

La mujer en el espejo mediático: El mediotrato femenino.

Sevilla, 11 y 12 de marzo 2010 * Facultad de Comunicación * Universidad de Sevilla

Créditos:

Coordinadoras:

Rosalba Mancinas Chávez y Antonia Isabel Nogales Bocio

Edita:

Asociación Universitaria Comunicación y Cultura

Colaboran:

Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (Universidad de Sevilla)

Supervisión de textos:

Elena Navarro Gadea

Diseño gráfico:

Mariano Cuesta

Maquetación:

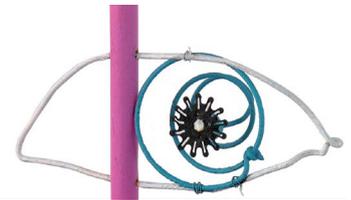
Paola Vecchi

Reproducción:

J. de Haro Artes Gráficas S.L.

I.S.B.N.: 978-84-937600-2-1

9. Las series de ficción de éxito y la representación de la nueva mujer.



[volver al índice ►](#)

Antonia I. Nogales Bocio y Antonio Javier Martín Ávila

Departamento de Periodismo II, Universidad de Sevilla

El panorama audiovisual de ficción y las ‘series para mujeres’

A lo largo de la última década, han aumentado exponencialmente en la parrilla televisiva las horas ocupadas por series de ficción. Estos productos han ido desplazando del lugar preferente en el prime time a las películas debido a su formato más corto y a la posibilidad de mantener una historia en suspense hasta la próxima semana.

No en vano, el poder de fidelizar una audiencia es un succulento reclamo para los programadores. Las comedias de situación y las series de temática thriller, mayoritariamente estadounidenses, empezaron a cosechar éxitos a finales de los años 90 y principios de los 2000, y esta tendencia continúa en la actualidad. Precisamente por esa dinámica tendente a la importación de contenidos extranjeros, las productoras norteamericanas comenzaron a exportar muchos de sus productos a las cadenas privadas (y posteriormente también públicas) de nuestro país, que hoy en día tienen en este tipo de productos foráneos un puntal básico de su programación.

La razón es fundamentalmente económica: producir una serie de televisión, grabarla, editarla y distribuirla resulta mucho más costoso que comprar un paquete de capítulos de una serie producida en Estados Unidos. Por eso, y por la gran cantidad de alianzas y relaciones que nuestros grupos de comunicación poseen con filiales de los conglomerados norteamericanos, la televisión española se ha visto plagada de series y películas producidas en Hollywood. No obstante, las producciones propias, como veremos más adelante, también se abren paso en la parrilla, especialmente porque a través de ellas es posible proyectar una serie de comportamientos, rasgos y peculiaridades característicos de la sociedad española. Algo que los productos extranjeros, pensados para un público internacional y, por ende, heterogéneo, no pueden hacer.

Dentro de la dinámica de proyección social inherente a los medios de comunicación, se produce también (y como parte de esa proyección) la transmisión y asunción de roles de género a través de los contenidos mediáticos, esto es, cómo se configura la identidad femenina en los medios y cómo se proyecta. En este caso: qué nos dicen los medios que es ser mujer y cómo repercute en nosotros. En el caso de los contenidos de ficción, ciertamente esta proyección e introyección inconsciente de comportamientos, hábitos y actitudes que conforman la identidad femenina se produce de un modo mucho más sutil e implícito.

Es por esto quizás por lo que la mayoría de las investigaciones en comunicación y género no se han adentrado lo suficiente en este campo hasta la fecha. Mientras la tendencia actual en la investigación en comunicación y género ha girado en torno al análisis de la información sobre casos de violencia de género o sobre publicidad sexista, otros terrenos como el de la programación de ficción suelen pasar más desapercibidos.

Si bien las organizaciones feministas y los Consejos Audiovisuales han dirigido también su mirada en este sentido hacia las telenovelas, pero más desde la regulación de su emisión fuera del horario protegido que desde el análisis de sus repercusiones en el público adulto. Los contenidos de las series de ficción no son analizados normalmente desde una perspectiva crítica. No obstante, a nuestro juicio, este tipo de contenidos, funcionan en ocasiones de un modo mucho más efectivo que las campañas de publicidad más invasivas. Esto es debido precisamente a su capacidad de persuasión sutil, de



asimilación inconsciente de determinados prototipos, modelos y roles de género como ‘normales’, deseables o incluso ideales.

En este sentido, resulta especialmente significativa la aparición y consolidación de las denominadas ‘series para mujeres’, un formato de éxito que examinamos a lo largo de este capítulo a través de los principales exponentes a nivel internacional, procedentes de Estados Unidos, tales como *Sexo en Nueva York*, *Mujeres desesperadas* o *Mujeres de Manhattan*. Un panorama que hemos creído conveniente completar con la representación de las figuras femeninas que se hace en una serie española de éxito como *Aída*. Mediante estos ejemplos pretendemos presentar el panorama audiovisual de ficción en lo que respecta a la proyección de la mujer actual y, sugerir al lector cómo pueden llegar a afectar esas representaciones más o menos explícitas en la identidad de género que se asume como propia.

La pionera *Sexo en Nueva York*. Deseadas, imitadas y ¿liberadas?

De temática femenina y protagonizada por mujeres, *Sex and the city* (HBO, Time Warner) comenzó a emitirse en 1998 y se convirtió en poco tiempo en uno de los productos de referencia de una de las televisiones de pago más importantes de Estados Unidos.

