

MUJERES ADOLESCENTES Y ENVEJECIENTES EN LAS SERIES DE TELEVISIÓN. CONFLICTOS DE IDENTIFICACIÓN

Inmaculada Gordillo, Virginia Guarinos y M^a del Mar Ramírez Alvarado
Universidad de Sevilla

Justificación. Este trabajo se enmarca dentro de una de las líneas de investigación del grupo Admira (PAI SEJ-027), al que pertenecen las tres profesoras que presentan esta propuesta. Los estudios de género y comunicación en sentido amplio, y los centrados en mujeres adolescentes y maduras organizan una línea de trabajo e investigación prioritaria para las autoras, marcada por el análisis narrativo y la búsqueda de estereotipos y prototipos dentro de los medios de comunicación.

Objetivos. Las mujeres adolescentes y las mayores de cincuenta años son las grandes olvidadas en la mayoría de los estudios sobre género y medios, a pesar de que constituyen áreas de población importantes. La representación de mujeres pertenecientes a ambas franjas de edad en televisión recrea una serie de estereotipos que parecen alejados de nuestra cultura (por la imposición de modelos a partir de Disney Channel en el caso de las adolescentes) o rechazados por ausencia de elementos que permitan la identificación (como en algunas series de producción española). El objetivo fundamental de la comunicación pretende comprobar hasta qué punto los personajes propuestos en las ficciones televisivas contribuyen a reforzar estereotipos y se corresponden con la formación y consolidación de identidades sociales en mujeres adolescentes y mayores de cincuenta años.

Contenidos. A partir del análisis general de personajes de productos televisivos de ficción se seleccionarán los prototipos y estereotipos de mujeres adolescentes y envejecientes, describiendo las principales coordenadas desde los puntos de vista narrativo y simbólico.

Metodología. Se empleará el análisis de contenido enfocado desde perspectivas narratológicas y feministas que permitirán reflexionar sobre las características principales de los productos televisivos y personajes seleccionados.

CONSIDERACIONES GENERALES

El presente trabajo ofrece una visión del tratamiento de las mujeres en un medio de comunicación privilegiado como la televisión y en dos momentos cruciales de la vida como son la adolescencia y la vejez.

La adolescencia se resume tradicionalmente como etapa de conflictos internos y relacionales, con problemas marcados por la susceptibilidad y la indecisión. El deseo de libertad y de toma de decisiones convierten al adolescente en un ser permeable y, por tanto, susceptible de convertirse en presa fácil de discursos ideológicos o publicitarios. La mayor parte de las series y películas programadas emiten con profusión un perfil prototípico de mujer adolescente que hasta ahora en España estaba muy reducido en emisión a través de canales de pago. Desde la emisión en abierto por TDT este canal es un asiduo de los hogares, invadiendo las mentalidades de las niñas-jóvenes españolas.

Por su parte, en su madurez las mujeres se enfrentan a momentos basados en grandes cambios de carácter físico, psicológico, social y profesional. Las publicaciones e investigaciones médicas, psicológicas o sociológicas son abundantes con respecto a esta etapa, pero las representaciones por parte de los medios de comunicación (tan importantes a la hora de crear modelos sociales y tan influyentes en la organización de imaginarios colectivos y simbólicos) son escasas, pobres y poco afortunadas⁷²². Esto es así a pesar de que no son pocas las investigaciones que coinciden en afirmar que el envejecimiento de la población en Occidente es un hecho constatable y progresivo. Además, la mayor parte de las personas mayores son mujeres y, teniendo en cuenta que tienen mayor esperanza de vida, éstas constituyen la mayoría de los envejecientes en casi todos los países. Según el sociólogo del Centro de Estudios Demográficos Pérez Díaz (2003) podría hablarse de una feminización de la vejez.

A efectos de este trabajo se ha tomado como punto de partida dos bloques de programación televisiva. En el caso de las adolescentes se ha desarrollado un análisis cualitativo del discurso sobre las producciones emitidas en España a través de Disney Channel en abierto a través de la TDT. Para ello se han trabajado seis *tv movies* y dos series *sitcom* estadounidenses muy exitosas: las tres entregas de *High School Musical* (Kenny Ortega, 2006, 2007 y 2008), las dos de *Cheetah Girls* (Kenny Ortega, 2006 y Paul Hoen, 2008) y la de *Camp Rock* (Matthew Diamond, 2008) y las series *Hannah Montana*, y *Raven*.

En cuanto a las mujeres maduras han sido consideradas las series de producción nacional de mayor audiencia en los últimos dos años de la televisión en España, estudiando en las mismas el número el número de personajes fijos promedio y discriminando la proporción de personajes femeninos mayores de 50 años.

