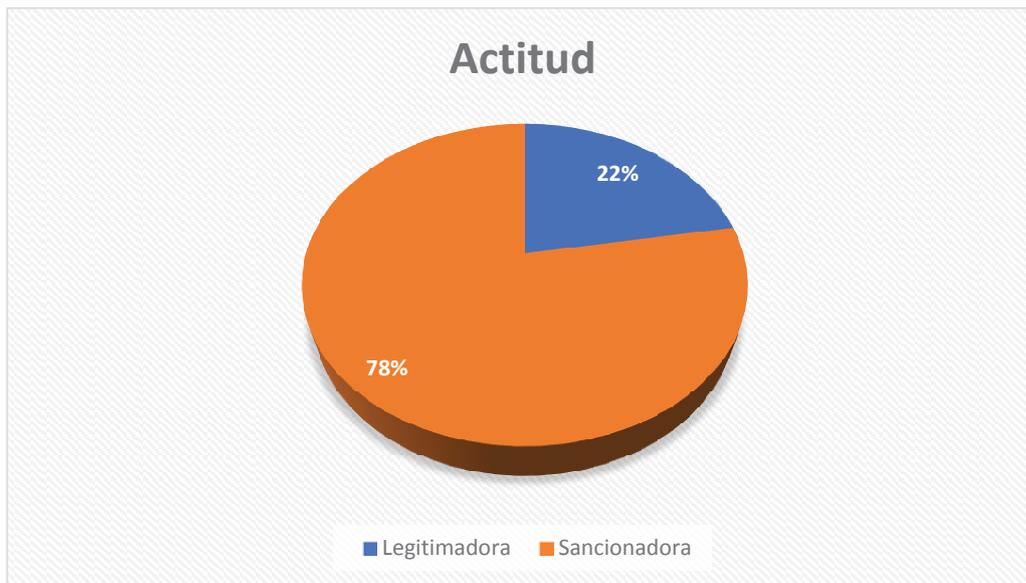
Gráfico 29: Representación de los comportamientos estereotipados de las galas de OT 9.



Fuente: elaboración propia.

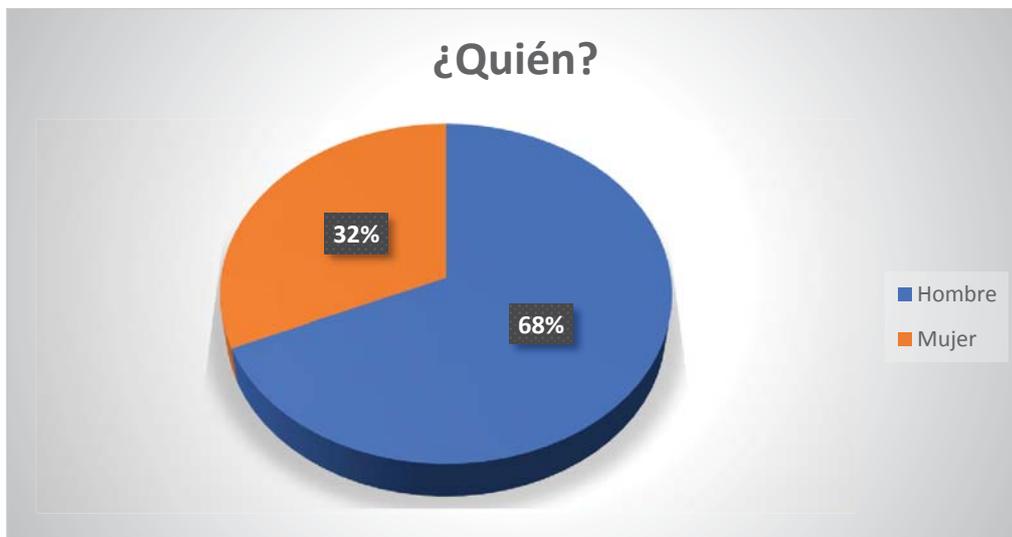
Una vez visto el tipo de comportamientos estereotipados que se produjeron, hemos estudiado la actitud predominante con la que se hicieron, si fue legitimadora o sancionadora. Así, a través de los resultados, comprobamos que el 78% de las veces que se produjo un comportamiento estereotipado se hizo con una actitud sancionadora, frente al 22% de las veces que se hizo con una actitud legitimadora. Es decir, en la mayoría de los casos los comportamientos estereotipados sancionaban el estereotipo, solo en un 22% se perpetuaba el comportamiento o comentario basado en el estereotipo. Además, el 82% de las intervenciones las hicieron hombres y el 18% mujeres. Por otra parte, el 68% de las intervenciones las hicieron hombres y el 32% mujeres.

Gráfico 30: Actitud con la que se producen los comportamientos estereotipados en OT 9.



Fuente: elaboración propia.

Gráfico 31: Representación por sexo de los comentarios estereotipados que se hacen en OT 9.



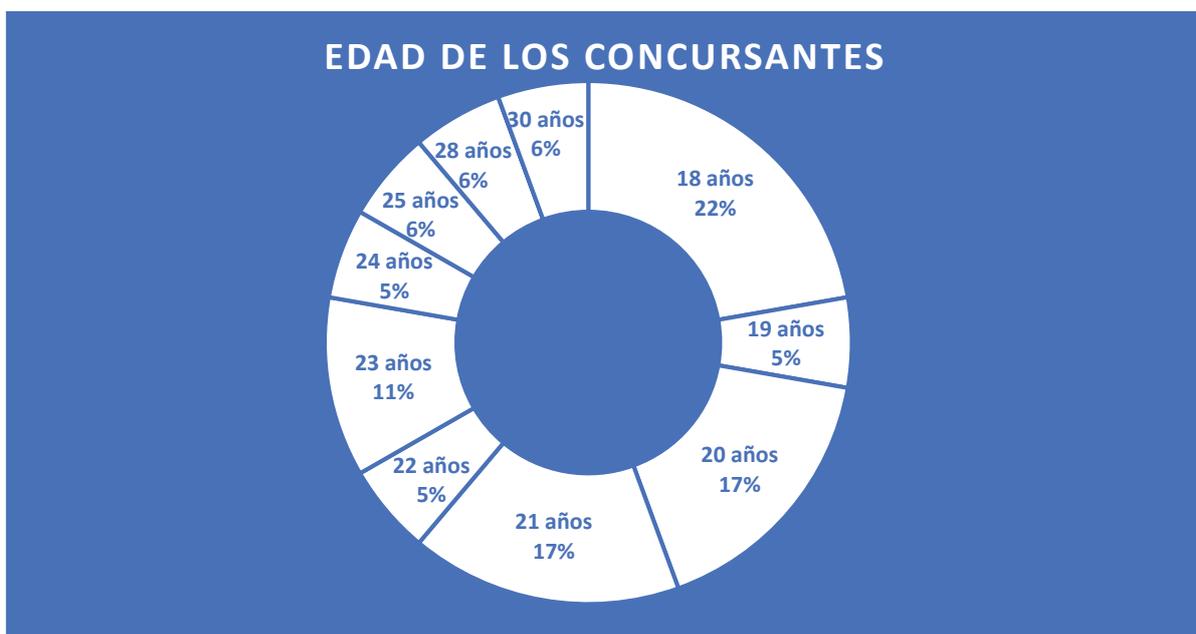
Fuente: elaboración propia.

4.1.3.3. Perfil de concursante

En cuanto al 'Perfil de concursante' hemos estudiado el promedio de edad de los participantes seleccionados para entrar en la academia OT 9, también el número de mujeres y de hombres, así como su género, su orientación sexual, las cualidades físicas y los estereotipos que más se cumplen.

De esta manera, nos hemos fijado en que los concursantes que tienen entre 18 y 21 años suman el 61% del equipo, los que tienen 20 y 21 años representan el 17% cada uno, los que tienen 19 años apenas el 5% y los que tienen 18 años ocupan el porcentaje más alto con 22%. Por otro lado, los que tienen de 22 a 23 años suman el 21%. Desde los 24 hasta los 30 años ocupan individualmente el 6%. Por tanto, la edad media que buscan en el *casting* de OT 9 ronda los 18 o 20 años. En esta edición, a diferencia de OT 7 no figuran concursantes menores de edad y los que están más cerca de los 30 años son muy pocos.

Gráfico 32: Representación de los concursantes OT 9 por edades.



Fuente: elaboración propia.

Respecto a la representación de mujeres y hombres como participantes en *Operación Triunfo 9* es igual. Hombres y mujeres ocupan un 50%.

Gráfico 33: Representación de los concursantes OT 9 por sexo.



Fuente: elaboración propia.

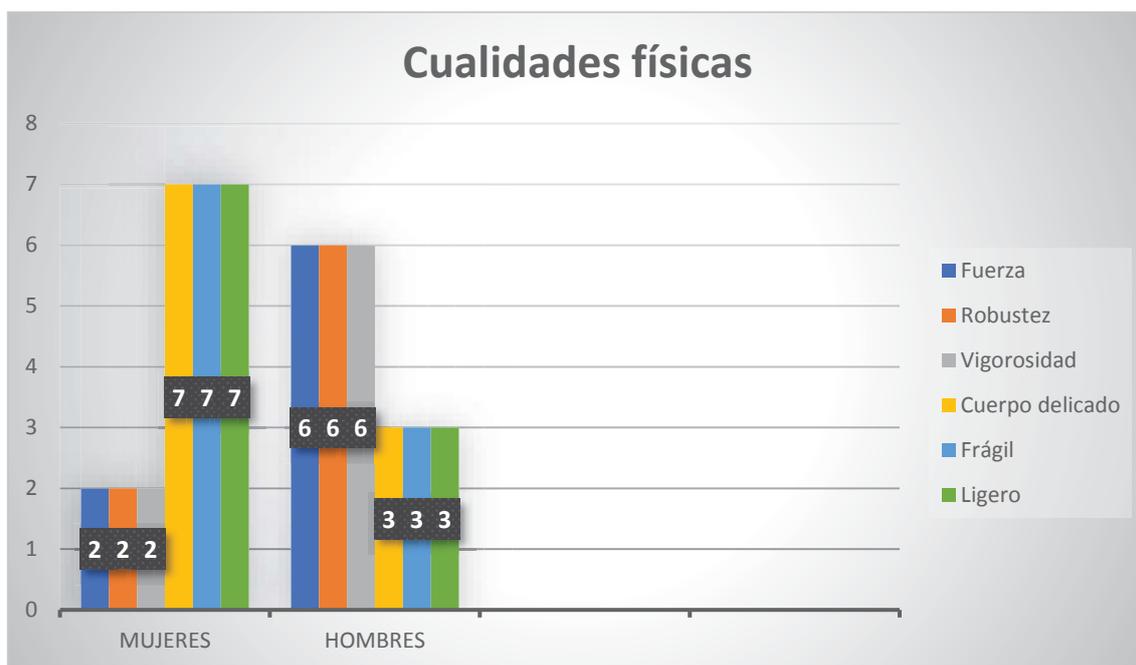
Respecto al género y orientación sexual de los concursantes hemos querido hacer un único gráfico que permitiera visualizar la situación particular de cada una de las tres ediciones analizadas (OT 1, OT 7 y OT 9), pero también, que reflejara de manera clara como el programa ha evolucionado en este aspecto.

