

REPRESENTACIÓN SOCIAL Y CULTURAL EN LAS TELENOVELAS CATALANAS

Marta Ortega

Marta.ortega@uab.cat

Martaortegalorenzo@gmail.com

Universitat Autònoma de Barcelona

Marta Ortega es licenciada en Periodismo y doctora en Demografía por el CED

Resumen

En esta comunicación la hipótesis de la investigación es que los seriales de ficción catalanes son producciones culturales populares que representan comportamientos demográficos. Los productores y guionistas “beben” de la realidad para construirlos y seleccionan conductas demográficas y culturales emergentes, de manera que se normalizan y democratizan determinadas actitudes y valores, creando referentes comunes sociales, por ejemplo, la identidad catalana siempre está presente en este tipo de producciones. Nos preguntamos también si las nuevas formas de difusión de los seriales a través de nuevos canales influyen en la concepción de sus contenidos.

Palabras clave: telenovelas, diferencias de género, representación social

Abstract

In this paper the hypothesis of the research is that the Catalan *soap operas* are popular cultural productions that represent demographic behaviors. The producers and scriptwriters draw examples from real life to produce them and select emergent demographic and cultural behaviors. By normalizing and democratizing certain attitudes and values, they create social common referents, as for example, the Catalan identity that is always present in this kind of productions. We also ask if the new forms of broadcast through new diffusion channels of this serials influences the conception of its contents.

Keywords: *soap operas*, gender differences, social representation

Introducción

El artículo es una exploración sobre la investigación académica referida a las telenovelas. Empezamos con el nacimiento de este género como novelas melodramáticas en capítulos, seriales radiofónicos y, finalmente, seriales de televisión. Si se estudian los diferentes tipos de ficción seriada en el mundo: *soap operas*, culebrones latinoamericanos, telenovelas y fulletons (las telenovelas catalanas), la conclusión es que todas ellas, independientemente de su origen de producción y de las características locales, tienen el mismo interés: la representación de la esfera privada y de las relaciones personales. Durante el artículo denominaré este tipo de producción seria de forma indistinta. También analizo de qué manera se han estudiado los contenidos de estas producciones de ficción en el ámbito académico, con especial atención a los estudios desde la perspectiva de género y a los demográficos, siendo quizás el punto más novedoso del presente trabajo esta perspectiva. Concretamente se explica la relación entre telenovelas y cambio demográfico. Durante los últimos años los demógrafos han introducido el estudio de los medios de comunicación y, especialmente, de las telenovelas, para explicar la

difusión de conceptos e ideas referidas a cambios sociodemográficos. Cabe destacar en este punto el trabajo de Vilmar Faria y Joseph Potter en Brasil. O las campañas llevadas a cabo desde diferentes organizaciones para promover familias de mediana reducida a través del uso de métodos anticonceptivos, por ejemplo, en África o India. O también utilizar a los personajes de la ficción para atraer a la población hacia las campañas de alfabetización, como ha ocurrido en lugares como Méjico.

Desde nuestra perspectiva occidental los cambios que se producen en nuestra sociedad son de índole diferente, no se pretende, por ejemplo, aumentar el uso del preservativo entre los telespectadores de ficción catalana o española, pero sí en cambio se enfatizan determinados comportamientos como modelos a seguir frente a otros, como modelos a rechazar. En este artículo veremos qué conclusiones podemos extraer al respecto después de analizar el caso de la telenovela pionera en Cataluña y en el Estado español, *Poble Nou* (1994) así como de 100 capítulos de la más recientemente concluida, *El Cor de la ciutat* (2000-2009). Además nos interesamos sobre las nuevas formas de difusión de ficción seriada a través de internet con la pretensión de comprobar en el futuro próximo si la concepción de los contenidos cambia al variar el canal de comunicación.