A lo largo de seis temporadas y dos largometrajes para la gran pantalla, sus personajes se han convertido poco menos que en iconos de la feminidad, reconocibles y emulados a nivel mundial. La serie ha sido exportada a numerosos países, lo que implica también la proyección de unos determinados patrones de comportamiento y un sistema de valores desde la hegemonía cultural estadounidense al resto del mundo. Las pantallas españolas también recibieron la visita de estas nuevas “musas catódicas”.

En España, la emisión de la serie comenzó en el año 2000 a través de *Canal +*. Posteriormente, *Antena 3* o la autonómica *Canal Sur* (a través de la FORTA) han transmitido las exitosas andanzas de las neoyorquinas con buenos resultados de audiencia, tanto en el caso de la cadena generalista como de la regional. A grandes rasgos, *Sexo en Nueva York* puede definirse como una comedia de situación con tintes dramáticos. Está basada en el libro de Candace Bushnell que es a su vez una compilación de los artículos publicados por la autora en su columna semanal titulada ‘*Sex and the city*’. La trama se desarrolla en torno a la vida de cuatro amigas que viven en la ciudad de Nueva York. La protagonista principal, Carrie, ejerce también el papel de narradora omnisciente puesto que ella es la periodista que plasma en su columna las vivencias relacionadas con la historia de cada capítulo.

Las cuatro protagonistas

- El personaje principal, Carrie (Sarah Jessica Parker) trabaja como columnista de un periódico de Nueva York. Podemos considerarla una adicta a la moda, los clubes y los restaurantes caros. Sus vivencias y las de sus amigas inspiran el contenido de la columna semanal que escribe a modo de moraleja al final de cada episodio. Vive permanentemente deseada por los hombres que la rodean y mantiene con muchos de ellos relaciones esporádicas. Sin embargo, esta aparente liberación sexual choca con la fuerte dependencia sentimental que tiene hacia el único de sus ex-amantes que no la trató bien. Además, se encuentra atormentada por el hecho de haber abortado en su juventud y también por haber sido infiel al hombre que más la ha amado, al que llega a calificar como “demasiado bueno para ella”. Mientras estos sucesos de su pasado traumatizan su presente, dedica su existencia a una vida superficial y hedonista.

- El personaje de Charlotte (Kristin L. Davis) es una corredora de arte criada en Connecticut y que ahora vive en la gran manzana. Conserva de su educación de alta alcurnia los modales refinados y una visión del mundo a la antigua usanza. Es inocente, sensible y un poco infantil, de hecho parece escandalizarse con algunas de las conversaciones de sus amigas. Lleva años en busca del príncipe



azul, de hecho, sus aspiraciones son tradicionales: sólo desea casarse, trasladarse a una gran casa en un entorno residencial y ser madre de familia. Dedicar todos sus esfuerzos a encontrar ese hombre perfecto, una búsqueda que se convierte en el centro de su existencia día tras día.

- Miranda (Cynthia Nixon) es una abogada de prestigio, una mujer un tanto fría, muy práctica y de aspecto fuerte. Casualmente, es la que tiene un mayor éxito intelectual y aparece un tanto masculinizada. Sus ademanes y comportamiento son menos 'femeninos' (o lo que tradicionalmente se entiende como tal) que los de sus amigas. Se trata de una mujer muy analítica y sarcástica, obsesionada por mantenerlo todo bajo su control. Cuando algo escapa a sus planteamientos y a su planificación, aparece desbordada y con todo su mundo en peligro.

- Por último, Samantha (Kim Cattrall) es la mayor de las cuatro amigas, una exitosa Relaciones Públicas. Tiene cuarenta años y es la más atrevida. Presenta una seguridad en sí misma aparentemente envidiable pero realmente su imagen como 'devorahombres' es una pose para disfrazar su verdadera fragilidad emocional. Aparece como la más promiscua y con un patrón sexual típicamente asociado al proceder masculino, con una utilización del otro llevada al extremo.

Glamour, sexo e insatisfacción.

Aunque las protagonistas ven la vida subidas a sus Manolo Blahnik, podemos decir que el mundo se tambalea bajo sus pies. El glamour y estilo que rebosan contrasta con la debilidad emocional que presentan.

A lo largo de toda la serie se reduce a los hombres a meros objetos sexuales, tanto en el trato directo con las protagonistas como en el entorno de la trama puesto que todos los personajes masculinos que aparecen son secundarios y su presencia no superará los dos o tres capítulos como mucho. Además, prácticamente todos ellos se relacionan con la historia en forma de amantes de alguna de las protagonistas, por lo que dependen de ellas para volver a aparecer, para hacerse visibles socialmente ante nosotros.

Esa invisibilidad masculina es una constante en esta serie y denota un protagonismo femenino exacerbado, tanto es así que se anula a la figura masculina y se la cosifica para relegarlos únicamente a las necesidades de la mujer. Los hombres representados aparecen y desaparecen en virtud de las decisiones amorosas de la mujer, siempre permanecen en un segundo plano, son personajes secundarios tanto en la vida de las protagonistas como en la trama de ficción. Esta representación de la figura masculina podría inducirnos a pensar que la mujer aparece como un ser independiente, pero sin embargo, las protagonistas siguen manteniendo una fuerte dependencia emocional con respecto al hombre, que se convierte en el centro de sus conversaciones, de su búsqueda y de sus vidas.