Así, nos encontramos con que en la edición OT 9, el género de todos los concursantes era *cis* y 4 de los 19 concursantes eran homosexuales (se puede visualizar el gráfico en el apartado *Operación Triunfo* 1).

Para analizar las cualidades físicas de los concursantes y saber cuáles se repiten más hemos seguido las mismas variables aplicadas en las ediciones anteriores.

Al observar los resultados nos encontramos con que 6 hombres cumplen con las cualidades físicas de fuerza, robustez y vigorosidad, frente a 2 mujeres que también las cumplen. Por otro lado, son 7 mujeres las que cumplen con las cualidades físicas de cuerpo delicado, frágil y ligero frente a 3 hombres.

Gráfico 34: Representación de las cualidades físicas de los concursantes OT 9.



Fuente: elaboración propia.

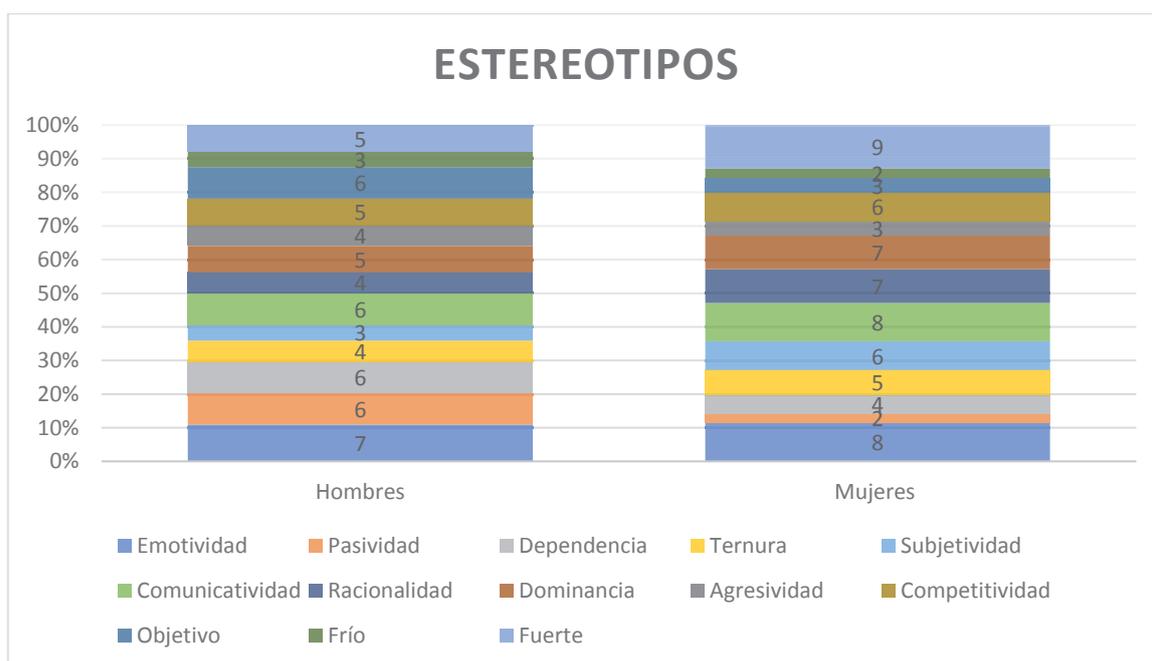
El análisis de los estereotipos lo hemos hecho basándonos en las variables aplicadas en las ediciones anteriores.

En la edición OT 9 nos encontramos en primer lugar con que 5 hombres cumplen con el estereotipo de fuerza, frente a 9 mujeres. En segundo lugar, son 3 hombres y 2 mujeres los que cumplen con el estereotipo de frialdad. En tercer lugar, 6 hombres son los que cumplen con el estereotipo de objetividad frente a 3 mujeres. En cuarto lugar, son 5 hombres y 6 mujeres que cumplen el estereotipo de competitividad. En quinto lugar, son 4 hombres y 3 mujeres que cumplen el estereotipo de agresividad. En sexto lugar, son 5 hombres y 7 mujeres que cumplen con el estereotipo de dominancia. En séptimo lugar, son 4 hombres y 7 mujeres que cumplen con el estereotipo de racionalidad. En octavo lugar, son 6 hombres frente a 8 mujeres que tienen comunicatividad. En noveno lugar, son 4 hombres y 7 mujeres que cumplen con el estereotipo de subjetividad. En décimo lugar, son 4 hombres y 5 mujeres que cumplen con el estereotipo de ternura. En onceavo lugar, son 6 hombres y 4 mujeres que tienen dependencia. En doceavo lugar, son 6 hombres y 2 mujeres que cumplen con la pasividad. Por último, son 7 hombres y 8 mujeres que tienen emotividad.

A la vista de estos resultados, se establece que tanto los estereotipos considerados como masculinos como los considerados femeninos son variables puesto que son 37 veces en las que las mujeres y 32 veces en las que los hombres cumplen con los estereotipos

identificados como masculinos (racionalidad, dominancia, agresividad, competitividad, fuerza, frialdad y objetividad) mientras que son 33 veces en las que las mujeres y 32 veces en las que los hombres cumplen con los estereotipos identificados como femeninos (emotividad, pasividad, dependencia, ternura, subjetividad y comunicatividad). En esta edición asistimos a un cambio al visualizar que son más las mujeres que cumplen con estereotipos masculinos que hombres, también que los estereotipos femeninos se representan por igual en ambos sexos.

Gráfico 35: Representación de los estereotipos en los concursantes OT 9.



Fuente: elaboración propia.

4.2. Análisis cualitativo: contexto informativo

4.2.1. Operación Triunfo 1 (2001-2002)

4.2.1.1. Transmisión de estereotipos

Gala 0 (22/10)

El encargado de presentar las galas durante la edición OT 1 fue Carlos Lozano, reconocido en sociedad como un hombre *cishetero*⁶. Durante la gala 0 protagonizó todos

⁶ *Cishetero*: persona cuya identidad coincide con su sexo biológico y cuyo deseo sexual coincide con el modelo normativo considerado como correcto por la sociedad, de tal manera que si eres hombre solo te gustan las mujeres y si eres mujer solo te gustan los hombres.

los comentarios estereotipados con una actitud la mayoría de las veces legitimadora, dirigiéndose a las mujeres concursantes del programa y al público. Primeramente, se dirigió a Natalia con una actitud paternalista, haciendo uso del prejuicio de la edad, ya que ella era la más joven del grupo. Seguidamente, catalogó a Mireia de dramática por ser una concursante que se emocionaba con mayor facilidad que sus compañeros, a la cual le dedicó la frase: *“Si la fama se consiguiera llorando tú ya serías famosa.”* Además, puso en duda su profesionalidad preguntándole si iba a ser capaz de aguantar 100 días dentro de la academia. Luego se dirigió a Geno, insistiéndole en que bailara de manera sexy, después de haber visto en los vídeos de la audición que era una cosa que se le daba bien. Por último, hace referencia al tema del físico y su importancia para triunfar en una charla tanto con Rosa como con Nuria Fergó. En este sentido, empatiza con el complejo físico que tiene Rosa con su cuerpo y le llega a decir que lo importante es su voz, sin embargo, más tarde, cuando los concursantes llegan a la academia y mientras realizan una visita guiada por la casa detrás de la directora Nina, pasan por el comedor y Carlos Lozano dice: *“Cuidado con Rosa cuando vea el comedor, porque si quiere perder peso...”*.

Gala 1 (29/10)

Vuelve a ser Carlos Lozano quién protagoniza la mayoría de los comentarios estereotipados dirigidos hacia las mujeres con una actitud legitimadora. Pronuncia frases como: *“Entre tanto hombre, a mí me gusta estar entre bellas mujeres”*, *“Bueno que tres bellezas tenemos aquí ahora mismo”*, *“Que guapas estáis hoy, están más guapas ellas que ellos, por lo menos a mí me gustan más”*. El presentador siempre hace alusión al aspecto físico de las chicas, sin embargo, no dice nada con respecto a la figura de los hombres concursantes. Al igual que en la pasada gala insiste a Geno en que baile.

Javián echa la culpa de estar nominado a llevar una flor en la camiseta con la que no se siente identificado, haciendo alusión a que las flores son de chicas y para las chicas. Sin embargo, Juan es quién reproduce una actitud sancionadora del comportamiento estereotipado que establece que los hombres no pueden llorar: *“Dicen que los chicos no lloran, pero los chicos lloramos también”*.

Gala 2 (05/11)

David Bustamante realiza un comentario que pone en ridículo a la comunidad LGTB+: *“Te estás amariconando”*. Este comentario lo recibe Álex, otro compañero de la

academia por su forma de bailar. Este comportamiento demuestra que utiliza la palabra *maricón*, como un término despectivo.

Natalia dice que nunca llora y se reafirma en ello, lo que consigue con esta actitud es asociar el llanto a la debilidad.

“*Estás guapísima, ¿verdad?*” es la frase que le dice Álex Soler, un miembro del jurado, a la concursante Verónica cuando empieza a calificar su actuación. En un programa donde lo importante es la voz, no parece relevante que lo primero que le diga sea eso.

Gala 3 (12/11)

Ángel Llácer alimenta el prejuicio sobre la edad con el siguiente comentario a uno de los ensayos de interpretación del concursante Manu Tenorio: “*Pareces un guarro, un viejo verde intentando ligarte a una jovencita.*”

Chenoa es quién se implica en la aceptación de Rosa con su cuerpo, ya que ha sido elegida varias veces favorita y no está acostumbrada a recibir una atención buena, sino todo lo contrario.

“*¿Tú crees que si no te encontrara buena no te tocaría el culo con esas palmadas que te pego? ¿Sí o no? Me encanta tu culo.*” es el comentario que realiza Álex para animar a Rosa a aceptarse tal y como es. No le está haciendo ningún favor, está cosificando el cuerpo de la mujer. Rosa le está expresando sus sentimientos y su compañero lo que hace es tratarla como un objeto sexual.