Breve historia del género

Para conocer el origen de las telenovelas debemos remontarnos a los años cincuenta, tanto en América latina como en los Estados Unidos, mientras que en Europa el género nació una década más tarde. El nacimiento de la telenovela mejicana se sitúa en 1951, desde entonces estas producciones han acompañado a la sociedad en épocas de crisis y de fuertes movimientos sociales, impregnando la parte emotiva de la vida de tres generaciones, la de los abuelos, padres e hijos. También en Brasil la telenovela se incorporó a la programación en la época de los cincuenta y se consolidó en los años setenta gracias a TV Globo. En Perú se producen y emiten telenovelas desde el nacimiento de la televisión en los 50's (Covarrubias y otros, 1994). En los Estados Unidos la más antigua de las producciones de este tipo es *The First Hundred Years*, en 1950, mientras que en Europa la primera *soap* nació en 1960 en Gran Bretaña con *Coronation Street*. En nuestro caso, Cataluña y el Estado español, ya hemos apuntado antes que se consumían telenovelas importadas hasta 1994, año de nacimiento de *Poble Nou*.

El precedente de las telenovelas fueron las radionovelas, que a su vez bebían de los folletines impresos que se repartían por entregas y que se inspiraron en el melodrama. Éste surgió de la ópera. El término *opera* (melodrama en lengua inglesa, alemana o polaca) fue introducido por Rousseau para referirse al tipo de drama en el que las palabras y la música se suceden en vez de ir juntas, y donde la frase hablada es enunciada y preparada de acuerdo a la frase musical (Covarrubias y otros, 1994).

A mediados del siglo XIX, con las demandas populares y el desarrollo de los medios de comunicación impresos nació el folletín, primer texto escrito por el pueblo y para el pueblo y donde se ponen de manifiesto sus inquietudes y sentimientos. Y poco a poco todo su lugar fue ocupado por relatos, de ahí provienen la absorción del nombre por el género. El siguiente paso dio lugar al nacimiento de las radionovelas. Es América latina, concretamente Cuba, la pionera del radioteatro en los años veinte. En los Estados Unidos, la radio

emite las primeras radionovelas, primero llamadas “novelón” y pronto conocidas como *soap operas*, con la principal intención de vender productos, de ahí el término (*soap*, de los jabones que querían vender a través de su emisión y *opera* del género melodramático musical). El año 1950, los responsables de la empresa Procter & Gamble, que habían producido radionovelas, no dudaron en adaptarse al nacimiento de un nuevo medio de comunicación de masas, la televisión, para producir la primera telenovela estadounidense *The First Hundred Years*. Desde entonces hasta hoy el género ha seguido alimentando los medios de comunicación y adaptándose a los lugares sin perder su universalidad. De hecho, en el año 2000 un diario local barcelonés (*Barcelona y más*, 21 de noviembre) ya anunciaba la existencia de un culebrón íntegramente en español emitido por internet y producido por Universal Web. La telenovela, *E-namorarte* era de emisión diaria y de cuarenta capítulos de 2 a 3 minutos de duración. Sin duda el cambio de canal de emisión transforma el producto, evidentemente el formato es lo más visible pero seguramente los contenidos también se habrán modificado porque el público objetivo al que se dirigen es distinto y la forma de consumo también. Pero a pesar de todo, el género sobrevive. Univisión también se ha dedicado últimamente a producir y emitir telenovelas completas a través de iPods y ciertos teléfonos celulares en Estados Unidos. Por ejemplo, *Vidas cruzadas* generó más de 2,5 millones de reproducciones por parte de los usuarios norteamericanos, convirtiéndose en uno de los dos contenidos más vistos en la historia de la cadena y fue emitida exclusivamente en internet. En Texas, una pequeña compañía productora de televisión creó la primera webnovela en inglés y español para internet, *AlamoheightsSA*. La serie consta de episodios de nueve minutos en los que relata la historia de dos familias relacionadas con la industria de la moda, una hispana estadounidense y otra mejicana. Cada episodio se filma dos veces, en inglés y español y su contenido, según su productor, Eric Weymueller, está adaptado a las actuales audiencias. Esta webnovela también se diferencia del resto de series televisivas por su plan de negocio. La serie no contiene espacios para publicidad pero en el inicio se pasa un anuncio de 15 segundos y el sitio electrónico desde donde se exhibe está rodeado de otros anuncios. Mientras que otros ingresos provienen de la utilización de productos expuestos, lencería, por ejemplo, así que los anunciantes están dentro del mismo formato.

