

RESUMEN DE LA TESIS

Maestría en Gestión del Diseño

Lucas Marenco

La representación del envejecimiento femenino en Hollywood y la deconstrucción del edadismo en las plataformas de streaming (2015-2022).

- Argentino.
- Licenciado en Actuación. Universidad Nacional de las Artes. Buenos Aires, Argentina.
- Cargo actual: Supervisor de Arte y Diseño, Edenred Argentina. Buenos Aires Argentina.

Introducción

La tesis analiza la transformación de la representación del envejecimiento femenino en la industria audiovisual, haciendo hincapié en el modo en que las plataformas de *streaming* contribuyen, entre el 2015 y 2022, a deconstruir los estereotipos edadistas tradicionalmente promovidos por el paradigma hollywoodense. Se trabaja específicamente con mujeres cisgénero, entendiendo que este grupo ha sido históricamente el principal blanco del edadismo, vinculado a nociones de pérdida de valor social con el paso del tiempo.

Tomando como premisa el concepto de edadismo —acuñado por Robert Butler— y su internalización en la cultura occidental, se expone cómo los medios de comunicación hegemónicos han reforzado estereotipos negativos sobre la vejez femenina. En contraposición, a los casos de estudio seleccionado, las series *Grace & Frankie* (Netflix) y *And Just Like That* (HBO Max), que proponen narrativas más inclusivas y complejas que visibilizan la sexualidad, autonomía y capacidad productiva de las mujeres mayores.

Dichas producciones reflejan la propuesta impulsada tanto por el crecimiento de las plataformas digitales como por el avance de la cuarta ola del feminismo, que desafía los cánones de belleza y los roles tradicionales asignados a la mujer. Es así, como de objetivo general de la investigación se establece el análisis y el modo en que estas representaciones audiovisuales contribuyen a la construcción de un nuevo imaginario social sobre el envejecimiento femenino.

Conclusiones

Las series analizadas muestran avances significativos en la forma de representar a las

mujeres mayores, visibilizando su deseo, autonomía y relevancia social. Sin embargo, estas representaciones siguen ancladas, en parte, en ideales de juventud, consumo y estéticas *ageless*. Las plataformas de *streaming* aparecen como espacios de tensión simbólica: habilitan nuevos discursos, pero aún operan bajo lógicas heredadas de Hollywood. Así, la tesis concluye que estamos ante un cambio incipiente, donde el discurso audiovisual comienza a abrirse a la diversidad etaria, pero requiere mayor profundidad y compromiso para consolidar una verdadera transformación.

Recorte temático

Esta investigación se ubica en el cruce entre comunicación audiovisual, estudios de género y análisis cultural, focalizándose en la representación del envejecimiento femenino en las producciones audiovisuales de la industria de Hollywood durante el período 2015–2022. Esta delimitación temporal se justifica por la necesidad de abordar un fenómeno que, si bien ha sido objeto de análisis desde perspectivas sociológicas, psicológicas o clínicas, aún presenta una vacancia significativa en el campo del diseño y la representación mediática, especialmente cuando se lo vincula a la perspectiva de género y la función que cumplen las plataformas de *streaming* como nuevos agentes culturales.

La tesis se concentra en el estudio de cómo el paradigma edadista —entendido como el conjunto de estereotipos, prejuicios y prácticas discriminatorias dirigidas hacia las personas mayores, particularmente hacia las mujeres— ha sido construido, sostenido y recientemente tensionado en el discurso audiovisual. El análisis parte de la premisa que la industria hollywoodense ha promovido a lo largo del tiempo un ideal de mujer ligado a la juventud y la belleza hegemónica, excluyendo de los relatos centrales a las mujeres mayores o relegándolas a roles secundarios.