Carlos Lozano y Álex comparten unos piropos en una charla hacia la azafata que presta el micrófono a los concursantes en las galas ignorando su presencia, de nuevo se produce la cosificación del cuerpo de la mujer al ignorarle como persona y tratarle como un objeto.

Carlos Lozano, Nina y la dietista de la academia pronuncian una serie de comentarios que lo que hacen es tratar el complejo que Rosa tiene con su cuerpo desde la mofa.

Gala 4 (19/11)

Chenoa realiza un comentario que pone en ridículo a la comunidad LGTB+: “*No digas gay, porque gay es marica*”. Marica no es la forma adecuada de referirse a los hombres cuya orientación sexual se corresponde con su mismo sexo.

Javián presume del cuerpo de su hermana ante el público, el presentador y los concursantes: “Oye ¿Tú has visto a mi hermana? ¿Tú te crees que esto es normal?” Lo que está haciendo es cosificar el cuerpo de la mujer a parte de tratar a su hermana como si solo fuera un trozo de carne.

En la primera llamada telefónica que reciben los concursantes de sus familiares, Natalia le pregunta a su madre que si les molesta que lleve el ombligo al aire. Con esta situación se reproduce la idea de que si una mujer enseña su cuerpo no es decente y que las mujeres tienen que estar tapadas.

Gala 5 (26/11)

Carlos Lozano se refiere al físico como forma de alabar las cualidades profesionales de los concursantes. Además de que le dice a la madre de Álex, el concursante expulsado de la semana, que lo que le toca ahora es hacerle a su hijo buenas comidas.

Aparece Llongueras en la academia haciendo hincapié en el aspecto físico y el programa solo emite los comentarios dirigidos hacia las concursantes.

Gala 6 (03/12)

El presentador vuelve a interesarse por el régimen y el aspecto físico de Rosa.

Gala 7 (10/12)

Carlos Lozano vuelve a insistir en el aspecto físico de una concursante de la edición. Se refiere a Nuria Fergó con este comentario: “Nuria, aunque parezca que no, que la cosa no va con ella, y se hace un poquito la despistada, pues la verdad que Manu el otro día te llamó buenorra delante de todo el mundo. ¿No para de decirte buenorra? Pero eso también te da un poquito de ánimo ¿no? ¿Sólo Manu? ¿Y Bustamante qué tal? Es que no me extraña, si es que estás buenorra.” Con este comportamiento estereotipado acentúa la cosificación del cuerpo de la mujer además de sentirse con la confianza de echarle piropos innecesarios.

Gala 8 (17/12)

Carlos Lozano se dirige a Verónica: “De todas formas, tú bailas como una mulata, no veas como te mueves ¿no?”. Así, perpetua un estereotipo racista, además de cosificar el cuerpo de la concursante. En otra intervención se dirige a Gisela y Verónica para preguntarles por su aspecto físico y también si hacen régimen.

Laura Pausini le da un consejo a Rosa: “*Si tú quieres cantar y solo eso, lo puedes hacer con kilos o sin kilos.*” Lo que hace la cantante es romper con el estereotipo de cuerpo femenino perfecto.

Gala de Navidad (23/12)

De nuevo Carlos Lozano hace hincapié en el aspecto físico de Rosa para generar entretenimiento. Esta vez Rosa aparece elegida la mujer más atractiva por los internautas de Hola.

Gala 9 (07/01)

Carlos Lozano vuelve a referirse al aspecto físico de las mujeres de OT 1: primero se refiere a Nuria Fergó para preguntarle por la dieta, después le dice a Gisela que cada vez le ve más mujer, más guapa, elegante y mucho más madura. El presentador está cosificando continuamente el cuerpo de la mujer, a lo largo de toda la edición.

Gala 10 (14/01)

Carlos Lozano, Rosa y Manu Tenorio comentan que una mujer se tiene que sentar de una manera determinada, todo esto viene por el ensayo de interpretación de la canción que les ha tocado esa semana. Rosa dice: “*Yo me voy a poner así pues como una mujer, espatarrar no me voy a poder espatarrar.*”

Gala 11 (21/01)

Ángel Llácer y David Bustamante están ensayando la interpretación de la canción y entonces ambos tienen un comentario que perpetua el estereotipo sobre la masculinidad heteronormativa: “*Tú ahí, de macho ¿a ti te gusta hacer de macho, ¿eh?*”, dice Ángel, a lo que Bustamante contesta: *¿A mí? Porque soy macho, ¿no te jode?*

Gala 12 (28/01)

Shakira viene como estrella invitada al programa y Carlos Lozano perpetua una actitud legitimadora con la cosificación del cuerpo de la mujer: “*Once años con un look fantástico, que estás dejando a todo el mundo vamos, helado, ¿eh? Porque siempre pones en todos tus conciertos, en todas tus galas, un toque de frescura y de movimiento super sexy. ¿Te gusta el estilo que estás dando?*”

Gala 13 (04/02)

Carlos Lozano infravalora e invisibiliza el éxito y esfuerzo profesional de Chenoa realizando este comentario: “*Yo tengo aquí un dato que es impresionante, en muchas peluquerías se pide ya tu peinado*”.

4.2.1.2. Perfil de concursante

El ‘Perfil de concursante’ de la edición OT 1 es una persona de 19 a 28 años, con fuerza, robustez y vigorosidad en los hombres y cuerpo delicado, frágil y ligero en las mujeres. Además, el perfil cumple con varios de estos estereotipos: emotividad, pasividad, dependencia, ternura, subjetividad, comunicatividad, racionalidad, dominancia, agresividad, competitividad, fuerza, frialdad y objetividad. También, los concursantes seleccionados son *cishetero*. El lugar de procedencia de la mayoría es España, Chenoa, por ejemplo, viene de Argentina.

En la gala 0, Carlos Lozano hace un comentario sobre algunas personas que no pasaron el *casting* y lo hace desde la mofa: “*A Operación Triunfo se presentó todo tipo de gente y el nivel era altísimo y algunos despuntaban, pero no precisamente por su voz.*” Entre las personas que no fueron seleccionadas se encontraron un gótico, una latina, varias personas con una complexión física más amplia, señores mayores, algún chico de barrio cuya expresión verbal era más vulgar.

OT 1 ha sido una edición en la que le han dado mucho protagonismo a las dietas, al régimen y al aspecto físico, especialmente de las mujeres. El periódico *El Mundo* publicó el 9 de enero de 2002 una noticia en la sección de Sociedad que se titulaba: Las asociaciones contra la anorexia alertan contra las dietas difundidas en ‘Operación Triunfo’. En esta información se alertaba del riesgo de dar difusión a través de la televisión de dietas no justificadas por razones de salud, ya que puede generar un "efecto imitación" entre la población que sigue el espacio. Lo que refuerza la idea que hemos trasladado en el análisis de estereotipo sobre la importancia de alcanzar un cuerpo femenino perfecto y sobre todo las alusiones a ese cuerpo no normativo ejemplificado en la concursante Rosa.

Por otro lado, el diario generalista de El País fue quién publicó tres artículos de opinión (dos columnas y una tribuna) en los días 8, 12 y 15 de febrero, donde hablaban sobre los valores de superación y esfuerzo que habían impulsado el éxito de *Operación Triunfo*, en comparación con el formato tórrido de *Gran Hermano*, los titulares fueron los siguientes: Operación Triunfo con frases como: “*Aquí el ojo de la cámara únicamente se muestra*

indiscreto para colarse en los ensayos o reflejar el ambiente en el que se desarrolla el concurso. Un tratamiento respetuoso que devuelve a la pequeña pantalla el pudor que parecía definitivamente erradicado. Sólo por ello el programa constituiría un avance notable en el respeto a la inteligencia del espectador, sólo por la recuperación de ese denostado elemento merecería el aplauso y la bendición de los índices de audiencia.”, Apuntes al triunfo de una gran operación con frases como: “En este programa se pone el acento en los procesos formativos de unos jóvenes que, si bien compiten, lo más significativo sería que aprenden. Aprenden, trabajando duramente, el arte de ser buenos cantantes.” y ‘Sociedad Triunfo’ con frases como: “A diferencia de Gran Hermano los huéspedes de la Academia no han encarnado a jóvenes improductivos, entregados al torcido escrutinio del espectador. Los jóvenes de la Academia eran todo menos material pornográfico, no importa si se traslucían detalles de su intimidad. Aparecían precisamente por eso (por sus llantos, sus fallos, sus posturas de barrio) como seres puros.”

4.2.2. Operación Triunfo 7 (2009)

4.2.2.1. Transmisión de estereotipos

Gala casting final (21/04)

La directora del *casting* de Gestmusic Endemol juzga el aspecto físico de dos aspirantes a concursantes, Maxi y Cristina Rueda.

Gala 0 (29/04)

El presentador de esta edición, Jesús Vázquez, reconocido abiertamente como *homosexual*, hace alusión al aspecto físico y a la imagen para triunfar. De tal manera que asocia el talento a unas características físicas. De hecho, anuncia que se va a impartir una clase de imagen profesional este año. La orientación sexual del presentador influye de manera positiva en su actitud con los concursantes, ya que realiza menos comportamientos estereotipados que Carlos Lozano en OT 1.

Gala 1 (06/05)

Jesús Vázquez emite un comentario que cosifica el cuerpo de la mujer, además de que al poner en duda su orientación sexual lo que está haciendo es permitir pensar al público

que puedes dejar de ser homosexual cuando eso no es una característica, sino algo propio: *“Antes he estado con Alesha Dixong que está buenísima, pero también he estado con nuestra Soraya, que también está buenísima...una morena y una rubia, y ahora voy a hablar con ellas tres, que también están monísimas, Nazaret, Guadiana y Silvia. ¿Me estaré volviendo hetero en OT?”.*

Gala 2 (13/05)

Silvia hace un comentario con connotación negativa sobre si misma que denigra a la mujer como persona: *“He desafinado como una perra.”*

Nazaret y Brenda individualmente emiten una autocrítica sobre el cuerpo de la mujer: *“Tampoco estoy como una vaca para que no sepan que ponerme”* y *“No te pega a ti tan delgadita tanto pecho.”*

En otro momento de la gala, Elías y Jesús Vázquez hacen referencia al aspecto físico como algo fundamental para triunfar.

Maxi habla sobre su homosexualidad: *“Cuando era chiquitito y ya tuve clara mi sexualidad y toda la parafernalia, tuve la brillante idea de decir bueno claro si eres homosexual te pueden criticar, pero si eres homosexual, eres culto, tienes dinero, eres guapo, eres simpático...la gente no le preocupa que seas homosexual, y entonces me escudé en una imagen de suma perfección, mostrando todas mis virtudes.”*

Tanto Risto Mejide como Coco Comín ejercen su valoración desde las apreciaciones personales y no desde la postura de un jurado, perpetuando así una serie de estereotipos con una actitud legitimadora.