Otra de las constantes temáticas de la serie es la visión distorsionada que se ofrece con respecto a la sexualidad femenina. De hecho, se identifica la 'liberación' femenina con una liberación sexual entendida como promiscuidad recurrente. Las protagonistas aparecen prácticamente obsesionadas con el sexo y en una situación de predisposición sexual casi permanente, de hecho la gran mayoría de sus conversaciones giran en torno al sexo. Así mismo, en líneas generales, se muestra un estilo de vida hedonista. El aspecto profesional de los personajes no es apenas tenido en cuenta. La temática general gira en torno a cuestiones superficiales y frívolas con especial atención a la ropa cara y los complementos.

Además, el estilo de vida de la protagonista (una columnista de un periódico local) está muy por encima de los hipotéticos ingresos que le reporta su actividad laboral. Tanto en los frecuentes almuerzos en sitios lujosos como en el abundante fondo de armario de diseño, la protagonista es un personaje difícilmente extrapolable a la realidad social. Sus posibilidades económicas, su estilo de vida y hasta



su propia vivienda no encajan con el sueldo que debe tener. Curiosamente, las cuatro protagonistas se encuentran cerca de los cuarenta, pero ninguna de ellas tiene una relación sentimental estable ni un núcleo familiar sólido. Esa edad se corresponde estadísticamente con un período de estabilidad emocional y familiar en la mujer de hoy, que suele tener en esos años su primer o segundo hijo. Por lo tanto, la imagen que se dibuja en la serie de televisión está muy alejada de la realidad social.

Mientras las mujeres de esa edad suelen ser ya madres de familia casadas, las que aparecen en la serie tienen total libertad de movimientos y teórica independencia. Así funciona también su poder de emulación e idealización, presentan ante la espectadora una realidad muy diferente a la que viven a diario: ideales de mujer que no sufren muchos de los problemas a los que cotidianamente ellas tienen que hacer frente.

A pesar de que su apariencia es fuerte e independiente, todas ellas aparecen atormentadas por sucesos de su pasado. El aborto, la infidelidad, la imposibilidad de ser madre, las relaciones sentimentales frustradas o el abandono de algún amante son cuestiones que impiden su felicidad. Todo ello demuestra que la supuesta liberación sexual que llevan a cabo no es suficiente para dotar a sus vidas de plenitud. En el fondo, todas desean, aunque no lo confiesen explícitamente, encontrar una relación estable satisfactoria pero cuando lo hacen huyen de ella por esa insatisfacción continua que experimentan.

Esto demuestra que la aparente seguridad que presentan por fuera no es más que fragilidad interna. De hecho, esa seguridad se sustenta en la sucesiva consecución de amantes. Por lo tanto, no es una seguridad que emane de ellas mismas como seres independientes sino del éxito de su relación, una vez más, con el sexo opuesto. Esa pretendida liberación sexual esconde, por lo tanto, un sinfín de insatisfacciones. Las protagonistas recurren en muchos casos al sexo como válvula de escape de una existencia desmotivada aunque tan atractiva en la superficie que resulta muy apetecible para las espectadoras.

Mujeres desesperadas: explotando la esfera doméstica made in USA.

Esta comedia estadounidense es otro de los productos que ejemplifican cómo a través de la ficción se juega con la identidad de género y se intenta atraer a un determinado tipo de audiencia. Ideada por Marc Cherry y producida por el gigante *ABC-Disney*,

Mujeres Desesperadas ha continuado el modelo iniciado por *Sex and the city*. Se trata, por tanto, de otra de las series que hemos denominado 'para mujeres', debido al interés de sus ejecutivos en desarrollar a unos personajes principales femeninos, con una problemática asemejada históricamente a los estereotipos de género. Desde que la serie se emitiera por primera vez en Estados Unidos en el año 2004 ha liderado los índices de audiencia con una media de 21 millones de espectadores.

Su éxito, desde el principio, se ha exportado al resto del planeta. En el año 2005 *Mujeres Desesperadas* consiguió ser la serie más vista a nivel mundial, título que volvió a ostentar en 2007 con más de 115 millones de telespectadores. Actualmente continúa siendo un auténtico fenómeno social entre el público estadounidense. En España, comenzó a emitirse a mediados del 2005. Sus derechos fueron adquiridos por RTVE que, desde un principio, optó por situarla en La 1. A pesar de haber cosechado malos resultados durante sus primeros capítulos, la serie terminó situándose entre los programas más vistos del verano de aquel año.

El desarrollo de la segunda temporada, sin embargo, supuso una trayectoria descendente a lo largo de 2006 y los encargados de programación del grupo público decidieron trasladarla a su segunda cadena. Desde entonces, La 2 ha emitido el resto de temporadas hasta la sexta, que ha comenzado a emitirse en junio de 2010.



A lo largo de este período, *Mujeres Desesperadas* ha resistido la presión de la publicidad y la pujanza de otras series gracias al mantenimiento de una fiel audiencia media, de mayoría femenina, que además de valorar la calidad de sus contenidos, se identifica con las historias de las protagonistas, tal y como afirman en uno de los principales espacios digitales que las seguidoras de la serie tienen en nuestro país.