722) Aunque la imagen de la mujer envejecida empieza, tímidamente, a interesar a la publicidad, su proyección constituye un campo abierto a reflexiones en torno a la imagen que proyectan, a la identificación de las mujeres reales con la imagen mediática, a la búsqueda de personajes que sirvan para modificar conductas sexistas y violentas, etc.

CREACIÓN DE ESTEREOTIPOS: LAS “ADOLESCENTES”

El adolescente sufre tres pérdidas: la del cuerpo, la del rol de niño, la de la figura de los padres. El concepto de su mundo se transforma y la imagen que de él le ofrece Disney, también. Mientras a la infancia Disney le ofrece una representación de mujer dulce, elegante, de princesa clásica, donde la belleza interior sustituye a la exterior cuando no la hay, el paso a la preadolescencia se da hacia ambientes lujosos, ya no regios, y hacia la belleza interior como bondad, al valor de la belleza ética de la superación de uno mismo y la amistad en limpia competitividad, al menos a simple vista. Se pasa de las brujas a las malas y de los príncipes de sangre azul a los galanes. Al mismo tiempo, indisolublemente se tenderán puentes entre valores y belleza, prolongando los estereotipos de relación entre valor y estética.

De esos tres niveles de pérdidas se pueden extraer tres niveles de análisis: por la pérdida del cuerpo infantil, el nivel físico, iconográfico; por la del rol de niño, el nivel psicológico; y por la de la pérdida de los padres, el nivel relacional o conductual.

Nivel iconográfico. El uso del cuerpo en las series de ficción televisivas nos habla de la reconstrucción de los universos simbólicos, de un proceso de cambio que ya no se puede decir occidental, sino globalizado, en tanto que afecta a todas las producciones nacionales en mayor o menor medida, dada la influencia en las series del modelo americano extendido. La inseguridad sobre la propia imagen y el anhelo de ser bello constituyen un tema esencial dentro de las series protagonizadas por personajes en edad adolescente, reflejos de una obsesión generalizada. Sobre todo en el caso femenino, ha sido tradicional considerar la juventud como condición necesaria de la hermosura, contagiando a ésta su carácter efímero. La invisibilidad de problemas de salud (alimentarios) relacionados con el físico hace que parezca que no existen dichas enfermedades: nunca son planteadas en las series Disney. Muy al contrario la idea de que el cuerpo no importa y su belleza tampoco entra en la contradicción de que el 99% de las protagonistas y antagonistas son delgadas. La belleza exterior no es desestimada pero tampoco hipertrofiada. Ahora posee menos valor con respecto a la belleza simbólica interior: el valor de la amistad, de la superación de uno mismo y del esfuerzo para conseguir el éxito. Ese conjunto de elementos constituyen belleza, restando valor a la belleza física, que exagerada pasa a formar parte de la iconografía propia de las villanas, a la inversa dentro del más puro estilo ideológico del Disney infantil. Es el caso de Sharpay, la elegante, rica y *cool* malvada de las tres entregas de *High School*. Lujo, exceso y *glamour* acercan a este tipo de personajes a los poco edificantes prototipos reales al estilo Paris Hilton. Para el público infantil la identificación entre fealdad y maldad es directa (Amar, Angarita y Cabrera, 2003)⁷²³. La belleza, uno de los factores más perceptibles a través de la mirada, es el valor que más sufre en la formación de mentalidades. La tesis doctoral de Ruiz Pacheco (1999) evaluaba el atractivo físico sobre modelos audiovisuales en niños y adolescentes llegando a conclusiones muy interesantes. “Los estereotipos que muestran los niños de 5 y 8 años pueden resumirse en lo bello es bueno, asociando características positivas a los modelos más atractivos. La evolución con la edad refleja la mayor complejidad del pensamiento de los jóvenes y adolescentes, pero se produce un efecto de “inversión” en algunas de las características atribuidas. Los modelos de poco atractivo se asocian más a actividades interesantes y los modelos atractivos se asocian en mayor medida a actividades vitales, pero más triviales o superficiales” (1999: 232). No obstante, el efecto “halo” lleva a que desde las valoraciones que se hacen de los personajes a las valoraciones que se hacen de las actividades que estos proponen. Es decir, cuando los personajes son atractivos las actividades que hacen son atractivas y no hay actividades atractivas si los personajes no lo son. Además en los adolescentes, cuando se les pide describir personajes a los que les gustaría parecerse lo hacen con atributos psicológicos y de autoconcepto y no físicos o externos. Precisamente esta malvada referida es la que más se esfuerza por parecer una princesa Disney: rubia, delgada, cargada de complementos, abusando del color rosa y brillando rutilantemente gracias a lentejuelas y brillantes, pero a esta edad esta apariencia ya resulta ridícula y no deseable. Las buenas son más sencillas, modernas, urbanitas, cómodas y con intenciones de apariencias físicas agradables sólo para ocasiones especiales (bailes de fin de curso), eso sí, desposeídas de rasgos que las identifiquen con tribus urbanas que puedan descomponer el clima Disney (*piercings*, tatuajes, maquillajes...) y su ideología conservadora. La novedad que presentan estos cuerpos es la pertenencia a diversas razas, no tanto como ejemplo de integración sino como cumplimiento de exigencias de audiencias, puesto que estas series y telefilmes están pensados para emisión mundial donde algún personaje negro, oriental o sudamericano pueda servir de elemento identitario. Todo ello está muy relacionado con los recientes estudios sobre el cuerpo y la tendencia de teorías sobre el *embodiment*, especialmente desarrollada en filosofía y psicología como *embodied cognition* y *embodied imagination*. (Rohrer, 2005 y 2006). En estas teorías se afirma que cada cultura tiene una relación especial con su cuerpo y su modo de situarlo en el contexto. En los productos Disney Channel el cuerpo racial está vacío de contenido, subsumido por el sistema y no conlleva sus propias características, no es más que un cuerpo diferente y minoritario.