Para el investigador López-Pumarejo (1987) los géneros radionovela y telenovela (y actualmente podríamos añadir webnovela) se definen por su bienvenida a la transformación, por la obertura hacia los cambios demográficos y sociales, porque sobreviven a los cambios del medio de difusión como también a los temas que conforman las historias, adaptándose a culturas y realidades lejanas. Y el hecho de que todavía hoy el género funcione es posible porque continúa cumpliendo la misión que tenía en los inicios, es decir, llegar a una audiencia de potenciales consumidores a un coste relativamente bajo para los patrocinadores.

Algunos estudios académicos sobre el contenido de las telenovelas:

Dado el formato de la comunicación es imposible extenderse mucho en este punto, pero sí querríamos destacar algunos de los estudios sobre el contenido de las telenovelas realizados desde la academia, destacando los

que lo hacen desde los Cultural Studies que incluyen una perspectiva de género.

Así, Gerarthy (1991, 1997, 1998) es una de las feministas más representativas que se ha dedicado al estudio del contenido de las *soap operas*, cree que, de forma muy simplificadora y resumida, podemos hablar de dos tipos de producciones: las *soap* patriarcales y realistas, tipo *Eastenders* o *Neighbours*, y las *soap* patriarcales y fantasiosas, tipo *Dallas* o *Dinastía*. Para ella las primeras representan mujeres fuertes que padecen similares problemas domésticos y personales que las mujeres de la audiencia, y por tanto, fácil de relacionar con la experiencia de la misma. Mientras que en el segundo caso las espectadoras disfrutan mirándolas porque lo que ven está muy lejos de su realidad y les sirve de evasión de sus problemas domésticos. Además cree que las primeras, a pesar de ser mujeres fuertes, son sumisas porque asumen el rol de sustentadoras del hogar sin revelarse, mientras que las mujeres de las *soaps* patriarcales y fantasiosas hacen pensar en la audiencia en otra vida posible mejor que la suya y, por tanto, romper con la opresión patriarcal.

Desde el punto de vista de los demógrafos, las telenovelas han empezado a estudiarse recientemente tomando como partida la teoría de Cleland y Wilson conocida como *the ideational theory of change* que sugiere que los cambios e comportamiento respecto a la fecundidad se producen sobretodo por la difusión de nuevas ideas en relación al control de la natalidad.

Así, las telenovelas no sirven sólo para vender productos o entretener a la audiencia. En muchos países se han utilizado como medio para transformar la sociedad promoviendo determinadas actitudes o para conseguir la alfabetización, la vacunación o el uso del preservativo. Los demógrafos pioneros en la incorporación de los estudios de los mensajes televisivos en relación a la demografía son Vilmar Faria y Joseph Potter. En su estudio sobre la caída de la fecundidad en Brasil explican que la expansión de las telecomunicaciones y el consumo de telenovelas, más que cualquier otro producto mediático, fueron factores relevantes para promover nuevos valores y nuevas actitudes en relación al comportamiento reproductivo. No afirman que el consumo de telenovela sea “el” factor, pero sí lo apuntan como uno de los factores relevantes, sobretodo teniendo en cuenta que el fenómeno no se podía explicar por las políticas reproductivas del país. Por ejemplo, durante la dictadura militar consecuencia del golpe de Estado de 1964 los creadores de telenovelas no podían representar cuestiones relacionados con la política por la fuerte censura, por eso se dedicaron a explicar historias relacionadas con la cotidianidad de la gente. Como se trataba de guionistas de ideología progresista, representaron familias y parejas que hablaban de forma abierta sobre temas considerados tabú como la sexualidad. Además, la presencia de la guionista Janette Clair propició la aparición de personajes femeninos fuertes, con profesiones equiparas a las de sus maridos y que mantenían relaciones de igualdad en las relaciones de pareja.