Gala 3 (20/05)

Pedro tiene un comentario machista del cual se mofa con Manu Guix: *“Si me voy, me voy como un señor, con dos bailarinas al lado mío bailando, una delante y otra detrás.”*

Patricia y Ángel Llácer ridiculizan el colectivo LGTB+ al tratar con un carácter humorístico y banal la interpretación de la canción I kissed a girl (Katy Perry). *“No sé por dónde pillarla (la canción) o hacemos de lesbis, ¿nos tenemos que besar?”*, dice Patricia mientras se producen risas de fondo. Además de que *“lesbis”* no es una manera correcta de llamar a las mujeres cuyo deseo sexual es hacia el mismo sexo, el hecho de que se rían no ayuda a normalizar la situación. Además, al profesor de interpretación,

Ángel Llácer, lo que se le ocurre para ayudarles a ensayar es decir que se lo tomen como: *“A mí me encantan los tíos, pero hoy no tengo el día.”* Este tipo de comentarios alimentan las dudas y fomentan el desprestigio de que existan orientaciones sexuales distintas.

“Vamos a sacar a la Silvia de verdad, tierna y preciosa que hay detrás de esa coraza de tía dura”, con este comentario Jesús Vázquez legitima el estereotipo de la mujer frágil.

Risto Mejide emite una apreciación personal que incrementa la cosificación del cuerpo de la mujer: *“Te has paseado por ese escenario como la niña mona que va con dos amigas menos agraciadas para ver si pilla cacho.”*

Gala 4 (25/07)

Jon asocia el hecho de arriesgarse con ser vasco, promueve un estereotipo de etnia.

Risto Mejide y Ramoncín, ambos miembros del jurado, solo comentan el aspecto y las características físicas del concursante, dejando de lado la crítica artística en la que supuestamente deberían poner su atención.

Gala 5 (03/06)

“Así que eres una cosita de 16 años que merece seguir estando en la academia”, con este comentario dirigido a Silvia, Ramoncín le está tratando como una niña y a parte como un objeto.

Gala 6 (09/06)

Jesús Vázquez insiste en alagar a los concursantes por su físico: *“Gracias a ti guapa por todo lo que nos has dado, por todo lo linda, lo dulce que eres, por lo buena que estás y por todo.”*

Coco Comín emite un comentario sancionador del estereotipo gitano: *“Precisamente como no tienes ninguna formación, te has mantenido fiel a tus orígenes raciales, al legado de esta extraordinaria raza a la que perteneces.”*

Gala 7 (16/06)

Risto Mejide infravalora la opinión o el poder de decisión de la mujer con este comentario: *“Si esta noche Jon se queda ganará el producto típico del furor uterino que protagoniza este programa antes que el producto artesanal fabricado a mano.”*

Gala 8 (23/06)

Ramoncín sanciona el hecho de unir el éxito profesional de una carrera artística al aspecto físico del concursante: *“Has demostrado que no has venido aquí a adelgazar, que por cierto no es necesario para esto, incluso a alguna que he visto por ahí diciéndoos como tenéis que alimentaros, debería darse una ducha de filetes, incluso comerse un cocido, que a veces es bueno.”*

Risto Mejide emite una apreciación personal que motiva la cosificación del cuerpo de la mujer: *“Cuando tú cantas, cierro los ojos y me imagino a una mujer extraordinaria, maravillosa, increíble. Luego los abro y apareces tú. Esa segunda parte, como bien sabe aquí mis compañeras, tiene remedio en clínicas y todo eso.”*

4.2.2.2. Perfil de concursante

El ‘Perfil de concursante’ de la edición OT 7 es una persona de 16 a 26 años, con fuerza, robustez y vigorosidad en los hombres y cuerpo delicado, frágil y ligero en las mujeres. Además, el perfil cumple con varios los estereotipos anunciados en la edición anterior. También, los concursantes seleccionados son *cishetero*, a excepción de la homosexualidad de Maxi. No es la primera vez que un concursante se declara abiertamente gay en público en *Operación Triunfo*, puesto que ya se estrenó Israel, concursante de OT 3, antes incluso de que se aprobara por ley en España el matrimonio homosexual en 2005. Sin embargo, la salida del armario de Maxi sí que fue muy comentada en los medios, sobre todo por las declaraciones que le hizo a su amiga Brenda. Desde que entró al concurso él dio una imagen de prepotente, con estas declaraciones lo que se ve es que, al ser gay, para él ha sido necesario ser perfecto en todo lo demás y así hacerlo creer porque ser gay no estaba muy aceptado. La visibilización de concursantes como Maxi en una cadena pública y en un programa con tanta audiencia lo que hace es mejorar la visibilización de la diversidad y de la comunidad LGTB+. Por otro lado, en la televisión es más fácil ver a gays que lesbianas, además éstas están sexualizadas y menos aceptadas socialmente. Es importante recalcar que tanto Ángel Llácer (director de la academia) como Jesús Vázquez (presentador) son reconocidos abiertamente como homosexuales. El lugar de procedencia de la mayoría es España, salvo Brenda, cuyos orígenes mejicanos y chilenos están mezclados. Además, esta edición cuenta con dos concursantes gitanos.

4.2.3. Operación Triunfo 9 (2017-2018)

4.2.2.1. Transmisión de estereotipos

Gala 0 (23/10)

El presentador de esta edición, Roberto Leal, perpetua el comportamiento estereotipado de dar importancia a las características físicas a partir de comentarios como este: *“Tú dices que ese flequillo que tienes tan bonito es intocable, si cruzas la pasarela y entras en la academia lo mismo los estilistas te dicen, ese flequillo va fuera.”*

Gala 1 (30/10)

Mónica Naranjo emite una apreciación personal sobre el cuerpo de Ana Guerra en lugar de valorar su actuación y otras cualidades artísticas.

Gala 4 (20/11)

“...Porque yo cierro los ojos y si no veo lo guapa que eres, lo bien que te mueves y todo, no lo compro.”, así se dirige Manu Guix, profesor de la academia, a Miriam en un pase de micros. Además, perpetua el clasismo diciendo que los canarios tienden al horterismo.

Gala 8 (18/12)

Manu Guix incide en la idea de que la fama y la profesión de cantante no van ligadas al físico sino a la vocación y dedicación, contradiciendo los comentarios en torno a la necesidad de un cuerpo perfecto para triunfar en la música.

El miembro del jurado, Joe, emite una valoración sobre la actuación de Nerea que no tiene que ver con el espectáculo sino con sus cualidades físicas.

Gala de Navidad (25/12)

Roberto Leal le concede importancia al vestuario de Cepeda, alimentando así el entretenimiento a través de la perpetuación de estereotipos que tienen que ver con el aspecto físico.

Gala 9 (02/01)

En esta gala tenemos dos polos opuestos, Carlos Baute viene de visita e incide en la idea de que un artista no es un cuerpo, ni una cara, sino que un artista son canciones. Por otro

lado, Mónica Naranjo emite su valoración como jurado en función de las características físicas: “*¿Cómo teniendo esa cara tan bonita, te dejas ese moustachico, nene?*”

Alfred cosifica el cuerpo de las profesoras de la academia, diciendo que son el triple de guapas que los profesores. Nada de esto tiene que ver con el programa, que se centra en la voz de los concursantes.

Gala 11 (15/01)

Roberto Leal mantiene una conversación con Hugo, el hermano de Roi, en la que dan importancia al físico y de la *operación bikini*.

Gala 12 (22/01)

Amaia promueve el empoderamiento de la mujer: “*No me he depilado las piernas, ni me las voy a depilar*”, “*Me gustaría tener dos hijos, pero bueno sino tengo no pasa nada. Porque es que ahora parece que, si una mujer no tiene hijos, no ha cumplido su objetivo en la vida.*”

Javier Llano, director de cadena 100 y miembro del jurado, lanza piropos innecesarios a las cuatro mujeres finalistas cuando le dice a Alfred que es la envidia de todos los hombres de España al pasar en la academia dos semanas con cuatro mujeres tan guapas (Aitana, Amaia, Ana Guerra y Miriam).

Gala Eurovisión (29/01)

En esta gala son todas las actitudes reivindicativas: Aitana sanciona el estereotipo de etnia cantando “Arde”, una canción que habla de los refugiados. Alfred lleva puesto un traje feminista, el proyecto se llama “La mujer que llevo fuera” y está diseñado de tal manera que en el traje están cosidos los atributos físicos femeninos de la mujer. La compositora Brisa Fenoy refuerza el empoderamiento de la mujer con la canción que interpretan Aitana y Ana Guerra que se llama “Lo malo”. Roberto Leal y Conchita Crust, ganadora de Eurovisión, visibilizan la comunidad LGTB+.

4.2.3.2. Perfil de concursante

El ‘Perfil de concursante’ de la edición OT 7 es una persona de 18 a 30 años, con fuerza, robustez y vigorosidad en los hombres y cuerpo delicado, frágil y ligero en las mujeres.

Además, el perfil cumple con varios de los estereotipos descritos en las ediciones anteriores. En esta edición son cuatro personas las reconocidas abiertamente como homosexuales (Ricky, Agoney, Marina y Mario). Todos los concursantes son *cishetero*. El lugar de procedencia de la mayoría es España, salvo Joao, quién sale expulsado en la primera gala y viene de Brasil. Por primera vez en *Operación Triunfo*, participa una persona *trans* en los *castings*.