Una de las causas del éxito cosechado por este tipo de series, tiene que ver con la simpleza de sus argumentos. En este caso, un barrio residencial denominado Wisteria Lane, situado en la ficticia ciudad Fairview, Eagle State, sirve de contexto para poner en relación las vivencias de seis amas de casa. Cada una de ellas engloba una serie de estereotipos de género, como la sumisión al marido, el cuidado imperante de los hijos, el mantenimiento de la casa a través de las tareas domésticas, o la búsqueda de un príncipe azul. Todo ello provoca un efecto mimético entre sus vidas y las reduce a un estado de desesperación constante.

Aunque la serie mezcla momentos cómicos, satíricos o misteriosos, todo fluye alrededor del drama interior que soportan por separado y que se identifica perfectamente con preocupaciones habitualmente asociadas a las mujeres. La narradora, que está muerta desde el principio tras suicidarse, es la primera que deja patente las carencias de ese tipo de vida, y plantea un dilema al resto de protagonistas. A través de este permanente juego entre los aspectos cómicos y los tintes dramáticos, podemos observar la vida hogareña de cuatro peculiares mujeres americanas.

Podemos decir que, si bien las chicas de *Sexo en Nueva York* se encuentran en un primer estadio, el de la independencia y la búsqueda de la estabilidad sentimental, las *Mujeres desesperadas* ya han pasado a la clásica segunda fase, a la vida familiar alejadas de la gran ciudad y refugiadas en un barrio residencial, aunque la insatisfacción vital continúa presente en ellas a pesar de haber alcanzado el hipotético objetivo.

Perfiles desesperados

- Mary Alice Young (Brenda Strong) es la narradora omnisciente de la serie. Se suicida en el primer capítulo debido a que una de sus vecinas descubre un importante secreto familiar que la implica en un asesinato. Como todas las demás protagonistas, Mary Alice vivía con una frustración interior.
- Desde el comienzo de la serie, la vida de Susan Delfino (Teri Hatcher) está marcada por la separación de su marido, que la abandonó tras salir a la luz un romance con su secretaria. Susan intenta rehacer su vida con la ayuda de su hija, la cual comienza a experimentar sensaciones propias de la adolescencia. Gran parte de las acciones y decisiones de esta olvidadiza y patosa protagonista, dedicada a la ilustración de libros infantiles, recogen la influencia de su delicada situación emocional. Su gran inocencia le hace pensar al comienzo de cada relación que ésta durará para siempre.
- Antes de quedar embarazada y dar a luz a cuatro hijos, Lynette Escavo (Felicity Huffman) se había convertido en un importante icono del mundo de los negocios. Pero todo cambió drásticamente y su nuevo trabajo se centró en cambiar pañales, recoger la casa y esperar a que su marido Tom volviera de sus numerosos y largos viajes profesionales. Lynette se muestra en todo momento como una mujer luchadora, que intenta evitar insistentemente el fracaso de su matrimonio. En la cuarta temporada supera un cáncer y más tarde vuelve a quedar embarazada. Resultan habituales sus lamentaciones cuando recuerda su anterior vida profesional.
- Bree Hodge (Marcia Cross) es la perfecta ama de casa. Se dedica a ejercer de esposa y madre de una forma excesivamente meticulosa. Cree hacerlo todo bien y presta mucha atención a los posibles comentarios de terceras personas. Su obsesión le lleva a controlar las opiniones familiares, provocando el cansancio de su marido y el divorcio. Tras quedar embarazada su hija, Bree simula su



propio estado de gestación e intenta protegerla de cara al público.

- Para comprender a Gabrielle Solís (Eva Longoria) hay que remontarse a su infancia en Guadalajara, México. Allí vivió en la pobreza y fue violada. Años más tarde, se ha convertido en una mujer vividora, materialista y superficial, obsesionada con el dinero y el sexo. Es una de las protagonistas más atractivas, ya que antes de conocer a su adinerado marido y dejarlo todo por él, era una reconocida modelo. Sus repetidas infidelidades son justificadas como una necesidad para no caer aún más en la desesperación.

- Edie Williams (Nicolette Sheridan) puede considerarse como la más promiscua y sexy del grupo. Su papel es similar al de Samantha Jones en *Sexo en Nueva York*, es decir, se trata de una auténtica depredadora de hombres. Durante las cinco temporadas en las que aparece (de la primera a la quinta) demuestra tener un carácter indiscreto y desvergonzado. Dedicó su tiempo a la venta de casas hasta que fallece electrocutada.

- La última “desesperada” en unirse al grupo es Katherine Myfair (Dana Delany), aunque ya se conocían de una etapa anterior en *Wisteria Lane*. Su aparición en la cuarta temporada trae consigo algunos secretos que progresivamente salen a la luz. Debido a su excesiva dedicación a las tareas domésticas, tiene un perfil muy parecido al de Bree Hodge.

Estereotipos, trama y lugares comunes. Siguiendo el formato de éxito.

Encontramos en la serie un conjunto de lugares comunes y temas centrales que se repiten bastante en la trama de la mayoría de los capítulos. Entre ellos, la infidelidad, que es una de las acciones más representadas a lo largo de la serie. Desde el comienzo, se retrata como algo habitual, inculcado en la cultura occidental. En este sentido, los guionistas no dibujan de igual forma el adulterio masculino y el femenino. Cuando el afectado es un hombre, el dolor es más efímero y superficial. Sin embargo, cuando la deslealtad salpica a una mujer, el drama es prolongado y profundo. De esta forma, potencian y exacerban el sentimentalismo femenino, o lo que es lo mismo, un elemento característico de las ‘series para mujeres’, muy recurrente también en el formato telenovela.