Por consiguiente, esta investigación se enfoca en la representación de mujeres cisgénero adultas mayores en dos series producidas por plataformas de *streaming*: *Grace & Frankie*

(Netflix, 2015–2022) y *And Just Like That* (HBO Max, 2021-Actualidad). Dichas producciones se constituyen como propuestas que ofrecen un relato alternativo, con perspectiva de género, sobre la vejez femenina, abordando aspectos como la sexualidad en la madurez, la reinscripción laboral, el deseo, el cuerpo envejecido y la amistad en la adultez.

Desde este enfoque, se incluye el análisis de decisiones estéticas y técnicas propias del campo del diseño audiovisual: iluminación, caracterización, casting, edición, vestuario y maquillaje, entre otras. Estas dimensiones no solo configuran la representación de los personajes envejecidos, sino que también transmiten una ideología y contribuyen a reforzar o cuestionar los cánones de belleza y la idea de juventud impuestos por la industria cultural.

Asimismo, el recorte temático se vincula con transformaciones socioculturales contemporáneas, como la expansión de la cuarta ola del feminismo, el envejecimiento activo y el surgimiento de una nueva longevidad. Estos fenómenos impactan en las agendas políticas, los consumos culturales y los modos de representación, influyendo tanto en los relatos audiovisuales como en la forma en que las audiencias perciben e interpretan la edad y el género. En este marco, las plataformas de *streaming* se constituyen como espacios de circulación de discursos que, si bien aún operan dentro del sistema hegemónico, posibilitan la difusión de narrativas que proponen un paradigma distinto y opuesto en varios puntos al que impera en la actualidad en la industria audiovisual.

Pregunta Problema

¿Cómo contribuyen las representaciones deconstruidas de estereotipos edadistas femeninos de las series de *streaming*, emitidas entre 2015 y 2022, a la modificación del paradigma de envejecimiento femenino hollywoodense?

Recorrido metodológico

La representación audiovisual tiene una incidencia relevante en la construcción de imaginarios sociales sobre el cuerpo femenino envejecido. En el caso de las producciones de Hollywood realizadas para plataformas de *streaming* entre 2015 y 2022, estas narrativas posicionan a mujeres adultas como protagonistas activas, en un intento por tensionar los estereotipos edadistas

tradicionales. Este giro discursivo se vincula con transformaciones sociales y culturales más amplias, donde los movimientos feministas y los cambios en los consumos audiovisuales habilitan nuevas formas de visibilidad para las mujeres mayores.

A través de la estrategia metodológica y los soportes empíricos desarrollados en esta investigación —análisis audiovisual y entrevistas en profundidad— se evidencia cómo estas producciones construyen un nuevo modelo narrativo y estético en torno al envejecimiento femenino, sin desprenderse completamente de la lógica hegemónica de la industria.

Como hipótesis de esta tesis, se sostiene que las series de *streaming* producidas por la industria de Hollywood, entre 2015 y 2022, presentan ciertas representaciones deconstruidas de mujeres adultas que buscan oponerse a los estereotipos edadistas tradicionales sobre el envejecimiento femenino. Esto se lleva a cabo a través de la disminución o no utilización de efectos para el tratamiento de la imagen durante la edición en posproducción, o incluso el uso de recursos en pos de acentuar el paso del tiempo en estas mujeres. De manera similar, se postula que en estas series se construyen representaciones que invitan a repensar estas construcciones en torno al envejecimiento y las percepciones sociales que llevan a catalogar a una persona como vieja dentro de la cultura occidental.

Sin embargo, dichos intentos resultan parciales y/o limitados, ya que estas producciones audiovisuales continúan insertándose dentro de la lógica hegemónica de la industria. De este modo, si bien la industria del *streaming* contribuye al fortalecimiento de un nuevo paradigma en torno al envejecimiento, al mismo tiempo continúan replicando una lógica que podría considerarse edadista. Por consiguiente, se evidencia un momento germinal de esta nueva propuesta, donde la industria y la sociedad establecen pactos que se actualizan constantemente, atravesados por los sesgos contemporáneos.