En esta edición se da un claro empoderamiento de la mujer y la visibilización del colectivo LGTB+. Esto se plasma en actuaciones como la de Agoney y Raoul en la gala 7, en la que se dan un beso delante de toda España, el primer beso homosexual de la historia de OT en TVE. También, cuando Marina (conкурсante homosexual) sale expulsada en la gala 5 y le viene a ver su madre acompañada de su novio *trans* y se dan un beso. La aparición de Conchita Crust en la Gala especial que se hace de Eurovisión. También es reseñable la actitud de Amaia frente a los cánones femeninos que la sociedad establece. Este tipo de situaciones generaron también una reacción y repercusión por parte de medios como *El País* y *El Mundo*:

Así, el diario generalista *El Mundo* publicó entre el 29 de noviembre de 2017 y el 5 de febrero de 2019, cinco informaciones (2 en la sección Televisión, 2 en Música y 1 en FCINCO: LOC. (29 de noviembre de 2017). Los Javis de '*Operación triunfo*' sufren una agresión homófoba en plena calle. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/loc/famosos/2017/11/29/5a1ead2e468aeb09408b46a3.html>, Navas, M. (2 de diciembre de 2017). El beso transexual, denuncias de acoso escolar... y otras claves del casting de '*Operación Triunfo*'. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/loc/famosos/2017/12/02/5a2197bfe5fdea90638b45d8.html>, Roma, B. (9 de julio de 2018). Ana Guerra: "Estoy orgullosa de que el movimiento feminista use las letras de mis canciones como lemas". *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/cultura/musica/2018/07/06/5b3f7e96468aeb5b028b45e3.html>, FCINCO. (11 de julio de 2018). El tajante 'no' de Ana Guerra a Maluma: "Jamás voy a denigrar a una mujer". *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/f5/comparte/2018/07/10/5b4456efe2704ef6908b4577.html>, TRESB. (5 de febrero de 2019). Ana Guerra defiende las axilas sin depilar de Amaia "A mis sus pelos me encantan". *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/f5/descubre/2019/02/05/5c596ae521efa0d0608b45b3.html>.

Por otro lado, el diario *El País* también publicó entre 25 de octubre de 2017 y el 20 de enero de 2018, ocho informaciones (3 en la sección Gente, 2 en Tentaciones, 2 en ICON y 1 en Televisión): Alonso, G. (25 de octubre de 2017). La gente no puede parar de hablar de estas 9 cosas de ‘Operación Triunfo’ 2017. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2017/10/23/icon/1508775064_537181.html, Madrid. (29 de noviembre de 2017). ‘Los Javis’ sufren una agresión homófoba en la calle. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2017/11/29/gente/1511960636_294193.html, Alonso, G. (20 de diciembre de 2017). Del gueto a ‘Operación Triunfo’: así se democratizó la palabra maricón. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2017/12/12/icon/1513087264_551314.html, Peinado, M.L. (4 de diciembre de 2017). Triunfos. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2017/12/01/gente/1512141525_639260.html, Marcos, A. (1 de diciembre de 2017). El beso. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2017/11/28/gente/1511891375_143756.html, Del Almo, S. (4 de diciembre de 2017). Siete diferencias entre el mítico *Operación Triunfo* y el actual. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2017/12/01/tentaciones/1512121221_031084.html, Ruiz Jiménez, E. (25 de enero de 2018). ‘Operación Triunfo’ una ventana abierta en TVE. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/cultura/2017/12/11/television/1512985201_479768.html, Neil, A. (29 de enero de 2018). Por qué un artista LGTBI nunca ganará un talent show en España. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2018/01/26/tentaciones/1516973637_463352.html.

5. Conclusiones

Como hemos observado, mediante el análisis de los ‘Aspectos formales’, en la edición OT 1 (2001-2002) la representación de la mujer era escasa. Entre el profesorado solo había tres mujeres de los ocho profesores que formaban el equipo, aunque la directora de la academia era mujer, Nina. Mientras que en OT (2009) y OT 9 (2017-2018) pudimos ver como se revertía esta situación, ambas ediciones tuvieron el mismo número de mujeres que de hombres como profesorado.

Por otro lado, la figura del presentador ha sido masculina durante las tres ediciones, aunque debemos recalcar que el presentador de OT 7 era públicamente homosexual, Jesús Vázquez, frente a la reconocida heterosexualidad del presentador de OT 1, Carlos Lozano y de Roberto Leal, presentador de OT 9. Sin embargo, Jesús Vázquez cumplía los mismos estereotipos dándole importancia al aspecto físico de las mujeres.

Las mujeres casi no tuvieron voz como jurado en 2001-2002, ya que como demuestra el análisis cuantitativo realizado anteriormente, de 43 profesionales, 37 fueron hombres. La situación en este campo evolucionó en 2009, con la presencia de dos hombres y dos mujeres, que se mantuvieron casi el mismo número de galas. Sin embargo, en 2017-2018 se da un paso atrás con la colaboración de 7 mujeres frente a 12 hombres de los 19 miembros del jurado que fue invitado a lo largo de toda la edición.

Con respecto a los concursantes, en las tres ediciones los chicos recibieron más nominaciones. En la primera edición, la concursante ganadora y favorita del público fue Rosa, sin embargo, le seguían todas las semanas de cerca David Bisbal y David Bustamante. En la séptima edición, el ganador fue Mario, casi todas las galas salieron tres nombres de chicos como los más votados, solo al final se colaron los nombres de Silvia y Diana que representaron un 8% de popularidad frente al 92% de protagonismo que ocuparon los hombres durante esta edición. En la novena edición la ganadora fue Amaia, cabe destacar que pasaron a la final 4 mujeres (Aitana, Amaia, Ana Guerra y Miriam) y 1 hombre (Alfred).

Como hemos observado, por medio del análisis de la ‘Transmisión de estereotipos’, en OT 1 se produjeron 57 comportamientos estereotipados, en OT 7 se produjeron 44 y en OT 9 se dieron 23. Al respecto de esta evolución que ha mantenido *Operación Triunfo*, cabe señalar algunas leyes de igualdad que se aprobaron a lo largo de la producción de las tres ediciones: la Ley integral contra la violencia de género, LOVG (Ley Orgánica 1/2004 de 28 de diciembre), la Ley del matrimonio igualitario (2005), la Ley para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, LOIE (Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo), la Ley 8/2014 de no discriminación por motivos de identidad de género y de reconocimiento de los derechos de las personas transexuales y la Ley 2/2016 de Identidad y Expresión de Género e Igualdad Social y no Discriminación de la Comunidad de Madrid (Bernárdez, 2015). Además, en las dos primeras ediciones analizadas la actitud con la que se cometían los comportamientos estereotipados era legitimadora, sin embargo, en 2017-2018, el 78% de las veces que se produjo un comportamiento estereotipado se hizo con una actitud

sancionadora, frente al 22% de las veces que se hizo con una actitud legitimadora. Por eso pensamos que el desarrollo y la convivencia de las leyes igualitarias con la trayectoria de *Operación Triunfo* influyó de manera positiva en la audiencia y en los participantes, haciendo de la edición OT 9 la más inclusiva de la historia del programa.

Por otro lado, también es en 2017-2018 cuando se produce una mayor visibilización del colectivo LGTB+ además de un refuerzo del empoderamiento de la mujer. A diferencia de los comentarios sexistas que recibían las mujeres en OT 1 y OT 7, en OT 9 se reivindica el espacio de la mujer, la libertad de sus acciones, el derecho a elegir como sentirse con su propio cuerpo sin seguir los cánones de belleza establecidos. No solo son las mujeres, en especial Amaia, quienes reivindican el espacio de la mujer, sino que también concursantes como Alfred apoyan la lucha feminista, como hizo en la gala de Eurovisión llevando un traje diseñado para la causa. El día que Alfred llevó el traje era 21 de enero de 2018, cuatro meses después se produjo el 8 M, movilización motivada a nivel internacional por organizaciones feministas por la lucha contra la violencia machista y la desigualdad de género, cuyo fin fue visibilizar la explotación a la que están sometidas las mujeres en el ámbito laboral, social y familiar.

Por otro lado, las canciones que se presentaron candidatas a Eurovisión en 2017-2018 y que fueron de las más votadas por el público también reivindicaron luchas sociales, lo que diferencia esta edición de las anteriores. 'Arde', interpretada por Aitana, denunció la situación de riesgo que están viviendo los refugiados en las fronteras y 'Lo malo', interpretada por Ana Guerra y Aitana, reclamó el poder de la mujer a ser la dueña de sus acciones y decisiones y el poder decir que no y que se respete.

Las ediciones *Operación Triunfo 1* y *9* se produjeron en TVE, mientras que OT 7 tuvo su hueco en Telecinco. Existe una gran diferencia de perspectiva social entre la primera edición y la novena, a pesar de que ambas se han desarrollado en una cadena pública. Como dice el libro de estilo de TVE: "Los profesionales de RTVE tienen el compromiso de ofrecer al conjunto de la ciudadanía contenidos que impulsen la libertad de opinión, el espíritu crítico, la convivencia y la cohesión de ciudadanos y comunidades como miembros de un espacio democrático compartido." De hecho, es en 2017-2018 cuando se visibiliza por primera vez un beso homosexual entre dos hombres en una cadena pública.

Como hemos observado, los roles de género se han desdibujado prácticamente en OT 9, los estereotipos masculinos y femeninos analizados estaban mezclados, mientras que en

las ediciones anteriores se reflejaba que los hombres cumplían con la robustez, la vigorosidad y la fuerza, mientras que en su mayoría el perfil de mujer era de cuerpo débil, ligero y frágil. Por otro lado, ya en la edición OT 7 entraron dos personas de etnia gitana una homosexual, además del presentador y del director de la academia, Ángel Llácer, pero en OT 9 ya eran cuatro, además la concursante declarada abiertamente como bisexual cuyo nombre es Marina protagonizó un beso con su pareja *trans*.

Hemos llegado a la conclusión de que en *Operación Triunfo* se ha producido un antes un después desde la primera edición hasta la novena. Ese cambio ha permitido que la inclusión social sea mayor y que el número de comportamientos estereotipados y estereotipos sea menor, en todo esto ha tenido mucho que ver la evolución jurídico-social española, que se ha visto ligada al desarrollo del programa. Además, los cambios que se han producido a nivel social se han reflejado en el programa y directamente en los medios más tarde.

Por todo lo anterior, podemos concluir ~~entonces~~ que hemos cumplido con nuestros objetivos: el análisis de la construcción de estereotipos, así como el estudio de los estereotipos y las actitudes sancionadoras y legitimadoras que se han producido y que han ido cambiando, igual que los comportamientos estereotipados. Además de la investigación que hemos realizado sobre la reacción de *El País* y *El Mundo* a los cambios sufridos en las tres ediciones, especialmente, en *Operación Triunfo 9*.

Por tanto, la primera hipótesis planteada al inicio de este trabajo de investigación queda confirmada: El *reality show* crea estereotipos concretos en los que cada uno de los concursantes se ve representado a través de la construcción de su propia identidad. La segunda hipótesis también queda confirmada: Los estereotipos han evolucionado al ritmo de la situación jurídico-social española. Por último, también hemos podido confirmar la tercera hipótesis: el reflejo de estos cambios en el análisis de *Operación Triunfo*, supone la retroalimentación de otros medios como *El País* y *El Mundo*, que recogen estos cambios para asentar las bases del cambio social y alentar al debate social.