Al igual que sucedía en *Sexo en Nueva York*, el sexo, entendido como necesidad fisiológica, es convertido en una válvula de escape ante los problemas. Se crea así una amplia posibilidad de romances, infidelidades y desengaños que juegan con las emociones del público, dentro del cual, las mujeres sienten una mayor identificación. La creación de un personaje ‘depredador de hombres’ como el de Edie, pone de manifiesto la necesidad imperiosa de los productores estadounidenses por recuperar el estereotipo de promiscuidad tradicionalmente masculino, y aplicarlo a las mujeres, tal y como ocurre en *Sexo en Nueva York* con Samantha Jones. Se trata de un elemento curioso dado el tradicional puritanismo que predomina en la sociedad estadounidense.

Las similitudes entre *Sexo en Nueva York* y *Mujeres desesperadas* no esconden también algunas diferencias, como por ejemplo el contexto donde se desarrolla la trama. Como apuntábamos anteriormente, mientras que en la primera, la gran ciudad ofrece un gran abanico de posibilidades para cuatro mujeres solteras, en *Mujeres desesperadas*, un bonito barrio residencial es la panacea a años de locura y estrés. Sin embargo, ambos emplazamientos son añorados en algún momento por las protagonistas de las dos series. El motivo radica en los traumas internos que sufren cada una de ellas, y que les impiden ser realmente felices independientemente del lugar en el que residan.

Puede considerarse, por tanto, que cada serie muestra una etapa de la vida de una mujer, sin tener en cuenta la edad a la que se viva. Podemos considerar incluso que la vida independiente en la ciudad es la antesala al matrimonio y la vida en un tranquilo barrio residencial. De hecho, alguna de las protagonistas de *Sexo en Nueva York* sólo aspira a lograr esa vida que, como vemos en *Mujeres*



de *Manhattan*, sume en la desesperanza y la frustración a quienes la han conseguido. Lo que se nos dibuja como la meta en el primer caso (el matrimonio) no es más que la confirmación de la permanente insatisfacción que rodea tanto a unas protagonistas como a las otras, a pesar de proyectarse como prototipos de la nueva mujer.

Esos sueños y motivaciones frustradas de las protagonistas se hacen visibles a medida que la serie va evolucionando. El maravilloso entorno de Wisteria Lane, ansiado por cualquier familia de clase media-alta, no resulta ser el lugar adecuado para desarrollar, por ejemplo, sus capacidades personales y profesionales. Algunas de las 'desesperadas' abandonan radicalmente sus vidas anteriores, dedicándose de forma exclusiva a cuidar a sus hijos (el caso de Lynette) o a estar al rebufo de su marido, tal y como ocurre con Gabrielle. En ambos casos, la imagen de ama de casa, fuertemente arraigada en la cultura occidental, se convierte en un estereotipo de género introyectado en un producto de gran consumo mundial. A ello contribuyen productores, publicistas y es el resultado final, cargado de connotaciones sutiles, el que se traslada al público.

Mujeres de Manhattan. Sobrevivir en la jungla del éxito.

La poderosa cadena estadounidense NBC (General Electric) fue la última en apostar por las denominadas 'series para mujeres'. En el año 2008 emitió el primer capítulo de *Mujeres de Manhattan*, un producto de características muy similares a los analizados anteriormente. La NBC simplificó al máximo su esfuerzo a la hora de crear la historia y basó la serie en otro de los libros de Candace Bushnell, creadora intelectual de *Sexo en Nueva York*. Su obra *Lipstick Jungle* sirvió a los guionistas para trazar la vida de tres poderosas mujeres neoyorquinas que, a pesar de obtener grandes éxitos en el ámbito laboral, no consiguen equilibrarlos con sus desastres personales.

Desde el primer momento, la serie no consiguió obtener buenos resultados de audiencia en Estados Unidos, quedando muy alejada de *Mujeres Desesperadas*, que por esas fechas se encontraba entre la cuarta y la quinta temporada. En el resto del mundo, ocurrió algo similar y tampoco cosechó grandes datos de audiencia. De hecho, la primera temporada de *Mujeres de Manhattan* constó tan sólo de siete capítulos.

En España, tras emitirse las dos primeras y únicas temporadas a través de la *Fox*, sus derechos fueron adquiridos por Telecinco, que comenzó a proyectarla en su cadena *LaSiete* el 1 de enero de 2010. El impacto de la serie entre la audiencia española no ha sido muy significativo, aunque de momento, sigue en la parrilla del canal digital.

Los perfiles de las tres mujeres protagonistas son bastante similares. Por un lado, Wendy Healy (Brooke Shields) se encuentra en la cumbre de su carrera profesional. Se dedica a la industria cinematográfica y no duda en trabajar incansablemente para obtener siempre el éxito en sus proyectos. Su mayor preocupación es su papel como madre, dado que se cuestiona permanentemente acerca del adecuado desempeño de estas funciones. Por su parte, Nico Reilly (Kim Raver) es una estresada editora de prensa que aspira a convertirse en Consejera Delegada. Es la más impulsiva y liberal de las tres. En el ámbito sentimental, tiene un serio romance con Kirby, un personaje secundario, pero la relación va degradándose a medida que pasan los capítulos, llenando su vida de inestabilidad.