Recientemente, los economistas Emily Oster y Robert Jensen explican (2009) cómo ha influido la llegada de la televisión a India. Ellos cuentan que un abaratamiento de los equipos y distribución de la televisión permitió que 150 millones de indios recibieran televisión por cable por primera vez. La implantación no fue geográficamente uniforme y se comprobó qué efectos tenían unas zonas respecto a las otras. La conclusión fue que las mujeres con

televisión estaban menos dispuestas a tolerar los malos tratos conyugales, disminuía su preferencia por los hijos varones, crecía su autonomía personal, disminuía su tasa de natalidad y mantenían más tiempo escolarizadas a sus hijas, además de revelarse contra la violencia machista.

De hecho, diversos estudios empíricos han puesto de manifiesto una clara relación entre la expansión de las telecomunicaciones y el cambio demográfico, sobretodo en países donde la reducción de la fecundidad ha sido rápida, como Brasil y Méjico. Este país fue el primero en crear una telenovela con intención claramente educativa, promoviendo la alfabetización de los adultos (*Vente conmigo*) y la medida de familia más pequeña (*Acompáñame*), entre otras. Una iniciativa que después se ha exportado a países de todo el mundo, como con la radionovela *Zinduka* en África o la telenovela *Hum Log* en India.

Parece unánime la opinión de los investigadores sobre audiencias y efectos de los mensajes de los *mass media*: los valores no se asumen sin criterio, ni siempre de la manera en que han sido concebidos, y que la asunción de ideas y comportamientos es un proceso largo, lento y complejo donde juegan diversos factores, en los que destacan el papel de los medios de comunicación y, concretamente, los productos de ficción ya sean con intención claramente educativa (como en el caso de Méjico) o con contenido no intencionadamente educativo (como el caso brasileño).

Como también parece indiscutible que los mensajes emitidos crean opinión, aunque sea temporal, sobre los aspectos que muestran.

Las telenovelas, el género de ficción por antonomasia para reflejar cambios sociales.

Hemos visto más arriba, que las telenovelas son un género de ficción que traspasa las fronteras culturales y lingüísticas. Según apuntan muchas tesis se trata de un producto muy poderoso, porque contribuye a la construcción del imaginario social. La creciente y rápida producción de telenovelas en función de las preferencias del público convierte el género en un campo de referencia central para observar en sus cambios la evolución de los espectadores, y de la sociedad civil en general. En palabras de Tomás López Pumarejo, "la telenovela es un estilo de textualizar capaz de absorber cambios históricos, demográficos y culturales y que precisamente por eso reina en el flujo televisivo" (López Pumarejo: 1987: 167).

Es evidente que las telenovelas se acercan mucho a determinadas cuestiones sociales que pasan en la realidad, algo que parece ser claramente uno de los objetivos de sus creadores, así lo explicaba en declaraciones a *El Periódico de Cataluña* (9 de septiembre de 2000) Jordi Galcerán, guionista de *El Cor de la Ciutat*: "...combinamos trazos típicos de la telenovela, como historias de amor, conflictos familiares y pasionales con una cierta visión del mundo que nos rodea ...Partimos de la idea que la vida pasa muy de prisa y las instituciones sociales básicas, como la familia, están cambiando. Todo el mundo vive, de alguna manera, bajo una fuerte presión emocional".

El mundo de la telenovela es un micromundo simbólico y como ficción hay una sobrerrepresentación de todos los ingredientes emocionales. Teniendo en cuenta la gran importancia de los temas personales y familiares en este tipo de producción, ingredientes imprescindibles de las telenovelas, la presencia de cuestiones relativas a los cambios sociodemográficos y en las relaciones de género está garantizada. Mientras que otras cuestiones de importancia en la realidad pasan casi desapercibidas. Por ejemplo en la

telenovela pionera en Cataluña, y que he analizado profundamente, hay un vacío sobre temas políticos y religiosos, por ejemplo, y se dan muchas más cuestiones que difieren claramente con la sociedad a la que se pretende representar. Así, en la mayoría de telenovelas catalanas todos los personajes mayoritariamente hablan en catalán y compran en pequeñas tiendas de barrio o supermercados regentados por familias, o en el mercado, y no aparecen grandes superficies comerciales. De esta manera se está mostrando un país de “botiguers” y de pequeños empresarios.