6. Bibliografía

- Alonso, G. (20 de diciembre de 2017). Del gueto a 'Operación Triunfo': así se democratizó la palabra maricón. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2017/12/12/icon/1513087264_551314.html
- Alonso, G. (25 de octubre de 2017). La gente no puede parar de hablar de estas 9 cosas de 'Operación Triunfo' 2017. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2017/10/23/icon/1508775064_537181.html
- Bernárdez, Rodal, A. (2015). *Mujeres en medio(s): Propuestas para analizar la comunicación masiva con perspectiva de género*. Madrid, España: Fundamentos
- Bonino, Luis (1995). *Micromachismos: la violencia invisible en la pareja*. En Jorge Corsi. *Violencia Masculina en la pareja*. Argentina: Paidós.
- Buckingham, D. (2003). *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona, España: Paidós Comunicación 158
- Casetti, F., y D. Chio, F. (1997). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona, España: Paidós
- Colás, P., y Villaciervos, P. (2007). La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes. *Revista de Investigación Educativa*. Recuperado de: [file:///C:/Users/Sandra/Downloads/96421-Texto%20del%20art%C3%ADculo-388401-1-10-20100308%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Sandra/Downloads/96421-Texto%20del%20art%C3%ADculo-388401-1-10-20100308%20(2).pdf)
- Del Almo, S. (4 de diciembre de 2017). Siete diferencias entre el mítico *Operación Triunfo* y el actual. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2017/12/01/tentaciones/1512121221_031084.html
- Eco, U. (1973). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona, España: Lumen
- FCINCO. (11 de julio de 2018). El tajante 'no' de Ana Guerra a Maluma: "Jamás voy a denigrar a una mujer". *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/f5/comparte/2018/07/10/5b4456efe2704ef6908b4577.html>
- Fidalgo, Yebra, M. (segundo trimestre de 2005). Televisión y telespectadores: un conflicto permanente. *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y*

- Educación*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1368018>
- Galán, Fajardo, E. (2006). *Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva*. Recuperado de: <https://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/9475>
- Galán, Fajardo, E. (marzo de 2007). Construcción de género y ficción televisiva en España. *Comunicar*. Recuperado de: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1320/b15281413.pdf?sequence=1>
- Gamarnik, Edith, C. (septiembre de 2009). Estereotipos sociales y medios de comunicación: un círculo vicioso. *Questión*. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/33079>
- Gómez, Mendoza, A. M. (2000). Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: Definición, clasificación y metodología. *Revista de Ciencias Humanas*. Recuperado de: <https://metodologiaecs.wordpress.com/2012/05/20/analisis-de-contenido-cualitativo-y-cuantitativo/>
- González, Gabaldón, B. (primer trimestre de 1999). Los estereotipos como factor de socialización en el género. *Comunicar*. Recuperado de: <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/825>
- Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito, Ecuador: Quipos, CIESPAL
- Guerrero, E. (2010). *El entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado*. Barcelona, España: Ediciones Deusto
- LOC. (29 de noviembre de 2017). Los Javis de 'Operación triunfo' sufren una agresión homófoba en plena calle. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/loc/famosos/2017/11/29/5a1ead2e468aeb09408b46a3.html>
- López, Clemente, L. (2018). De la estrategia multimedia a la transmedia: la evolución del programa *Operación Triunfo*. (Tesis de pregrado). Universitat Jaume I, Castellón.

- Madrid. (29 de noviembre de 2017). 'Los Javis' sufren una agresión homófoba en la calle. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2017/11/29/gente/1511960636_294193.html
- Maestre, Delgado. D. (tercer trimestre de 2005). <<Reality shows>>: el verdadero cerdo mediático. *Comunicar*. Recuperado de: <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/6984>
- Marcos, A. (1 de diciembre de 2017). El beso. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2017/11/28/gente/1511891375_143756.html
- Márquez, Bonilla, A. (2017-2018). *Operación triunfo* como fenómeno de éxito social e impacto en la sociedad. (Tesis de pregrado). Facultad de comunicación, Sevilla.
- Mesías, O. (2010). *La investigación cualitativa*. (Tesis doctoral). Urbanismo, Venezuela.
- Navas, M. (2 de diciembre de 2017). El beso transexual, denuncias de acoso escolar... y otras claves del casting de 'Operación Triunfo'. *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/loc/famosos/2017/12/02/5a2197bfe5fdea90638b45d8.html>
- Neil, A. (29 de enero de 2018). Por qué un artista LGTBI nunca ganará un talent show en España. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2018/01/26/tentaciones/1516973637_463352.html
- Núñez, Puente, S. (tercer trimestre de 2005). Género y televisión. Estereotipos y mecanismos de poder en el medio televisivo. *Comunicar*. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825092>
- Peinado, M.L. (4 de diciembre de 2017). Triunfos. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2017/12/01/gente/1512141525_639260.html
- Perales, Bazo. F. (semestral, 2011). La realidad mediatizada: el *reality show*. *Comunicación*. Recuperado de: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/11724/file_1.pdf?sequence=1
- Perales, F. (semestral de 2011). La realidad mediatizada: el *reality show*. *Comunicación*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4366887>

Pérez Flores, Larisa (2014). Reseña de Blazquez, Flores y Ríos (Coords.) (2010/2012) *Investigación feminista: epistemología, metodología y representaciones sociales*.

Doi: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/qpsicologia.1225>

Roma, B. (9 de julio de 2018). Ana Guerra: "Estoy orgullosa de que el movimiento feminista use las letras de mis canciones como lemas". *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/cultura/musica/2018/07/06/5b3f7e96468aeb5b028b45e3.html>

Ruiz Jiménez, E. (25 de enero de 2018). 'Operación Triunfo' una ventana abierta en TVE. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/cultura/2017/12/11/television/1512985201_479768.html

TRESB. (5 de febrero de 2019). Ana Guerra defiende las axilas sin depilar de Amaia "A mis sus pelos me encantan". *El Mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/f5/descubre/2019/02/05/5c596ae521efa0d0608b45b3.html>

7. Anexos

En este apartado se incluyen los ‘Aspectos formales’ y la ‘Transmisión de los estereotipos’ (Tabla de codificación de elaboración propia 1) de la primera gala de cada edición analizada (OT 1, OT 7 y OT 9) y el ‘Perfil de concursante’ (Tabla de codificación de elaboración propia 2). No hemos incluido las 17 tablas de la primera temporada, las 15 de cada gala de la séptima temporada y las 17 tablas de la novena temporada porque el volumen del trabajo se haría muy extenso.

Perfil de concursante			
Edición	2001-2002	2009	2017-2018
Nombre	David Bustamante Natalia Juan Mireia Geno Machado Álex Rosa David Bisbal Chenoa Javián Nuria Fergó Naím Thomas Verónica Gisela Alejandro Manu Tenorio		
Edad	19 18 28 19 19 20 20 22 26 27 22 23 22 23 26		
Cualidades físicas	David Bustamante: fuerza, robustez, vigorosidad Natalia: cuerpo delicado, frágil, ligero Juan: fuerza, robustez, vigorosidad		

	<p>Mireia: cuerpo delicado, frágil, ligero Geno Machado: cuerpo delicado, frágil, ligero Álex: fuerza, robustez, vigorosidad Rosa: fuerza, robustez, vigorosidad David Bisbal: fuerza, robustez, vigorosidad Chenoa: cuerpo delicado, frágil, ligero Javián: fuerza, robustez, vigorosidad Nuria Fergó: cuerpo delicado, frágil, ligero Naím Thomas: fuerza, robustez, vigorosidad Verónica: cuerpo delicado, frágil, ligero Gisela: cuerpo delicado, frágil, ligero Alejandro: fuerza, robustez, vigorosidad Manu Tenorio: fuerza, robustez, vigorosidad</p>
Estereotipo	<p>David Bustamante: emotivo, comunicativo, dominante, agresivo, competitivo, fuerte, subjetivo, dependiente Natalia: fría, pasiva, tierna, racional, competitiva, subjetiva, dependiente Juan: emotivo, tierno, objetivo, racional, dependiente Mireia: emotiva, pasiva, tierna, subjetiva, comunicativa, dependiente Geno Machado: emotiva, tierna, comunicativa, racional, dominante, competitiva, fuerte Álex: comunicativo, racional, dominante, agresivo, competitivo, fuerte, frío, objetivo Rosa: emotiva, pasiva, tierna, subjetiva, fuerte David Bisbal: emotivo, subjetivo, comunicativo, racional, dominante, agresivo, competitivo, fuerte, tierno Chenoa: racional, dominante, agresiva, tierna, competitiva, fuerte, fría Javián: pasivo, subjetivo, agresivo, competitivo, fuerte, frío Nuria Fergó: emotiva, tierna, comunicativa, dominante, competitiva, fuerte, objetiva, dependiente Naím Thomas: comunicativo, racional, dominante, competitivo, fuerte, frío, objetivo Verónica: emotiva, pasiva, dependiente, tierna, subjetiva, competitiva, Gisela: emotiva, tierna, comunicativa, racional, dominante, competitiva, subjetiva Alejandro: pasivo, comunicativo, racional, agresivo, competitivo, frío, objetivo</p>

	Manu Tenorio: dependiente, racional, dominante, agresivo, frío, objetivo
Sexo	Hombre Mujer Hombre Mujer Mujer Hombre Mujer Hombre Mujer Hombre Mujer Hombre Mujer Hombre Mujer Mujer Hombre Hombre
Género	Cis (Todos)
Orientación sexual	Hetero (Todos)
Nacionalidad	Cantabria Andalucía (Cádiz) Madrid Valencia (Tarragona) Canarias (Las Palmas) Barcelona Granada Andalucía (Almería) Baleares, adoptada de Argentina Sevilla Málaga Canarias (Santa Cruz de Tenerife) Valencia (Alicante) Barcelona Valencia Sevilla

Tabla 2: Tabla de codificación de elaboración propia

Aspectos formales					
Año	2001	2002	2002	2017	2018
Número de edición	OT 1 (2001-2002)		OT 7 (2009)	OT 9 (2017-2018)	
Número de gala	0 (22/10)				
Duración	2:45:18				
Canal	Youtube				

Productora	Gestmusic Endemol S.A.U.	
Producción	Clara Roca Patricia Focardell Anna Sabarich Montse Escobar Aurora Sotelo Marta Mayol Gemma Bonet Montse García Mónica Carbonell Mapi Rodríguez Isabel Navarro	
Redacción	Ainhoa Casado Yvette moya-Angeler Noelia Nicolás Adriana Vergés Maite Esparza Claudia Hosta Eva Marín Raquel Puente Judith Hernando Nuria Fonollà Magda Pérez Yolanda Fernández	
Realización	Pol Mainat Jordi Rafart Eduard Pampín Emili Sampietro David Sardá Rut Boixader Taida Martínez Ferran Armengol	
Idea original	Josep Ma. Mainat Toni Cruz Joan Ramon Mainat	
Cadena de emisión	Telecinco	TVE
Presentador	Carlos Lozano	
Los más populares votados por el público		
Salvado por los profesores		
Salvado por los compañeros		
Nominados		
Expulsado		
Salvado		