La tríada de mujeres de esta serie la completa Victory Ford (Lindsay Price). Su principal objetivo es recuperar su carrera como diseñadora de moda de primer nivel. Para ello debe luchar contra la competencia y encontrar financiación para su negocio, cometido al que dedica todos sus esfuerzos. Como vemos, el aspecto profesional, bastante olvidado en *Sexo en Nueva York* y *Mujeres desesperadas*, es el elemento que conecta a estos personajes y también uno de los hilos conductores de la serie. Sin embargo, las protagonistas se encuentran también insatisfechas, como en los casos precedentes, por la dificultad de conciliar ese éxito profesional con una vida privada plena.



Difícil conciliación: el vacío personal de las ejecutivas.

Las protagonistas desarrollan profesiones que, en las series estadounidenses, habitualmente han sido desempeñadas por hombres. La intención de sus creadores es ofrecer un producto dirigido a la audiencia femenina que presenta a la mujer, al menos en la superficie, alejada de los roles tradicionales. Esta serie se centra en un ámbito laboral especialmente feminizado: *'la jungla del lápiz de labios'*. Precisamente por ello, las protagonistas encuentran serios vacíos en el terreno personal, una disyuntiva que nunca vemos reflejada en los medios con personajes masculinos.

Evidentemente, no queremos decir que hoy en día los altos cargos en empresas e instituciones no sean ostentados por mujeres, sino que hasta hace poco no era un hecho extrapolable a la sociedad real, como para producirlo y venderlo con éxito. Quizá lo más destacado tenga que ver con la "desgracia" que arrastran estas mujeres. Al igual que ocurre en las otras dos series, sobre todo en *Sexo en Nueva York*, las protagonistas venden una liberación femenina mientras que sus vidas están atadas a fracasos sentimentales y otro tipo de traumas.

Aunque la serie ha aprovechado el camino recorrido por *Sexo en Nueva York* y *Mujeres Desesperadas* copiando su exitosa trama, no ha sido capaz de introducir elementos verdaderamente novedosos y diferenciadores. Si recordamos lo expuesto en líneas anteriores, *Mujeres Desesperadas* introduce un nuevo núcleo residencial que presenta, al menos en apariencia, a otro tipo de mujeres: amas de casa. *Mujeres de Manhattan*, sin embargo, queda estancada de nuevo en el entorno estresante y vertiginoso de la gran manzana. Deducimos, por tanto, que es necesario innovar en algún sentido para que la audiencia, mayoritariamente femenina en este caso, conecte con el producto.

Casi al mismo tiempo que la cadena *NBC* lanzaba *Mujeres en Manhattan*, *ABC-Disney* ponía en antena otra serie de características similares: *Cashmere Mafia*. Lo hacía, además, auspiciada por el gran éxito de *Mujeres Desesperadas*. Pero, en esta ocasión, y al igual le ocurrió a *NBC*, la idea no funcionó. Otra tendencia relativamente reciente es la aparición de series de temática femenina como *The L Word* (*Showtime*, *CBS Corp.*), cuyas protagonistas son lesbianas. En ella se aborda la diversidad sexual desde el punto de vista de la mujer, algo todavía poco común pero que nos da una pincelada más sobre el panorama audiovisual destinado a las mujeres.

Estos y otros ejemplos nos descubren un escenario mediático repleto de productos ideados para un público femenino, o mejor dicho, para un consumidor femenino. Es bastante frecuente hoy en día la aparición de nuevas series protagonizadas por mujeres y dirigidas mayoritariamente a las espectadoras, aunque detrás de todo ello, al margen de un formato de éxito, se busca fundamentalmente reproducir unas determinadas pautas de consumo a través de unos prototipos de género bastante marcados y personalizados en sus protagonistas.

Un modelo de ficción nacional: *Aída*, el producto español

La exitosa serie de ficción *Aída*, a pesar de no estar dirigida a un público mayoritariamente femenino, nos servirá para ejemplificar con un caso español cómo los productos audiovisuales utilizan la identidad de género para captar un mayor número de audiencia entre los televidentes.

Esta serie, realizada por la productora española *Globomedia*, se emite desde el año 2005 en la cadena *Telecinco*, propiedad del conglomerado mediático italiano *Mediaset*. Englobada dentro del género *sitcom*, o lo que es lo mismo, comedias televisivas que suelen introducir risas grabadas coincidentes con los golpes humor del guión, *Aída* surgió como un spin-off de la serie *7 vidas*, obra de la misma productora.

Desde su puesta en marcha la serie ha cosechado importantes cuotas de espectadores, liderando



la audiencia de los domingos en espacio prime time durante los cuatro primeros años. En total, *Aída* se ha emitido durante ocho temporadas, y en 2011 se estrenará la novena. Gran parte del éxito obtenido por la serie radica en la gran aceptación que han tenido entre los espectadores algunos de sus actores, como Carmen Machi –Aída en la serie–, Paco León –Luisma–, Pepe Viyuela –Chema– o Eduardo Casanueva –Fidel–, así como en la fácil comprensión intelectual de la trama.

En esta serie, la protagonista, Aída, intenta sacar adelante a su familia en un barrio de clase media-baja, donde conviven delincuentes, ex drogadictos, desempleados, gente con baja preparación académica y algún que otro personaje bastante peculiar. Por ello, los creadores de la serie definen a su personaje principal como una heroína contemporánea. Una heroína capaz de aguantar el tirón en circunstancias realmente adversas y salir adelante a pesar de no contar con una pareja sentimental que le aporte estabilidad y apoyo.