El contexto catalán: *Poble Nou*

Cataluña fue la comunidad pionera en el Estado español en la creación de telenovelas, siendo la primera *Poble Nou* (1994). En su nacimiento se le calificó como el primer gran fenómeno de la sociología de la comunicación moderna en Cataluña. La década de los noventa, tanto para Cataluña como para el Estado español, fue la de creación propia de telenovelas y de otros géneros de ficción, como las series de emisión semanal (*Médico de familia*, *Periodistas*, *Compañeros* y *Comisario*, son sólo algunos ejemplos de la producción de más éxito a nivel estatal). Los productos importados no desaparecieron del panorama audiovisual, pero las televisiones hicieron, por primera vez, una gran apuesta por la producción propia después de comprobar que contaban con una muy buena aceptación del público.

En Cataluña, las telenovelas nacieron con el objetivo principal de reforzar una identidad nacional, en palabras de uno de sus creadores, de “fer país” (hacer país). Esta intención de “fer país” debe entenderse, desde nuestro punto de vista, no sólo como una forma de normalización lingüística y cultural, sino también como una forma de representar un territorio que constata dinámicas demográficas diferentes al resto del Estado español (véase tesina de Rocío Treviño, 1996), así como una cultura diferente, que sin duda explican la coexistencia de distintas “culturas” dentro del mismo Estado.

De hecho, no es casual que la telenovela pionera en Cataluña, *Poble Nou*, se emitiera en el canal público autonómico TV3. Es una televisión pública controlada en cierta medida por los partidos políticos mayoritarios, por lo que parece lógico que encontremos reflejadas sus voluntades de ideario sobre cuestiones sociales como la familia, la sanidad o la educación. Hay un objetivo explícito por parte de TV3 de crear un imaginario propio, una tradición y cultura que es diferente y que quiere mostrarse diferenciada. Por tanto, en ningún caso las telenovelas son productos de ficción banales, sino que están creadas con intencionalidad y criterio, con un valor estético y sociocultural, y son unas producciones dirigidas a una amplia audiencia, no exclusivamente femenina ni de amas de casa. Y sobretodo, las telenovelas son productos llenos de contenido, ya que hacen de espejo y de reflejo social, aunque a veces se trate de espejos deformados. Si en algún momento las telenovelas consiguen una influencia/reacción en el público es porque son producciones de calidad con propuestas interesantes y atractivas, y porque muestran cuestiones relevantes para la mayoría desde un punto de vista cotidiano, muchas veces cercano a la realidad social.

Hay que tener también en cuenta que la relación que se establece entre la audiencia y las telenovelas suele ser muy peculiar por su emisión diaria, esta circunstancia aproxima los personajes haciéndolos familiares de cara al espectador. Por eso su repercusión social es tan importante.

En el momento de origen de la creación y emisión de la primera telenovela catalana (1994) la sociedad ya había sufrido cambios demográficos y familiares relevantes asociados a la llamada Segunda Transición Demográfica (Solsona, 1996) en gran medida gracias a cambios políticos y del marco legal de finales de los años 70 e inicios de los 80 –en el 1978 se despenalizan los anticonceptivos, el año 1981 es el de la ley del divorcio y a partir de 1985 el aborto es legal en determinados casos. Todos estos cambios implican modificación de las relaciones de género en la esfera privada. Como veremos más adelante, *Poble Nou* ya recoge algunos de estos cambios. Seis años más tarde, y sin interrupción en la producción y emisión de telenovelas catalanas, nace *El Cor de la Ciutat*, la más parecida en cuanto a características a la primera (es realista, sus personajes tienen problemas como los de la audiencia, el contexto es también Barcelona) y ya recoge cambios más relevantes en las relaciones sociales de género.