723) Los niños suelen asociar la belleza con el color, el alimento y la bondad; y lo feo con lo sucio, viejo y nocivo; la bondad con afecto, la cercanía física y lo malo con lo no afecto y con no dar. Asocian el dinero con comprar y trabajar; la autoridad la ven en padres, profesores y personajes del barrio (tendero, por ejemplo) y otros familiares. La madre es autoridad porque lava y da de comer, el padre porque trae dinero. La escuela es el sitio para jugar y estudiar. Datan la felicidad con tener comida, regalos y afecto. La amistad la relacionan con el colegio y la familia y, luego, con los vecinos. Relacionan estar sano con poder jugar, comer y estar alegre. Y la muerte la vinculan con la no movilidad, la vejez y la violencia. Asocian la masculinidad con la ausencia, el trabajo, el consumo de alcohol y mujeres, con la fuerza y el juego; la feminidad con la comida, el trabajo dentro y fuera del hogar, con la bondad, la sumisión y la compañía del hombre. Concepción patriarcal tradicional.

Nivel psicológico. Desde esta perspectiva la chica Disney es una “*adullescente*”. Es un personaje que practica una competitividad que se acompaña con un alto sentido de la culpa y el arrepentimiento. Son triunfadoras. Los personajes negativos quieren éxito sin esfuerzo salvo el que se derive de las artimañas pero son castigadas con no alcanzarlo nunca, pues triunfa la justicia y el mérito personal basado en el trabajo duro y la superación de uno mismo. Se ven envueltas en tramas de comedia o melodrama romántico al más puro esquema narrativo de triángulo amoroso donde dos chicas luchan por un chico, al estilo clásico patriarcal. Algunas de ellas, estrellas de televisión, reciben en sus series los nombres reales de las actrices: Raven o Miley Cyrus, quien hace en la serie de una chica triunfadora en el mundo de la música llamada Miley cuyo nombre artístico es Hannah Montana, en clara confusión entre realidad y ficción. Todas demuestran unas psicologías adultas de gran madurez con momentos de ingenuidad, fruto de la poca experiencia. Son muy independientes y arriesgadas. Y aunque no se arredran ante nada, sí sucumben ante el amor. No existen muchas diferencias entre las mujeres adultas representadas en series americanas (Menéndez, 2008), quienes son independientes, profesionales, hermosas y enamoradas. En este sentido presentan una psicología avanzada, tal como afirma Lotz (2006); las series de televisión están redefiniendo los roles de mujer, añadiendo algunos aspectos positivos femeninos con objeto de rescatar audiencias femeninas, pasando del único rol doméstico y entrando en roles de no dependencia de un varón. Aunque persiste el problema de encontrar pareja, dando a entender que si no la encuentra parece que está incompleta, llegando a rivalizar con otras mujeres por el mismo hombre, como se repite también en *High School*, en *Camp Rock* y en series como *Hannah Montana* o *Raven*.