Precisamente es en este detalle, en la ausencia de un referente masculino en su núcleo familiar, donde radica la principal semejanza con las series de ficción norteamericanas. Las circunstancias que rodean la trama principal de la serie y que además son reflejadas en su máxima expresión a través del personaje Aída, coinciden con aquellas que marcaban las vidas de las protagonistas de *Sexo en Nueva York*, *Mujeres Desesperadas* o *Mujeres de Manhattan*; es decir, traumas y malas experiencias en relaciones sentimentales del pasado que generan desilusión y algún que otro traspiés familiar en sus vidas actuales. Tanto en el caso norteamericano como en el español se presenta una imagen del género femenino repleta de antecedentes problemáticos y convulsos que influyen constantemente en el devenir de los personajes. Las series de ficción creadas por empresas audiovisuales norteamericanas lo hacen a través de productos de carácter más internacional, pensados para su inmediata exportación al resto de países donde extienden sus canales de distribución.

De esta forma, mientras en *Sexo en Nueva York*, por ejemplo, todo transcurre en la ciudad más mediática y atractiva de Estados Unidos y, por ende, del mundo, o en *Mujeres Desesperadas* en un bonito y acomodado barrio residencial de una localidad estadounidense imaginaria; *Aída* lo hace en un entorno mucho más humilde, que se identifica claramente con la clase social mayoritaria en España: la trabajadora. Concretamente se desarrolla en “Esperanza Sur”, un barrio ficticio que imita a los distritos obreros de la periferia madrileña.

Al igual que el resto de empresas dedicadas a la explotación de productos audiovisuales, *Globomedia* forma parte de un mercado caracterizado por la homogeneización y la poca diversidad a la hora de ofrecer nuevos contenidos a la audiencia. Evidentemente, nos referimos al alma del producto, a la idea, y no al etiquetado final, ya que éste sí se muestra de muy variados y atractivos aspectos. La necesidad de obtener grandes cifras al cierre de cada ejercicio anual impide que los productores apuesten por ideas realmente novedosas. Por el contrario, animan a la explotación de lo ya contrastado, de lo exitoso, de aquello que ya se vendió como bueno y generó beneficios a la empresa. En el caso de *Aída*, un producto spin-off como ya se aclaró, se ha recreado por completo la vida de un personaje carismático perteneciente a una serie anterior, *7 vidas*.

De esta forma, aprovechando que esta serie ponía fin a sus emisiones tras un largo periodo de buenas críticas y grandes audiencias, los productores apostaron por introducir una nueva serie en la parrilla televisiva que mantuviera el hilo triunfal de la anterior y potenciara así el terreno ganado en el pasado. Tras el cambio de escenario, de actores, de modo de grabación (*7 vidas* se realizaba en un plató con público), la introducción de elementos dramáticos, sobre todo en el ámbito doméstico, y el renovado uso del humor, más elemental que en *7 vidas*, *Globomedia* ha conseguido con *Aída* volver a captar altos índices de audiencia sin la necesidad de buscar nuevos formatos que desgasten la arcas de una industria, la cultural, cada vez más estandarizada.

A continuación vamos a realizar una breve semblanza de los personajes femeninos más importantes de la serie: Eugenia –Marisol Ayuso–, Lorena –Ana María Ruiz– y Paz –Melanie Olivares–, así como



de la propia protagonista, encarnada por Carmen Machi. A través del dibujo de la personalidad de las protagonistas podemos analizar los diferentes estereotipos femeninos que aparecen reflejados en esta serie:

- Eugenia. Es la madre de Aída. Su vida está llena de amargura y resentimiento por no haber podido llegar al culmen de su carrera artística como vicetiple. Gran parte de su frustración la descarga contra su hija, a quien acusa de haber sido un lastre desde su nacimiento. Precisamente, durante el parto, Eugenia quedó coja e incapacitada para continuar ejerciendo su profesión, por lo que ya nunca obviara ese momento, para ella más fatídico que feliz. Su carácter es fuerte y su cinismo incontrolable. Al contrario que otras madres, Eugenia también supone un lastre para Aída, que no recibe ningún tipo de respaldo maternal.

En definitiva, se trata de un personaje femenino vacío, que no valora salvo en puntuales ocasiones, el calor familiar por culpa del trauma que arrastra. Aunque todo ello aparece revestido de una indudable carga cómica, dada la naturaleza del producto audiovisual.

- Lorena. La hija primogénita de Aída forma parte de una de las primeras generaciones víctimas de las incongruencias del mercado audiovisual y de la denominada 'telebasura'. Sus aspiraciones académicas son prácticamente nulas. No tiene ningún tipo de vocación profesional excepto convertirse en un personaje del "famoso" y salir por televisión. De hecho ve cumplido su sueño en la séptima temporada cuando es seleccionada como participante del reality show *Gran Hermano*, lo que provoca un gran revuelo entre los vecinos de su barrio.

Aunque Lorena sufre una evolución positiva a lo largo de la serie, desde el comienzo muestra ser una niña irresponsable con las necesidades del hogar, superficial, egoísta y amante del sexo. No aguanta las reprimendas de su madre y en multitud de ocasiones muestra hacia ella actitudes de indiferencia. Como cualquier adolescente, Lorena echa en falta la presencia de su padre.