Contenidos de las telenovelas *Poble Nou* y *El Cor de la Ciutat*

Aplicando un análisis de contenido sociodemográfico y desde la perspectiva de género a las telenovelas *Poble Nou* en su totalidad y *El Cor de la Ciutat* (los 100 primeros capítulos), se pueden sacar las siguientes conclusiones:

1) Las telenovelas catalanas son producciones culturales relevantes socialmente, lejos de los tópicos habituales que las consideran productos de ficción mediocres opuestos a la cultura “en mayúsculas”. No es casual que los autores que firman la biblia (el texto de la historia que cuenta la telenovela) son reconocidos en el panorama cultural catalán, han hecho obras teatrales o novelas (Josep Maria Benet i Jornet, Andreu Marín, Enric Gomà, Toni Cabré, M^a Mercè Roca, por ejemplo). Estas dos producciones toman en serio los problemas de los grupos no dominantes socialmente: las personas mayores, las madres cabeza de monoparental, los inmigrantes o los enfermos de sida, por ejemplo. Además, se representan temas de interés público como el consumo de drogas, el sida o el acoso sexual.

Lo que destila de las dos telenovelas es una ideología que respeta todo tipo de relación personal y actitud íntima, sentimental o sexual siempre y cuando esté fomentada en la sinceridad, la honestidad, la tolerancia y la comprensión hacia el otro, aún siendo relaciones estigmatizadas socialmente, como las relaciones homosexuales. Las telenovelas indiscutiblemente crean un clima de opinión sobre determinados temas, a la vez que son un espejo social reflejan y alimentan conversaciones y debate público sacando a la luz temas poco publicitados por considerarse menores, pero que para muchos son temas mayúsculos: la desigualdad de género y social y los problemas de las personas y no de los grandes personajes.

2) Tanto *Poble Nou* como *El Cor de la Ciutat* representan muchos de los temas emergentes en demografía de la familia característicos de una Segunda Transición Demográfica, como la emancipación tardía, las formas de unión semicohabitación y cohabitación, la monoparentalidad producto de separación o divorcio, la fecundidad fuera del matrimonio o la paternidad y maternidad sociales. Las telenovelas analizadas presentan morfologías de hogares “convencionales” al lado de otros “innovadores”, familias nucleares de matrimonios con hijos al lado de monoparentales encabezadas por mujeres. Entre un período y otro de emisión se aprecia una diversificación de los

hogares representados y se normalizan determinadas actitudes y comportamientos. La cohabitación se democratiza y normaliza, dejando de ser una situación exclusiva de personajes con determinadas características socioeconómicas y de formación, o por imposibilidad legal del matrimonio consecuencia de una separación en la que se espera el divorcio o de una pareja de homosexuales (recordamos que el matrimonio todavía no era legal para personas del mismo sexo en aquel momento en el Estado español). Por tanto, queda totalmente legitimada esta forma de unión como marco para la convivencia y la reproducción. Y sea cual sea la forma de relación escogida, se apuesta claramente por representar como deseable un modelo en el que los dos miembros de la pareja están en igualdad de condiciones a la hora de tomar decisiones y negociar conflictos; y en muchas de las parejas representadas en *El Cor* el trabajo doméstico se comparte entre hombres y mujeres. Nunca se representa la procreación como el objetivo de la creación de parejas, como sí ocurría en las parejas formadas bajo el prototipo patriarcal. De hecho formar pareja y tener hijos aparecen como decisiones independientes. La reproducción no se representa exclusiva del matrimonio, ni siquiera de la pareja. La decisión de romper una pareja también aparece como legítima cuando la pareja no funciona por el motivo que sea. Y el fenómeno aparece democratizado. Sin embargo no aparecen muchas familias reconstruidas y en las pocas en las que se muestran van acompañadas de situaciones conflictivas, que sólo se resuelven si la familia en cuestión pasa a “normalizarse”.