Nivel conductual. La actitud de esta chica adolescente es puritana, conservadora y púdica como rasgos básicos. Y es un comportamiento que comparte con los chicos. Estas mujeres, paralelamente a su independencia y distanciamiento de la familia se encuentran sujetas al grupo (mixto o solo de chicas), por el que sufren dependencia. El sentido de liderazgo apenas se produce por parte de las protagonistas pues forman pandillas más igualitarias, *inter pares*. La mujer adolescente en Disney es un personaje desconocedor del sexo⁷²⁴, la homosexualidad, la delincuencia, el alcohol o las drogas, que son siempre temas tabú en estas series o *tv movies*. La presencia de la familia es casi inexistente como entorno productor de temas, tramas o conflictos porque estas chicas permanecen dentro de un microcosmos urbanita reducido al instituto o al lugar donde se reúnen los amigos. En las *sitcoms*, el hogar es el lugar de reunión y convivencia familiar pero las relaciones representadas suelen ser solamente esporádicas con padres y hermanos. La diferencia con series españolas es tangible. El prototipo español es una joven con ideas muy claras, independiente, de aspecto natural y sin obsesiones por el físico, que afrontan sus problemas con valor y lógica y actuando con independencia sin tener como referentes a sus padres. Aunque en series consideradas para adultos, pero con protagonismo importante de adolescentes (el caso de *Física o química* (Antena 3) o *El internado*), se encuentran las problemáticas adolescentes más realistas: sexo, alcohol, drogas, embarazos no deseados, homosexualidad...

En los productos Disney, la amistad es sumamente valorada, dentro de una amplia tolerancia que contempla el perdón entre ellos y la vuelta a la integración en el grupo, incluso siendo “la mala”, pues el establecimiento maniqueo de buenas y malas se mantiene muy claramente en la ficción americana. Se trata de un mundo representado que por oposición, por ejemplo con *Física o química*, parece anclarse en un mundo irreal donde nunca se representaría las relaciones desiguales entre un alumno y su profesora, o las fiestas *petting*, fiestas de adolescentes para beber, drogarse y mantener sexo libre sin penetración. En nuestras series el sexo se hace explícito, aparecen personajes homosexuales, alumnas (*El internado*) que mantienen relaciones con su padrastro, o profesoras con alumnos (*Física o química*). Nuestros adolescentes son poco ambiciosos, carecen de grandes aspiraciones profesionales. La belleza, el éxito y la superación personal no son problemas para ellas⁷²⁵. Por el otro lado, las series americanas hablan de todo lo contrario: no existe en ellas nada de lo que en las series españolas es vida cotidiana. En ese sentido el adolescente español cuenta con un referente ficcional que lo aboca a la búsqueda del éxito al estilo *Hannah Montana*⁷²⁶, personajes que demuestran que es fácil ser famoso con un comportamiento humilde y trabajador, en oposición con lo ofrecido por nuestras producciones, impensable para una serie americana⁷²⁷.

CREACIÓN DE ESTEREOTIPOS: LAS “MADURAS”

La sociedad ha creado estereotipos, mitos y falsas creencias sobre las personas mayores, como la estrecha relación que se establece entre el envejecimiento y los problemas de salud. Y los medios de comunicación no hacen sino afianzar

724) Los hermanos Brothers han puesto de moda el “anillo de pureza”, adorno que distingue a quien lo lleva como practicante de la castidad, posición moral que rechaza el sexo prematrimonial.

725) No consideramos aquí la serie *Sin tetas no hay paraíso* (Antena 3), por considerarla para adultos aunque fuera de gran predicamento entre los adolescentes. En esta serie la búsqueda del éxito y la salida de un barrio pobre pone a las chicas ante la tentación de aceptar caer en las drogas, la delincuencia y la prostitución por supervivencia.

726) Genera mil millones de dólares en música, imagen y productos que se venden con su nombre y ha sido la adolescente real más adinerada del mundo.

727) El panorama americano no Disney ha protagonizado recientemente el escándalo del estreno de la serie *Gossip Girl* (CBS, 2007) que se ha promocionado con el eslogan “No dejen que sus hijos la vean”, perfecto para que los adolescente deseen verla. Es un drama adolescente basado en las novelas de Cecily von Ziegeser, centrado en un colegio de alto nivel en Nueva York, niños ricos que juegan peligrosamente con sexo y drogas, con la moda como telón de fondo.