- Paz. Es la mejor amiga de Aída y uno de sus principales apoyos emocionales debido al cariño y empatía que demuestra. Su vida es aparentemente normal, al menos eso creen los vecinos del barrio, ya que Paz esconde un gran secreto que sólo sus amigos más íntimos conocen: es prostituta. Este hecho marca su vida tanto en el aspecto personal como en el económico. En el primero de ellos, la atractiva protagonista, muestra una gran inseguridad y tiene gran facilidad para echarlo todo a perder, tal y como demuestra en sus relaciones sentimentales (especialmente en su historia con Luisma, un amor de la infancia). En el terreno económico camina holgadamente gracias a los abultados ingresos que le reporta su profesión. De ahí que cuente con el piso más lujoso de todos y vista prendas un poco más sofisticadas.

- Aída. Es la protagonista de la serie. Su perfil es el de una mujer divorciada y luchadora, con un preocupante problema de alcoholismo. Éste surge en las situaciones más complicadas, en momentos de auténtica desesperación derivados de la gran presión a la que se ve sometida. Y es que Aída, además de cargar con la responsabilidad de sacar adelante a sus dos hijos (Lorena y Jonathan), a su madre, e incluso a su hermano Luisma, vive con la frustración de haber soportado una experiencia traumática con su ex marido, que gastaba el dinero del hogar en prostitutas y en el juego, y de haber visto marchar de casa a una hija, Soraya (Miren Ibarguren), que vuelve en la sexta temporada.

Todas estas circunstancias, unidas a un aspecto y una educación mediocres, dificultan enormemente sus relaciones con otros hombres. De ahí que, en muchas ocasiones, se muestre como una mujer desesperada con ansia de sexo. En la quinta temporada, cuando su hijo Jonathan decide marcharse a la casa de su padre, Aída cae en una profunda depresión, dejando patente las graves dificultades ante las que se ha encontrado a lo largo de su vida. Carmen Machi abandona la serie en la séptima temporada, por lo que su personaje queda apartado tras enviarlo a prisión. Los guionistas argumentan este encarcelamiento ideando una disputa entre Soraya y su marido, que la maltrata, en la que Aída interviene para defender a su hija y mata accidentalmente al maltratador.



A modo de conclusiones...

- Las empresas creadoras de productos audiovisuales, tanto las de orientación mundial como local, han normalizado la incorporación de personajes femeninos marcados por vidas llenas de frustraciones pasadas. Mientras que en algunas series de ficción norteamericanas se jugaba con la identidad de género para atraer, sobre todo, a la audiencia femenina, en *Aída* se utilizó el drama de una mujer para crear un producto de éxito.
- A diferencia de lo que ocurría en *Sexo en Nueva York*, *Mujeres Desesperadas* o *Mujeres de Manhattan*, donde se presentaba a los espectadores un modelo de mujer a imitar, e incluso a envidiar en algunos aspectos como el del dinero, la fama o la libertad sexual; *Aída* muestra un mundo lejano a cualquier aspiración que, aunque es tratado con tono humorístico, no deja de ser escabroso y paupérrimo, así como detestable. Las comedias de origen español orientadas al público nacional contabilizan su éxito en función de las semejanzas que guardan con la cultura, los sucesos y las tradiciones de la sociedad española. Tienen la necesidad de llevar al extremo aquellos aspectos que se identifican con lo autóctono para competir con la generalidad de las series extranjeras. Este hecho ha podido observarse en series televisivas como *Aquí no hay quién viva* –comunidad de vecinos que pone de manifiesto el cotilleo, la envidia y la pillería– *Los Serrano* –familia española donde no falta la imagen del cabeza de familia testarudo–, o la propia *Aída*; y en producciones cinematográficas como *Mortadelo y Filemón* –adaptación al cine de las vidas de dos superespías “made in Spain”–, o las diferentes secuelas de *Torrente* –máxima expresión de lo que significa utilizar las costumbres de un país para banalizarlas a través del humor y conseguir un producto de éxito–.
- El tratamiento que se le da al sexo en *Aída* es diferente al de las series norteamericanas analizadas. Mientras que en éstas la promiscuidad es un elemento normalizado, positivo, síntoma de una vida liberal y moderna; en *Aída* ocurre lo contrario. Si tomamos como ejemplo al personaje de Lorena y sus constantes devaneos con el género masculino, podemos observar como se desprende de sus acciones una imagen de chica fácil. También ocurre con *Aída*, quien aparece como una mujer ‘devorahombres’. Sin embargo, desgraciadamente para ella, lo único que devora son problemas de todo tipo.

Referencias bibliográficas

- GONZÁLEZ R. Y NÚÑEZ, T. (2000): *Cómo se ven las mujeres en televisión*. Padilla Editores y Libreros. Sevilla.
- LOSCERTALES ABRIL, F. Y NÚÑEZ DOMÍNGUEZ, T. (2009): *Las mujeres y los medios de comunicación. Una mirada de veinte años (1989-2009)*. Instituto Andaluz de la Mujer. Sevilla.
- MORLEY, D. (1996): *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu. Buenos Aires.
- QUIRÓS FERNÁNDEZ, F. (1998): *Estructura internacional de la información: el poder mediático en la era de la globalización*. Síntesis, Madrid.
- SOUCHON, M. (1977): “Mass media y educación escolar”, en *La pedagogía escolar del siglo XX*. Narcea, Madrid.
- TOUS, A. (2010): *La era del drama en televisión: Perdidos, CSI: Las Vegas, El Ala Oeste de la Casa Blanca, Mujeres Desesperadas, y House*. UOC. Barcelona.
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. (1985): *Historia de la comunicación social*. Alianza. Madrid.