Invitado / Visita		
Sorpresa		
Jurado / Cargo		
Profesores / Cargo	Directora	Nina
	Departamento de danza y expresión corporal	Lawrece de Maeyer
	Coreógrafo	Javier Castillo
	Asistente de coreografía	Mayte Marcos
	Profesor de educación física	Nestor Serra
	Profesora de técnica vocal y de coros	Helen Rowson
	Talleres de estilo y dirección coral	Manu Guix
Canción / Concurante	"No importa la distancia", de Ricky Martin	David Bustamante
	"De dónde soy", de Thalía	Mireia
	"El amor que soñé", de Mariah Carey	Natalia
	"Over my shoulder", de Mike + The Mechanics	Juan
	"Pero me acuerdo de ti", de Christina Aguilera	Geno
	"A puro dolor", de Son By Four	Álex
	"Killing Me Softly with His Song", de Roberta Flack	Rosa
	"La casa de Inés", de Guaraná	David Bisbal
	"She Bangs", de Ricky Martin	Javián
	"Lía", de Ana Belén	Chenoa
	"Si nos dejan", de Tamara	Nuria Fergó
	"Isn't She Lovely", de Stevie Wonder	Naím
	"One Moment In Time", de Whitney Houston	Verónica

	"Man! I Feel Like a Woman!", de Shania Twain	Gisela
	"Carolina", de M-Clan	Alejandro
	"O tú o ninguna", de Luis Miguel	Manu Tenorio
Transmisión de los estereotipos		
¿Quién habla?	Carlos Lozano (presentador)	
¿Qué dice?	<p>Carlos Lozano: ¿Qué piensan tus padres al ser tan pequeña?</p> <p>Carlos Lozano: Si la fama se consiguiera llorando tú ya serías famosa, tú eres una persona muy sensible, ¿crees que vas a aguantar más de 100 días aquí? ¿Nos vas a cantar algo? Pero algo que no sea dramático mujer, a ver si vamos a llorar todos</p> <p>Carlos Lozano: A <i>Operación Triunfo</i> se presentó todo tipo de gente y el nivel era altísimo y algunos despuntaban, pero no precisamente por su voz. Estos personajes no pasaron la prueba de selección, por supuesto, pero desde aquí les mandamos un fuerte aplauso, gracias por el entusiasmo, sois maravillosos. Lo habéis intentado por lo menos.</p> <p>Carlos Lozano: Oye Geno siempre que estás contenta te mueves así (haciendo alusión a mover el culo), a ver cómo era, como era (silbidos)</p> <p>Carlos Lozano: Tú eras doña dudas, siempre estabas dudando, ¿por qué tenías tanta poca confianza en ti? ¿Por qué creías que no ibas a ser aceptada en la academia? Yo personalmente te digo ya que por el físico seguro que no es y es más yo creo que ninguno de vosotros, de los concursantes, sabíais los que estaban buscando en el fondo. Además, si tú lo que quieres es adelgazar tenemos una cocina dietética en la academia, vas a hacer deporte, fuera complejos, lo importante es tu voz</p>	

	<p>Carlos Lozano: Le das mucha importancia al físico, ¿tú crees que es importante el físico para triunfar?</p> <p>Carlos Lozano: Cuidado con Rosa cuando vea el comedor, porque si quiere perder peso...</p>
¿A quién se lo dice?	<p>Natalia Mireia Público Geno Rosa Nuria Público</p>
¿Por qué?	<p>Es la más pequeña del grupo de los 16 concursantes de OT</p> <p>Se emociona y llora en los castings</p> <p>Casting de 268 (señora mayor), 170 (gótico), 74 (latina), 257 (del espectáculo), 316 (gordo estrambótico), 191 (cani), 117 (gordo con gracia), 31 (señor mayor), 137 (chico tímido), 70 (hombre con voz aguda), 76 (cani), 461 (señor mayor), 61 (negro), 209 (chica gorda que quería cantar japonés)</p> <p>Geno Machado hace un movimiento de culo cuando sale del casting contenta de que la hayan elegido y Carlos le hace repetirlo y el público silva</p> <p>Rosa se emociona mucho con el tema del aspecto físico en sus audiciones y en la gala</p> <p>Están hablando de cómo es la televisión</p> <p>Rosa está acomplejada con su físico</p>
¿Con qué actitud?	<p>Legitimadora: Inferioridad y protección</p> <p>Legitimadora: Desprecio, infravalorándola por ser sensible, hasta retándola</p> <p>Legitimadora: Risa y burla, espectáculo</p>

	<p>Legitimadora: Lasciva y de morbo, cosificando el cuerpo de la mujer</p> <p>Sancionadora: De cotilleo, de morbo, pero también de apoyo</p> <p>Sancionadora: Siente curiosidad</p> <p>Legitimadora: Burla, de espectáculo</p>
¿Cuándo lo dice?	<p>27:50 – 28:08</p> <p>34:10 – 34:23</p> <p>45:00 – 48:45</p> <p>56:31 – 56:43</p> <p>1:05:43 – 1:08:15</p> <p>1:38:30 – 1:39:11</p> <p>2:39:07 – 2:39:12</p>
Comportamiento estereotipado	<p>La idea de la mujer frágil (Necesita protección y ser cuidada)</p> <p>La idea de la mujer frágil (Sensible)</p> <p>Está ridiculizando el aspecto físico de otras personas que son diferentes y haciendo de ello una risa y un espectáculo</p> <p>Está cosificando el cuerpo de Geno Machado</p> <p>Prototipo de cuerpo femenino perfecto (Complejo físico de Rosa)</p> <p>Prototipo de cuerpo femenino perfecto (Nuria dice que sí que importa el físico para triunfar)</p> <p>Prototipo de cuerpo femenino perfecto (El presentador se burla del complejo físico que tiene Rosa con su cuerpo)</p>

Tabla 1: Tabla de codificación de elaboración propia

Perfil de concursante			
Año	2001-2002	2009	2017-2018
Nombre	Cristina Rueda Víctor (Maxi) Jon Allende Mario Víctor (Púa) Pedro Moreno Elías		

	Patty Nazaret Brenda Mau Rafa Diana Samuel Patricia Navarro Guadiana Ángel Capel Alba Lucía Silvia
Edad	16 25 23 23 18 20 22 26 19 20 21 20 19 21 22 22 18 16
Cualidades físicas	Cristina Rueda: fuerza, robustez, vigorosidad Víctor (Maxi): fuerza, robustez, vigorosidad Jon Allende: fuerza, robustez, vigorosidad Mario: fuerza, robustez, vigorosidad Víctor (Púa): fuerza, robustez, vigorosidad Pedro Moreno: fuerza, robustez, vigorosidad Elías: fuerza, robustez, vigorosidad Patty: cuerpo delicado, frágil, ligero Nazaret Brenda Mau: fuerza, robustez, vigorosidad Rafa: fuerza, robustez, vigorosidad Diana: cuerpo delicado, frágil, ligero Samuel: fuerza, robustez, vigorosidad Patricia Navarro: cuerpo delicado, frágil, ligero Guadiana: fuerza, robustez, vigorosidad Ángel Capel: fuerza, robustez, vigorosidad Alba Lucía: fuerza, robustez, vigorosidad Silvia: cuerpo delicado, frágil, ligero

Estereotipo	<p>Cristina Rueda: pasiva, racional, dominante, competitiva, fuerte, fría, objetiva</p> <p>Víctor (Maxi): emotivo, dependiente, tierno, subjetivo, comunicativo, racional, competitivo</p> <p>Jon Allende: racional, dominante, agresivo, competitivo, fuerte, frío, objetivo</p> <p>Mario: pasivo, racional, dominante, competitivo, fuerte, frío, objetivo</p> <p>Víctor (Púa): pasivo, tierno, comunicativo, racional, dominante, fuerte, frío, objetivo</p> <p>Pedro Moreno: pasivo, racional, dominante, competitivo, frío, objetivo</p> <p>Elías: emotivo, dependiente, subjetivo, comunicativo, dominante, agresivo, competitivo, fuerte</p> <p>Patty: emotiva, pasiva, dependiente, tierna, fría</p> <p>Nazaret: emotiva, pasiva, subjetiva, competitiva, fuerte</p> <p>Brenda Mau: emotiva, pasiva, dependiente, tierna, comunicativa, racional, dominante, competitiva, fuerte, objetiva</p> <p>Rafa: emotivo, pasivo, dependiente, comunicativo, racional, objetivo</p> <p>Diana: emotiva, dependiente, tierna, subjetiva, comunicativa, racional, competitiva, fuerte</p> <p>Samuel: tierno, comunicativo, racional, dominante, agresivo, competitivo, fuerte, objetivo</p> <p>Patricia Navarro: emotiva, pasiva, dependiente, tierna, subjetiva</p> <p>Guadiana: pasiva, racional, dominante, fría, objetiva</p> <p>Ángel Capel: dependiente, subjetivo, comunicativo, racional, dominante, agresivo, competitivo, fuerte</p> <p>Alba Lucía: emotiva, pasiva, dependiente, tierna, subjetiva, comunicativa, racional</p> <p>Silvia: emotiva, tierna, subjetiva, racional, dominante, competitiva, agresiva, fuerte, fría</p>
Sexo	<p>Mujer</p> <p>Hombre</p> <p>Hombre</p> <p>Hombre</p> <p>Hombre</p> <p>Hombre</p> <p>Hombre</p> <p>Mujer</p>

	Mujer Mujer Hombre Mujer Hombre Mujer Mujer Hombre Mujer Mujer
Género	Cis (Todos)
Orientación sexual	El único concursante homosexual es Maxi
Nacionalidad	Málaga (Marbella) Barcelona (Reus) Vizcaya (Baracaldo) Asturias (Oviedo) Barcelona (San Vicente dels Horts) Cádiz (Jerez de la Frontera) Extremadura - Badajoz (Almendralejo) Madrid Madrid Barcelona Valencia (Vall de Uxó) Andalucía - Almería (La Cañada de San Urbano) Madrid Madrid Extremadura (Badajoz) Andalucía - Almería (Albox) Murcia Barcelona