Identities femeninas en un mundo plural

estos estereotipos que podrían condensarse en que la persona mayor -sobre todos las mujeres- están marcados por enfermedades y por la inactividad/inutilidad social. Esta debilidad reflejada en personajes reales o de ficción que muestran las historias desarrolladas por el cine, la televisión y los demás *mass media*, entra en franca contradicción con los datos objetivos sobre las mujeres envejecientes, ya que éstas poseen, en un alto porcentaje de casos, una salud aceptable tanto física como mentalmente, mucho más si las comparamos con los hombres: “las mujeres viven más años que los hombres, tienen mejor salud, se adaptan a los cambios mejor y con más rapidez, y emocionalmente están mejor preparadas para la vejez” (Sáez Narro, 1987: 77).

En líneas generales puede decirse que la televisión participa de una gran dualidad que se cierne sobre las mujeres mayores. Por un lado se ha percatado de la tendencia al envejecimiento de la población en las sociedades occidentales y, en consecuencia, de la necesidad de establecer una programación para este sector de la población y de representarlo en los espacios televisivos. Esta presencia se aprecia, por ejemplo, en las presentadoras mayores de 50 años que siguen abanderando determinados espacios. También en el desarrollo de reportajes específicos dedicados a la vejez y de espacios orientados a la salud. No obstante, esta representación se nutre también de los estereotipos que aún prevalecen en las sociedades actuales y, de esta forma, las mujeres envejecientes se unen a otros grupos alejados del triunfo social y del mundo laboral digno de grandes titulares. La mujer que envejece aparece en las noticias de sociedad y de sucesos, aunque también es valioso su testimonio como ama de casa, abuela, viuda, cobradora de pensiones mínimas, sufridora de malos tratos, etc.

Pero, por otra parte, es incuestionable que las mujeres envejecientes son las grandes ausentes en televisión. Es preocupante la situación discriminatoria de la invisibilidad de las mujeres mayores en el discurso informativo de actualidad. También su escasa o nula participación en programas tan de actualidad como los dedicados a la belleza y al culto al cuerpo, lo cual demuestra que es la juventud y la lozanía la que se sigue considerando hermosa y valora en nuestras sociedades. Asimismo, son pocas las mujeres que, pasados los 50 años, se integran como participantes en concursos o *reality shows*.

El análisis efectuado a efectos del presente trabajo se centra en series de ficción de producción nacional de gran audiencia en los últimos dos años de la televisión española. Dentro de ellas han sido considerados sólo los personajes fijos, no los eventuales tal como se señala en el siguiente cuadro que refleja las series objeto de estudio las series, los personajes que ellas aparecen de ambos sexos y los personajes femeninos que encajan en el perfil de las mujeres que superan los 50 años de edad:

Cuadro 1. Relación de series y personajes analizados

Serie	Personajes totales (promedio aproximado)	Personajes femeninos mayores (más de 50 años)	Nombres	Edad aproximada
<i>Aquí no hay quien viva</i> (Antena 3)	18	3	- Marisa (Mariví Bilbao) - Concha (Emma Penella) - Vicenta (Gemma Cuervo)	70-75 70-75 65-70
<i>Aída</i> (Tele 5)	14	1	Eugenia (Marisol Ayuso)	60-65
<i>Camera café</i> (Tele 5)	14	1	Asun (Mercedes Luzurriaga)	65
<i>Cuestión de sexo</i> (Cuatro)	10	0		
<i>Cuéntame cómo pasó</i> (TVE)	20	2	- Herminia (María Galiana) - Valentina (Alicia Hermida)	70-75 70-75
<i>El comisario</i> (Tele 5)	17	1	Lupe (Margarita Lascoiti)	50-55

<i>El síndrome de Ulises</i> (Antena 3)	22	3	- Teresa (Mireia Ros) - Dolores (Lolita Flores) - Asunción (Gloria Muñoz)	50 50 60-65
<i>El internado</i> (Antena 3)	22	1	Jacinta (Amparo Baró)	60-65
<i>Hospital Central</i> (Tele 5)	17	0		
<i>Lalola</i> (Antena 3)	19	2	- Carol (María Kosty) - Isabel (Empar Ferrer)	50 60
<i>La que se avecina</i> (Antena 3)	25	3	- Mari Tere (Gemma Cuervo) - Izaskun (Mariví Bilbao) - Goya (Beatriz Carvajal)	70-75 70-75 60-65
<i>Los Serrano</i> (Tele 5)	15	1	Carmen (Julia Gutiérrez Caba)	60-65
<i>Los hombres de Paco</i> (Antena 3)	15	0		
<i>Mis adorables vecinos</i> (Antena 3)	22	2	- Crispula (Isabel Osca) - Carmela (M ^a Luisa Merlo)	70-75 60-65
<i>Sin tetas no hay paraíso</i> (Antena 3)	14	0		
<i>Yo soy Bea</i> (Tele 5)	18	3	- Marga (Fedra Lorente) - Chali (Ángeles Martín) - Alicia Echegaray (María José Goyanes)	55-60 50-55 50-55
<i>Escenas de matrimonio</i> (Tele 5)	11	2	- Pepa/Paca (Marisa Porcel/Carmen Ramírez)	60-65

Las primeras conclusiones que podemos extraer de este cuadro conciernen al número de personajes en las series:

- De un total de 17 series, no hay aparición alguna en 4 lo que supone una invisibilidad de poco más del 25 %.
- De un total de 283 personajes, el número de mujeres mayores es de 24 lo que supone una aparición del 8 %.