Objetivo general: analizar la contribución de las series de *streaming* con perspectiva de género, emitidas entre 2015 y 2022, a la deconstrucción de estereotipos edadistas sobre la mujer expuestos por la industria hollywoodense. Para abordar adecuadamente este objetivo general, se buscará:

1) Determinar las características de los estereotipos generados por los medios de comunicación hegemónicos sobre el

envejecimiento femenino y sus modificaciones en las plataformas de *streaming*, contraponiendo estas rupturas al modelo hollywoodense establecido en la industria audiovisual.

2) Identificar la manera en que los recursos audiovisuales, tales como la iluminación, el guion y la caracterización del personaje (vestuario y maquillaje), como también la edición y elección del reparto (casting), son utilizados en las distintas etapas de producción, para reforzar el concepto de juventud a partir de los casos de estudio seleccionados, analizando su impacto en la sociedad actual.

3) Analizar el concepto de edadismo en los medios de comunicación hegemónicos y los cambios introducidos a partir de las rupturas generadas que impulsan un nuevo paradigma con indicios antedadistas desde las plataformas de *streaming* en Hollywood, establecido dentro del mismo sistema hegemónico al que se contrapone.

Desarrollo de la investigación

La tesis se estructura en cuatro capítulos. El primero problematiza la construcción social del edadismo y el papel de los medios en su reproducción. El segundo aborda la irrupción del feminismo y las plataformas de *streaming* como factores que modifican los modos de producción y representación de la vejez femenina. El tercer capítulo analiza los casos de estudio, identificando estrategias narrativas y visuales que tensionan los estereotipos hegemónicos. Por último, el cuarto capítulo reflexiona sobre los límites y contradicciones de estas representaciones, así como su potencial transformador en el marco de un nuevo paradigma cultural.

Marco teórico

El presente trabajo se sostiene en un marco teórico interdisciplinario que articula conceptos provenientes de los estudios de género, la sociología del envejecimiento, la comunicación audiovisual y el diseño como práctica cultural. Esta articulación permite abordar la representación del envejecimiento femenino en las plataformas de *streaming* como una construcción simbólica situada, atravesada por lógicas estéticas, narrativas e ideológicas propias del paradigma hollywoodense y sus transformaciones en el ecosistema digital contemporáneo.

Uno de los pilares conceptuales centrales es el edadismo, término acuñado por Robert Butler (1969), que refiere a la discriminación hacia las personas mayores basada en prejuicios, estereotipos y prácticas que contribuyen a su marginación. En el caso de las mujeres, el edadismo se articula con mandatos patriarcales, lo que genera una doble exclusión: por edad y por género. Esta tesis aborda el edadismo femenino como un fenómeno que asocia el envejecimiento con la pérdida de valor simbólico, deseabilidad, productividad y visibilidad en los medios.

Desde los estudios de género, se recuperan los aportes de Nuria Varela (2019), quien analiza cómo la cultura patriarcal ha moldeado históricamente los roles asignados a las mujeres, vinculándolos a la juventud, la belleza y la reproducción, y relegando a las mujeres mayores a espacios de invisibilidad o caricatura. Esta perspectiva permite comprender cómo los discursos audiovisuales no solo reproducen estereotipos de género, sino que también pueden resignificarlos cuando incorporan nuevas narrativas que dan lugar a otros cuerpos y trayectorias vitales.

En el campo de la semiótica social, se retoman los aportes de Eliseo Verón (1993) y Jesús González Requena (1996), quienes entienden a los discursos audiovisuales como sistemas de producción de sentido en los que se negocian pactos de verosimilitud entre emisores y receptores. Bajo esta lógica, el análisis de series como *Grace & Frankie* y *And Just Like That* permite observar cómo el envejecimiento femenino se representa, se tensiona y se resignifica en función de los pactos sociales y culturales que estructuran el relato.