Tabla 2: Tabla de codificación de elaboración propia

Aspectos formales					
Año	2001	2002	2009	2017	2018
Número de edición	OT 1 (2001-2002)		OT 7 (2009)	OT 9 (2017-2018)	
Número de gala	 Casting final (21/04)				
Duración	1:27:30				
Canal	Youtube				
Productora	Gestmusic Endemol S.A.U.				
Producción	Albert Grau				

	Lola Hernández Carol Puyol Pepa Ibañez Corinna Sarsanedas		
Redacción	Yolanda Fernández (GUIÓN) Sergio Arévalo Nia Sanjuan Laura Gallardo Jamie Preto Anabe Manzano Laia Vidal Angels Molina		
Realización	Fernand Armengol Ruth Boixader Joan Baqués		
Idea original	Josep Ma. Mainat Toni Cruz Joan Ramon Mainat		
Cadena de emisión	Telecinco	TVE	
Presentador	Jesús Vázquez		
Elegidos para la Gala 0	Pedro Moreno Nazaret Brenda Mau Elías Jon Allende Cristina Rueda Rafa Diana Samuel Patricia Navarro Mario Guadiana Ángel Capel Patty Víctor (Maxi) Alba Lucía Víctor (Púa) Silvia		
Los más populares votados por el público			
Favorito del público			
Salvado por los profesores			
Salvado por los compañeros			
Nominados			
Expulsado			

Salvado		
Invitado / Visita		
Sorpresa		
Jurado / Cargo		
Profesores / Cargo		
Canción / Concurante		

Transmisión de los estereotipos	
¿Quién habla?	Noemí Galera Noemí Galera
¿Qué dice?	Noemí Galera: Cristina, ¿y si entras en <i>Operación Triunfo</i> y te hacemos bailar, como una loca? ¿Y si te ponemos unos taconazos? Noemí Galera: Confirmadísimo, cantas mejor sin gorra
¿A quién se lo dice?	Cristina (aspirante) Víctor (aspirante)
¿Por qué?	Cristina es una chica rockera con atributos masculinos Le gusta llevar gorra y se la hace quitar
¿Con qué actitud?	Sancionadora: Reto Sancionadora: Reto
¿Cuándo lo dice?	4:24 – 4:31 5:04 – 5:07
Comportamiento estereotipado	Prototipo de comportamiento femenino (asociar los tacones con las mujeres) Alusión a una característica física (El programa tiene que ver con la voz)

Tabla 1: Tabla de codificación de elaboración propia

Perfil de concursante			
Edición	2001-2002	2009	2017-2018
Nombre	Aitana Mario Miriam Agoney Alfred Mimi Juan Antonio Thalía Cepeda Marina Ricky Mireya Raoul Joao Nerea Amaia Ana Guerra		

	Roi
Edad	18 21 21 22 20 25 23 18 28 19 30 20 20 21 18 18 23 24
Cualidades físicas	Aitana: cuerpo delicado, frágil, ligero Mario: cuerpo delicado, frágil, ligero Miriam: cuerpo delicado, frágil, ligero Agoney: cuerpo delicado, frágil, ligero Alfred: fuerza, robustez, vigorosidad Mimi: cuerpo delicado, frágil, ligero Juan Antonio: cuerpo delicado, frágil, ligero Thalía: fuerza, robustez, vigorosidad Cepeda: fuerza, robustez, vigorosidad Marina: fuerza, robustez, vigorosidad Ricky: fuerza, robustez, vigorosidad Mireya: cuerpo delicado, frágil, ligero Raoul: fuerza, robustez, vigorosidad Joao: fuerza, robustez, vigorosidad Nerea: cuerpo delicado, frágil, ligero Amaia: cuerpo delicado, frágil, ligero Ana Guerra: cuerpo delicado, frágil, ligero Roi: fuerza, robustez, vigorosidad
Estereotipo	Aitana: emotiva, tierna, dependiente, subjetiva, comunicativa, dominante, competitiva, fuerte Mario: emotivo, pasivo, dependiente, subjetivo, comunicativo Miriam: emotiva, objetiva, comunicativa, racional, dominante, agresiva, competitiva, fuerte, fría Agoney: emotivo, dependiente, tierno, comunicativo, dominante, agresivo, competitivo, fuerte, objetivo Alfred: emotivo, pasivo, dependiente, tierno, comunicativo, racional, fuerte, objetivo

	<p>Mimi: emotiva, pasiva, dependiente, subjetiva, comunicativa, fuerte</p> <p>Juan Antonio: pasivo, racional, fuerte, frío, objetivo</p> <p>Thalía: emotiva, subjetiva, comunicativa, racional, dominante, agresiva, competitiva, fuerte</p> <p>Cepeda: pasivo, dependiente, subjetivo, agresivo, competitivo, frío</p> <p>Marina: emotiva, tierna, comunicativa, racional, dominante, fuerte, objetiva</p> <p>Ricky: emotivo, comunicativo, racional, dominante, competitivo, fuerte, objetivo</p> <p>Mireya: pasiva, racional, competitiva, fuerte, fría, objetiva</p> <p>Raoul: emotivo, pasivo, dependiente, tierno, subjetivo, comunicativo, agresivo, dominante, competitivo</p> <p>Joao: emotivo, pasivo, racional, dominante, frío, objetivo</p> <p>Nerea: emotiva, dependiente, tierna, subjetiva, comunicativa, racional, dominante, fuerte</p> <p>Amaia: emotiva, dependiente, tierna, subjetiva, comunicativa, racional, dominante, competitiva, fuerte</p> <p>Ana Guerra: emotiva, tierna, subjetiva, comunicativa, racional, dominante, agresiva, competitiva, fuerte</p> <p>Roi: emotivo, dependiente, tierno, comunicativo, objetivo, dominante, agresivo, competitivo, fuerte</p>
Sexo	<p>Mujer</p> <p>Hombre</p> <p>Mujer</p> <p>Hombre</p> <p>Hombre</p> <p>Mujer</p> <p>Hombre</p> <p>Mujer</p> <p>Hombre</p> <p>Mujer</p> <p>Hombre</p> <p>Mujer</p> <p>Hombre</p> <p>Mujer</p> <p>Hombre</p> <p>Mujer</p> <p>Mujer</p> <p>Mujer</p> <p>Hombre</p>

Género	Cis (Todos)
Orientación sexual	Hetero Homosexual Hetero Homosexual Hetero Hetero Hetero Hetero Hetero Homosexual Homosexual Hetero Hetero Hetero Hetero Hetero Hetero Hetero
Nacionalidad	Barcelona Madrid (Vallecas) Galicia - A Coruña (Pontedeume) Canarias - Adeje (Santa Cruz de Tenerife) Prat de Llobregat (Barcelona) Huétor Tájar (Granada) Vizcaya (Bilbao) Extremadura - Malpartida de Plasencia (Cáceres) Galicia - Ourense Sevilla (Baleares) Palma de Mallorca Alhaurin de la Torre (Málaga) Barcelona São Pablo (Brasil) Barcelona Pamplona Canarias - Santa Cruz de Tenerife Galicia - Santiago de Compostela

Tabla 2: Tabla de codificación de elaboración propia

Aspectos formales					
Año	2001	2002	2009	2017	2018
Número de edición	OT 1 (2001-2002)		OT 7 (2009)		OT 9 (2017-2018)
Número de gala	0 (23/10)				
Duración	3:19:50				

Canal	Youtube	
Productora	Gestmusic Endemol S.A.U.	
Producción	Tinet Rubira Jordi Rasell Josep Parés Corinna Sarsanedas Pati Forcadell Isabel Blesa	
Redacción		
Realización	Jordi Vives	
Idea original	Josep Ma. Mainat Toni Cruz Joan Ramon Mainat	
Cadena de emisión	Telecinco	TVE
Presentador	Roberto Leal	
Los más populares votados por el público		
Favorito del público		
Salvada por los profesores	Thalía y Amaia	
Salvado por los compañeros		
Nominados	Mario / Joao / Amaia / Mimi / Thalía	
Expulsado	Mario (16%) y Joao (39%)	
Salvado	Mimi (45%)	
Invitado / Visita	Mónica Naranjo	
Sorpresa	Los que lleguen a la final y el ganador o ganadora de <i>Operación Triunfo</i> se llevarán 100000 en metálico	
Jurado / Cargo	Productor ejecutivo y director artístico de Universal Music	Manuel Martos
	Cantante, autora y productora musical	Mónica Naranjo
	Director de marketing de Live Nation Barcelona	Joe Pérez-Orive
Profesores / Cargo	Profesoras de bailes urbanos	Sheila Ortega y Cristina Burgos

	Profesores de técnica vocal	Joan Carles Capdevila, Laura Andrés y Mamen Márquez
	Profesores de interpretación	Javier Calvo y Javier Ambrossi
	Coreógrafa	Vicky Gómez
	Profesor de cultura musical	Guille Milkyway
	Yoga	Xuan Lan
	Instructora de actividad física y vida sana	Magali Dalix
	Experta en estilismo y expresión oral	Andrea Vilallonga
	Director musical	Manu Guix
	Directora de la academia y profesora del chat	Noemí Galera
Canción / Concursante	«Bang Bang» (Jessie J)	Aitana
	«Sofía» (Álvaro Soler)	Mario
	«No te pude retener» (Vanesa Martín)	Miriam
	«Purple Rain» (Prince)	Agoney
	«Georgia on my Mind» (Ray Charles)	Alfred
	«Don't Cha» (Pussycat Dolls)	Mimi
	«Pasos de cero» (Pablo Alborán)	Juan Antonio
	«Break Free» (Ariana Grande)	Thalía
	«Tú me obligaste» (Antonio José)	Cepeda
	«Girl on Fire» (Alicia Keys)	Marina

	«Adventure of a Lifetime» (Coldplay)	Ricky
	«Hoy» (India Martínez)	Mireya
	«Catch and Release» (Matt Simons)	Raoul
	«Stand by Me» (Ben E. King)	Joao
	«Qué hay más allá» (María Parrado)	Nerea
	«Starman» (David Bowie)	Amaia
	«Cómo te atreves» (Morat)	Ana Guerra
	«Don't Worry» (Madcon)	Roi
Transmisión de los estereotipos		
¿Quién habla?	Roberto Leal	
¿Qué dice?	Tú dices que ese flequillo que tienes tan bonito es intocable, si cruzas la pasarela y entras en la academia lo mismo los estilistas te dicen, ese flequillo va fuera.	
¿A quién se lo dice?	Aitana	
¿Por qué?	Es la gala de presentación	
¿Con qué actitud?	Legitimadora: De conocer, positiva	
¿Cuándo lo dice?	33:32 – 33:42	
Comportamiento estereotipado	Alusión a características físicas	

Tabla 1: Tabla de codificación de elaboración propia