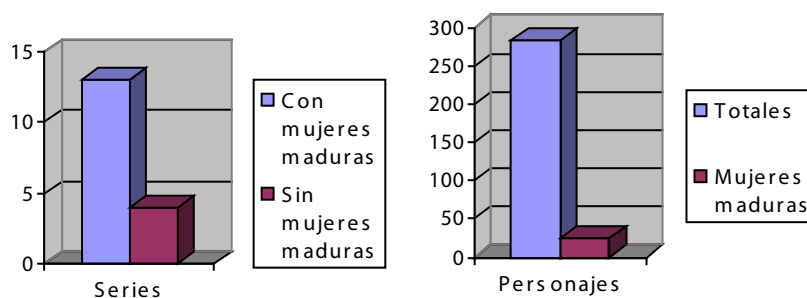


Gráfico 2. Relación de series con aparición de mujeres maduras y de número de mujeres maduras en relación al resto de personajes

Identities femeninas en un mundo plural

De las 24 mujeres, 14 presentan rasgos negativos que pueden hacer reír al espectador pero difícilmente conseguir su apoyo e identificación. Es llamativa la cifra de mujeres solas, sin pareja, por diversos motivos: son 19, ya sea por viudedad, soltería o separación (las mujeres de *Aquí no hay quien viva* resumen los tres estados: viuda, abandonada y soltera). Es un rasgo basado en la realidad social. Las características de la mujer madura en la actualidad, según el sociólogo del Centro de Estudios Demográficos Pérez Díaz (2003) son:

- Hay más que hombres, por lo que se habla de una feminización de la vejez.
- Su situación convivencial es la de vivir solas: casi el 50 % de mayores de 64 son viudas, pero viven solas o en residencias (no en casa de sus hijos como aparece en las series, perpetuando una idea de décadas pasadas), la mayoría especialmente en ambientes urbanos. Los hombres viudos suelen vivir más en entornos familiares con sus hijos.
- No tienen instrucción, pocas con amplia cultura.
- Viven de pensiones de viudedad al pertenecer a generaciones dedicadas a labores domésticas.

Hasta aquí, los perfiles de las mujeres analizadas son como persona unos personajes muy parecidos a las mujeres de carne y hueso, aunque el número de mujeres de esas edades es mucho más alto que el de la proporción en que aparecen en las series. Podría decirse, por tanto, que la violencia simbólica de los personajes como personas no es tanta, quizás lo sea más en lo referido a la realidad empírica social. “La independencia -dice Pérez Díaz (2003: 108)- de las mujeres de mayor edad y su papel fundamental en la gestión de sus propios hogares incluso sin grandes recursos coinciden con una novedad espectacular: su innegable irrupción como pieza clave en la vida familiar de sus hijos adultos”, sean viudas o no. Este es el tema de las abuelas esclavas, que no aparece en absoluto en las series, como tampoco lo hace el papel de mujer cuidadora de personas dependientes⁷²⁸.

Puede señalarse que la mayoría de estos personajes femeninos son mujeres de aspecto común. Sólo destacan dos de ellas por sus apariencias físicas extravagantes: Carmela, de *Mis adorables vecinos*, rica y con un aspecto excesivamente moderno aunque de dinero, y los dos personajes interpretados por Mariví Bilbao, como anciana ridículamente vestida. Por lo demás, existe una relación entre la vestimenta elegante y de firma y el nivel económico, hecho de gran coherencia interna con el personaje: las que tienen nivel medio visten de modo estandarizado, las de nivel alto visten siempre con complementos y trajes caros. El cuidado personal corre paralelo: peluquería y maquillaje son de calidad en función de la capacidad económica de las mujeres. Un caso resaltable de exceso de maquillaje y complementos es el de la estilista madura de *Yo soy Bea*, Chali.