3) Las dos telenovelas analizadas presentan los conflictos de la vida familiar y de pareja más frecuentes y se resuelven de una manera moderadamente moderna, poco transgresora y con mucho “seny” (cordura).

Los guionistas en los dos casos tratan algunos temas con más discreción mientras que con otros se toma una actitud más arriesgada, cuestión que se da tanto en la representación de los procesos como en los desenlaces finales de los mismos. Por ejemplo, el día a día de los personajes de *Poble Nou* los calificaríamos de más progresista que el desenlace final de la telenovela ya que los espectadores se encuentran con soluciones de las historias de los personajes bastante conservadoras y los protagonistas que difieren de la “norma” son penalizados de alguna manera. Así, en relación a las uniones, sólo toman la forma de cohabitación las que no pueden transformarse en matrimonios por cuestiones legales y no por una decisión escogida por la pareja, y tampoco aparece al final hijos que crezcan fuera del matrimonio. Si nos fijamos en la manera cómo se representa el aborto, siempre aparece como una opción a rechazar por muy difícil que sean las circunstancias de la mujer que no quería quedarse embarazada. Sin embargo esto ha cambiado en capítulos que no forman parte del cuerpo de análisis de *El Cor*, donde se representa por primera vez un aborto voluntario, y recientemente, en la exitosa serie *Ventdelplà* (emitida por TV3 desde 2005 hasta la actualidad) una de las protagonistas también decide abortar con el apoyo de su madre y a pesar de la negativa de su pareja, y el motivo que da es simplemente que no se siente preparada para ser madre, tratándose de un personaje representado con connotaciones positivas –es madura para la edad, estudiosa, buena hermana e hija, buena amiga...). La presencia de representaciones más atrevidas o fuera de la “norma” social otorga de mayor verosimilitud y autenticidad a estos productos. Pero parece que ciertos límites

no pueden traspasarse para no convertirse en desagradables de cara a la audiencia y a los anunciantes.

4) Las dos telenovelas construyen identidades de género en las que las mujeres suelen ser personajes fuertes y los hombres más débiles. Con el paso del tiempo, la ficción de telenovelas en Cataluña ha sacado marcas de género en la representación de los roles de hombres y mujeres, en su poder de decisión y en sus expectativas. Se representa la vida como si fuera una aventura en transformación constante a la que los personajes deben adaptarse, pero a la vez son los propios personajes los que cambian sus vidas transformando las circunstancias. Desde el punto de vista sociodemográfico las telenovelas representan bien el nuevo ciclo de vida de las mujeres en el cual se retarda la nupcialidad y la reproducción, y a veces no se tienen hijos porque su principal función deja de ser la reproductiva. Este nuevo ciclo vital de las mujeres es vida familiar más vida profesional o activa, mientras que si nos remontamos a unos años atrás, una de las dos vidas excluía la otra, a no ser que se perteneciera a una clase social alta. La posibilidad de una vida activa sumada a una vida reproductiva, evitando las desastrosas consecuencias de la doble carrera sólo es factible para la población si los hombres también cambian su actitud, asumiendo responsabilidades de la esfera privada. Desde este punto de vista podríamos decir que las protagonistas femeninas de *Poble Nou* hacen una “acción” para provocar un cambio de comportamiento en las relaciones sociales de género y en *El Cor de la Ciutat* ya se puede apreciar la reacción de los personajes masculinos, porque ya son hombres implicados en la vida privada y en las tareas reproductivas y que respetan y apoyan la vida activa y profesional de sus compañeras. Destaca que no todos los personajes femeninos son madres, ni siquiera todas las mujeres maduras. Y estas mujeres se representan con un proyecto de vida profesional y se las representa satisfechas con sus vidas. Tanto el control de la reproducción como el poder de decidir sobre tener o no hijos es exclusivamente femenino en estas telenovelas. Y muchos de los personajes masculinos representados en *El Cor* se muestran como desconcertados ante el poder de decisión de las mujeres protagonistas y en general son ellas las que ponen punto y final a la relaciones, en cambio algunos personajes masculinos que no están satisfechos con sus relaciones se dejan llevar por ellas sin actuar para ponerles fin. En general se puede afirmar que en el intervalo de tiempo entre la emisión de una y otra telenovela se puede apreciar la desaparición progresiva de las marcas sociales de género. Mientras que el argumento principal de *Poble Nou* es la emancipación de una mujer y su entrada en el ámbito público, en *El Cor* hombres y mujeres tienen preocupaciones similares en el ámbito profesional y personal y las esferas donde se mueven son compartidas.