El marco también incorpora herramientas teóricas sobre industria cultural y plataformas de *streaming*, entendidas como nuevos escenarios de circulación simbólica. Según Neira (2021), el *streaming* no solo cambia la forma de consumir contenidos, sino también los modos de producción, segmentación y representación, dando lugar a relatos que pueden incluir perspectivas antes marginales. No obstante, estas plataformas siguen operando bajo lógicas comerciales y estructuras simbólicas heredadas de Hollywood, lo que limita —aunque no anula— su potencial transformador.

Por último, se recupera una mirada desde el diseño como práctica cultural, entendiendo que las decisiones estéticas, visuales y narrativas del diseño audiovisual no son neutrales, sino que participan activamente en la construcción de

sentidos. Elementos como el vestuario, el maquillaje, la iluminación, la selección del elenco (casting) y el montaje configuran visualidades específicas sobre el cuerpo envejecido, su lugar en la narrativa y su capacidad de agencia.

Aportes al campo del conocimiento

Cabe destacar que el aporte que ofrece esta investigación al campo de la comunicación audiovisual radica en el análisis sobre el fenómeno del edadismo dentro de la industria de Hollywood y el modo en que se ha modificado a lo largo del periodo temporal de análisis, combinando estudios referentes a las representaciones ficcionales y la construcción de estereotipos en las sociedades occidentales. El abordaje del edadismo desde el discurso audiovisual constituye un aporte significativo al campo del diseño, a diferencia de investigaciones previas que lo utilizan exclusivamente desde el punto de vista clínico. En esta investigación se toman conceptos que no se articulan con anterioridad dentro de la industria audiovisual con una visión de género y se desarrolla un análisis sobre los cambios planteados desde una cosmovisión hegemónica, con cánones de belleza pre establecidos por parte de Hollywood. En efecto, si bien en esta

tesis se destacan como positivos los cambios generados a partir de las plataformas de *streaming*, se evidencia que no se corre totalmente de la visión planteada por Hollywood, sino que impulsa cambios en ciertos aspectos -posiblemente con fines comerciales- como fases de una etapa germinal de lo que podría ser un proceso de cambio y revisión de mayor alcance y expansión a futuro. En efecto, esto requiere la maduración de conceptos que al momento de desarrollarse esta tesis podrían ser categorizados como novedosos.

CV de la directora

Mara Sofía López: Master en Estudios de Comisariado. Universidad de Navarra. Licenciada en Historia del Arte. Universidad de Buenos Aires (UBA). Programa de Actualización en Cuerpo, Comunicación, Estética y Política. Universidad de Buenos Aires.

Antecedentes docentes y profesionales: Asistente curatorial en el Museo Universidad de Navarra. Curadora independiente y productora de artes visuales en Buenos Aires y en proyectos online. Asistente ejecutiva bilingüe para Guillermo Catz, comerciante de arte. Asistente de ventas en ferias internacionales como ARCO Madrid y ArteBA. Edición, traducción y producción de textos para artistas visuales.

Referencias

- Gonzalez Requena, J. (1996). *El discurso televisivo*. Ediciones Catedra S.A.
- Hernandez Sampieri, R. (2006). *Metodología de La Investigación*. McGraw-Hill Companies.
- Kauffman, M. (2015 - 2022). *Grace & Frankie*. Netflix.
- King, M. P. (2008). *Sex and The City: The Movie*. Warner Bros. Pictures.
- King, M. P. (2010). *Sex and The City 2*. Warner Bros. Pictures.
- Neira, E. (2020). *Streaming Wars*. Cupula.
- OMS. (2022). *Informe mundial sobre el edadismo*. <https://doi.org/10.37774/9789275324455>
- Star, D. (2021 - Actualidad). *And Just Like That*. HBO Max.
- Star, D. (1998-2004). *Sex and The City*. HBO.
- Varela, N. (2019). *Feminismo 4.0. La cuarta ola*. Penguin Random House Grupo Editorial España.
- Varela, Nuria. (2014). *Feminismo para principiantes*. Zeta Bolsillo.
- Verón, E. (1993) *La Semiosis Social*. Editorial Gedisa.