Hay un predominio clarísimo de los niveles culturales bajos e ínfimos, salvo un caso, el de la mujer directiva empresaria, Alicia, sin relación con los niveles económicos que son casi todos medios. Menos cuatro de ellas que viven solas y dos que viven con amigos, las demás lo hacen en compañía de familiares directos. Y sus ocupaciones son en la mayor parte domésticas: o bien son jubiladas sin que aparezcan con ningún tipo de labor casera o se dedican a ayudar a la familia. Sólo ocho tienen trabajos remunerados del sector servicios. Son puestos de nivel medio: becaria, secretaria, regenta de un bar, peluquera, dependienta, asistenta, gobernanta de un internado y empresaria, presentando también coherencia con sus niveles culturales. Los perfiles psicológicos no ayudan a elevar siquiera un poco estos niveles bajos de personajes.

De nuestros personajes, 13 son secundarios, más de la mitad; la mayoría de ellas reciben roles negativos: madres castradoras, solteronas, amargadas, mujeres superficiales, y sólo 9 aparecen como personajes con roles de matices positivos. Sufridoras o incordios, la inmensa mayoría están caricaturizadas, esquematizadas en sus rasgos ridículos y 18 presentan en su totalidad personajes cómicos, pensados para hacer reír. Y resulta curioso observar que aunque hay más protagonistas de las que cabría esperar, no llegan a ser sujetos de las acciones y protagonistas de tramas principales casi ninguna (5 en concreto). Se mantienen en calidad de ayudantes u oponentes de las tramas protagonizadas por otros como sujetos y objetos, más como oponentes que como ayudantes, obstaculizando el trabajo narrativo de los demás personajes. Y aunque sean presentadas como víctimas de violencias verbales, psicológicas o de trato, e incluso en algunos capítulos de violencia física, la observación demuestra que también 9 de ellas profieren violencia.

La negatividad general que proyectan estos personajes bajo la apariencia de comicidad es un techo de cristal en toda regla para las cincuentonas, sesentonas y abuelitas mujeres en la ficción televisiva española.

CONCLUSIONES

Una de las primeras conclusiones que pueden señalarse a raíz del estudio efectuado es que los estereotipos comunes de mujeres en la ficción televisiva reproducen los tradicionales de los discursos audiovisuales cinematográficos, más algunos casos recientes procedentes en buena medida de videojuegos: la chica buena, el ángel, la virgen, la chica mala, la lolitas, la viuda negra, la madre castradora, la dominatrix, etc. No obstante, la gran variedad de estereotipos

728) El informe del Instituto de la Mujer, dado a conocer el 31 de julio de 2008, asegura que existen 5.300.000 mujeres dedicadas a cuidado de personas dependientes (enfermos de cualquier edad y sobre todo de sus propios padres y nietos).

femeninos no se corresponden con las edades de la mujer. Las reinas de las pantallas son las treintañeras. No suelen aplicarse papeles protagonistas a personajes pertenecientes a dos colectivos de mujeres que comienzan a reclamar su sitio en la representación ficcional televisiva y cinematográfica: las adolescentes y las mayores, es decir las mujeres entre 12 y 18 y desde 45 en adelante. El bloque de estereotipos femeninos correspondiente a la adolescente es un gran paquete que de manera esquemática engloba preadolescentes, adolescentes y primera juventud, de entre 12 y 25 años. Como reflejo de la realidad, ahora las mujeres se reparten en sus apariciones televisivas en series especializadas: series juveniles, series para treintañeros y series familiares.

Tras el análisis de las series escogidas y el rastreo de las mujeres mayores de 50 años y sus representaciones como personajes narrativos de carácter fijo, han podido extraerse una serie de conclusiones que podrían resumirse así:

- En relación a personajes de diferentes edades, o de los personajes de sexo masculino, las mujeres envejecientes rayan la invisibilidad: no tienen ninguna aparición en casi el 25% de las series y en las que aparecen solamente representan un 8% del total de los personajes.
- Casi todas las mujeres mayores representadas pertenecen a los niveles culturales más bajos, no tienen pareja, viven en compañía de familiares directos y sus ocupaciones son siempre domésticas.
- Muchas de las mujeres representadas recibe rasgos negativos (madres castradoras, solteronas, amargadas y mujeres superficiales) y casi la mitad ejercen violencia con otros personajes.
- La representación negativa que fomenta la función cómica de las mujeres mayores de 50 años se convierte en un nuevo techo de cristal que justifica la invisibilidad, la falta de protagonismo, la violencia simbólica e incluso la física en las mujeres mayores de la realidad.
- Algunas series fomentan, y justifica la violencia contra la mujer, especialmente contra las mujeres envejecientes, a manos de sus compañeros sentimentales, cuya vida *es un verdadero infierno* debido al comportamiento y actitudes de ellas.