5) La sociedad representada en las dos telenovelas es distinta a la del resto del Estado español y a la que podemos ver a través de las telenovelas anglosajonas y latinoamericanas. Además, la construcción que se hace de esta sociedad es sesgada, es decir, que si un espectador no catalán viera las telenovelas analizadas tendría una imagen de la sociedad catalana que no se corresponde totalmente con la realidad de referencia a pesar de tratarse de productos verosímiles y “realistas”.

Podemos concluir que en Cataluña las telenovelas están contribuyendo a crear un ideario concreto sobre cuestiones relacionadas con la

sociodemográfica, y con las relaciones sociales de género. Además ser utilizadas como un claro mecanismo de “normalizar” un país con lengua y culturas propias que quieren verse diferenciado del resto del Estado español. La repercusión de este tipo de producción ha sido indiscutible, creando corrientes de opinión y provocando foros de discusión, como en las discusiones personales. El siguiente paso de la investigación sería ver qué tipo de contenidos se están emitiendo en las “webnovelas” emitidas exclusivamente a través de Internet.

Referencias bibliográficas

- CLELAND Y WILSON. (1987). “Demands Theories of the Fertility Transition: An iconoclastic view”, *Population Studies*, 41, p.5-30.
- COVARRUBIAS, Y; BAUTISTA, A; URIBE, B. (1994) *Cuéntame en qué quedó. La telenovela como fenómeno social*. Mexico: Trillas.
- FARIA, V; POTTER, J. (1999). “Television, Telenovelas, and Fertility Change in North-East Brazil” a Richard Leete, (ed.) *Dynamic of Values in Fertility Change*, Nueva York: IUSSP, Oxford University Press
- GERARTHY, C. (1991). *Women and Soap Opera: a study of prime time soaps*, Cambridge: Polity Press
- GERARTHY, C. (1997). “Nuevas historias en escenarios antiguos. Realismo y comunidad en las telenovelas británicas” en Verón, E. Y Escudero, L (comp.) *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales*, Gedisa, Barcelona, p. 193-202
- GERARTHY, C. (1998). “Feminismo y consumo mediático” en Curran, J. Y otros, *ibid*, pp.455-479
- JENSEN, R; OSTER, E; (2009). *The Power of TV: Cable Television and Women's Status in India*. *The Quarterly Journal of Economics*. Vol 124, 8, p. 1057-1094.
- LÓPEZ-PUMAREJO, T. (1987). *Aproximación a la telenovela*. Dallas/Dinasty/Falcon Crest. Madrid: Cátedra (colección Signo e Imagen).
- ORTEGA LORENZO, M. (2000). “Les telenovel·les catalanes Poble Nou i El Cor de la Ciutat: una anàlisi demogràfica i des de la perspectiva de gènere”. Tesis doctoral dirigida por Montserrat Solsona, Departament de Geografia-Centre d'Estudis Demogràfics, Universitat Autònoma de Barcelona.
- SOLSONA, M. (1996). “La Segunda Transición Demográfica desde la perspectiva de género” en SOLSONA I PAIRÓ, M. (ed.). *Desigualdades de género en los viejos y los nuevos hogares*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- TREVIÑO, R. (1996). “Dinámica demográfica de la familia en España. Pautas territoriales”. Tesina dirigida por Lluís Flaquer, departament de Sociologia de la Universitat Autònoma de Barcelona.