En el caso de las mujeres adolescentes, de los relatos ficcionales seleccionados puede destacarse, en primer término, la abundancia de personajes femeninos por encima de los masculinos e, incluso en aquellos en que los chicos son mayoría, la chica adolescente espectadora es objetivo destinatario de forma evidente. Así sucede con *Camp Rock*, interpretada por los Jonas Brothers, tres hermanos que conforman un grupo musical producto Disney, como también lo son las Cheetah Girls. Aunque sendos productos funcionan con motivaciones diferentes. Los segundos buscan la identificación de las espectadoras con las tres protagonistas; los primeros reclaman a las chicas la observación de los tres hermanos como sujetos del deseo.

Como tan sugerentemente titula la introducción de su libro Amelia Valcárcel (2008), *Feminismo en el mundo global: época de cambios o cambio de época*, la ley del agrado y la tiranía de la belleza continúan existiendo aunque el envoltorio varíe, llegando a la conclusión de que la igualdad es un espejismo en algunos entornos. Y Disney es uno de ellos en lo que a mujeres adolescentes se refiere. “La conquista de espacios y derechos no ha frenado una carrera hacia la perfección que en bastantes ocasiones es enfermiza” (2008: 248). Esta perfección en la propuesta Disney debe mantener el equilibrio de la perfección de actitud relacional, la psicológica de madurez y la física de belleza porque las chicas buenas, trabajadoras y sencillas si no son ambiciosas, amorosas y hermosas no llegan a ser Hannah Montana o Sharpay Evans, aunque parezca que sí. Son unas mujeres obligadas a parecer maduras. Se cumple así lo que dicen Perales y Pérez: “Cada vez más el mundo del menor se construye simbólicamente como un periodo de espera preadolescente en el que penetran más los elementos de estilo de vida del actual modelo hegemónico de identidad: la juventud” (2008: 302). No es ésta la deconstrucción del cuento de hadas que se ha venido haciendo desde el Feminismo. El imperio corporativo Disney ha sido puesto en evidencia desde muchos aspectos. Uno de ellos demuestra, como en el título del trabajo de Patricia Digón (2006), lo caduco de la propuesta Disney Channel a pesar de su éxito entre las chicas: “La imagen de inocencia y defensa de la moral que nos vende Disney dificulta un análisis crítico de productos como las películas Disney de dibujos animados. Sin embargo, analizando de forma crítica el contenido de esas historias podemos encontrar numerosos estereotipos que refuerzan valores sexistas, racistas y clasistas” (165-166). Esta situación varía para la mujer adolescente, sólo cambia la apariencia para cumplir con lo políticamente correcto y esquivar las críticas por evidencia de sexismo. Úrsula en *La sirenita* le decía a Ariel: “Tienes tu belleza, tu linda cara. Y no debes subestimar la importancia que tiene el lenguaje corporal. Hablando mucho enfadas a los hombres. Se aburren y no dejas buen sabor, pues les causan más placer las chicas que tienen pudor. ¿No crees que estar callada es lo mejor?”. Ahora si fuera adolescente diría lo mismo pero referido a la ambición y la consecución del éxito con esfuerzo y tenacidad, manteniéndose asexual y casta pero justa, organizando un universo simbólico metafórico, fantasioso e irreal. Y eso sí, muy correcto, para cubrir el expediente en lo que se refiere a raza, clase y género.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DIGÓN, P. 2006. "El caduco mundo de Disney: propuesta de análisis crítico en la escuela". *Comunicar* nº 26. 163-169.
- LOTZ, A. 2006. *Series de televisión redefinen los roles de mujer*, 20 marzo 2009. <http://www.umich.edu/Es/news/06/pr0443.php>
- MENÉNDEZ, M. I. 2008. *Discursos de ficción y construcción de la identidad de género en televisión*. Palma de Mallorca: Universidad de las Islas Baleares.
- PERALES, A. y PÉREZ CHICA, Á. 2008. "Aprender la identidad: ¿qué menores ven los menores en tv?". *Comunicar* 31. 299-304.
- PÉREZ DÍAZ, J. 2003. "Feminización de la vejez y estado del bienestar en España", *REIS. Revista Española de Investigaciones Sociológicas* nº 104. 91-121.
- ROHRER, T. 2006. "The Body in Space. Dimensions of embodiment". Ed. Zlatec, Jordan *et al: Body, Language and Mind*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- VALCÁRCEL, A. 2008. *Feminismo en el mundo global: época de cambios o cambio de época*, Madrid: Cátedra.