



Lo que se dice y lo que se calla. Castigo y censura ante la transgresión femenina

por Dolores Juliano

«Las normas gobiernan la inteligibilidad, permiten que ciertos tipos de prácticas y acciones sean reconocibles... Definiendo lo que aparecerá o no en el dominio de lo social». (21) (Butler, 2001)

Controlar con la palabra o con el silencio

El control de las conductas se logra por dos caminos, premiando con la aprobación las deseadas y castigando las desviadas. Pero el castigo es un último recurso, de alguna manera la confesión de un fracaso. Si la sociedad sanciona es que no ha conseguido imponer sus modelos como atractivos, es que ha habido quienes desobedecieron las normas. Por eso muchas veces se opta por callar, por hacer ver que la infracción no se comete, para no tener que afrontar el cuestionamiento que la transgresión implica.

Se puede decir que la censura y el castigo forman parte del mismo universo punitivo, pero de manera diferente. La censura es preventiva. Mediante ella se evita hablar de determinados temas, hacerlos visibles. La censura es la cara opuesta de la publicidad; mientras que esta logra hacer atractivos ciertos productos mediante la proliferación de su presencia, la censura pretende quitar de la vista y del pensamiento de la gente conductas que existen, pero que se consideran negativas. Es la versión más general de la estrategia “de eso no se habla”, que suelen utilizar las familias ante los temas conflictivos. El concepto de censura no se limita a la organizada oficialmente desde la estructura de poder, como se dio el caso en España durante el franquismo, ni a la autoimpuesta de los medios de comunicación cuando asumen determinados “códigos éticos” que les vedan ciertos temas o impulsan a tratarlos sólo de ciertas maneras. Se refiere también a todo lo que no se dice porque, de acuerdo al “sentido común” en su versión gramsciana, es mejor mantenerlo en silencio. Con la idea implícita de que es mejor para las propias personas afectadas.

El sistema punitivo (legal, penal) se encarga de la represión de las conductas tipificadas como faltas o delitos. Los medios de comunicación sólo colaboran en la tarea de castigo mostrándola y legitimándola, como es el caso de la proliferación de las series y películas policiales o basadas en la resolución de casos penales. El código ético de las primeras series de EE UU señalaba explícitamente que debían incluir el castigo de los delincuentes y que ellos no podían ganar nunca. Pero, pese



a la funció pedagògica de esas presentacions, el principal aporte de los medios para el control de las conductas se desarrolla en relación a la propaganda y la censura. Los medios de comunicación participan en el juego de mostrar y ocultar, contribuyen así a configurar el imaginario colectivo y son activos en la formulación y resignificación de los modelos. No es de extrañar que los primeros seriales norteamericanos estuvieran financiados por empresas comerciales y tuvieran como objetivo la venta de sus productos, eran las llamadas *soap operas* (óperas de jabón), patrocinadas por fabricantes de productos de limpieza (Martínez Zarandona, 2001). Posteriormente se ha utilizado esta capacidad “publicitaria” para extender y normalizar el consumo de otros productos, desde estilos de vestir y comunicarse hasta pastillas para el control de la fertilidad, como se ha estudiado en los casos de Brasil y México (Andaló, 2003). Se ha podido comprobar que la presencia en una telenovela de un personaje afectado por una enfermedad, y el seguimiento de su tratamiento, era un mensaje que producía un aumento de la sensibilidad social al respecto e incitaba a mejorar las prácticas sanitarias de la población. No es de extrañar que complementariamente se recurra a la censura (quitarlo de los medios de comunicación) cuando se pretende erradicar el consumo de algún producto. Tal ha sido el caso del tabaco en la última década.

La eficacia que muestran los medios para hacer aceptar algunos productos mediante la publicidad abierta o encubierta, y su capacidad para disminuir el interés en otros, simplemente omitiendo su presencia, funciona con igual eficacia en el plano de las conductas. Así, mostrar o evitar ciertas opciones sexuales es un mecanismo poderoso para su construcción social como aceptables, condicionado además por la forma en que se presentan y la suerte que se le asigna a quienes la ejercen. De manera general, la programación global de la TV, con sus amplios espacios dedicados a los deportes de competición, legitima y normaliza la competitividad masculina, mientras que la presencia abrumadora de entrevistados hombres muestra objetivado el enorme peso social que tienen estos en una sociedad androcéntrica. Como contrapartida, el poco lugar en los horarios de mayor audiencia de los espacios dedicados a las mujeres, y el poco prestigio de los mismos, señalan la posición subordinada de éstas, incluso si sus contenidos son correctos.

Independientemente de quienes los vean en la práctica, los programas diseñados para un público preferentemente femenino son los que con más claridad describen los modelos de género y, por consiguiente, son un buen punto de vista desde donde contemplar como se evalúa, acepta, rechaza o se niega la transgresión en este campo.



El éxito de las telenovelas

En la década de los 90, Sonia Muñoz proponía que el éxito que obtenían las telenovelas entre las mujeres amas de casa era la consecuencia de un diseño que, a base de reiteraciones, permitía seguir el hilo del relato aunque la visualización fuera entrecortada por las faenas que se realizan mientras tanto; mientras que la duración (a veces de años enteros) del desarrollo de la trama permitía acercar esta al tiempo real, por lo que facilitaba la identificación. La investigadora colombiana agregaba que estas obras estaban pensadas para un público que no estaba familiarizado con la tradición literaria, sino que venía de una cultura de escucha radiofónica. La población que provenía del campo, con una urbanización reciente, era la más proclive a identificarse con los personajes de las telenovelas, que venían a suplir, en el plano de lo imaginario, las redes relacionales que echaban a faltar. (Muñoz, 1992; Muñoz, 1995)

La función de proporcionar “parentesco ficticio” no se cubre sólo con las telenovelas, en realidad toda la “prensa rosa” o “prensa del corazón”, así como los programas de *reality show* y los que relatan momentos críticos en la vida de las y los protagonistas, como “Cambio total”, basan su atractivo en brindar un conocimiento detallado de las peripecias privadas y sentimentales de determinadas personas, que a partir del seguimiento informático pueden parecer próximas y llegan a suplir vacíos afectivos, desatando adhesiones y rechazos. El fenómeno de Lady D es emblemático, pero es sólo la punta del iceberg de la cantidad de cantantes, actrices y actores, deportistas y “famosos” que pueblan con sus venturas y desventuras la soledad de tantos y tantas telespectadoras.

Pero aunque cuentan con un público general, es evidente que el mayor éxito de audiencia lo tienen entre las mujeres. Esto no es casual. En la medida en que en la división sexual de los roles se encarga a los hombres la relación con las cosas y a las mujeres las relaciones interpersonales, nos configuramos como un grupo de especialistas con interés en las conductas sociales, que se constituyen en tema de conversación (las tan criticadas “chafarderías” femeninas) y evaluación. Porque, como ya señalaban los primeros estudios sobre el tema, las mujeres no se constituyen en un público pasivo, si no que opinan, evalúan y reinterpretan de acuerdo a sus propias experiencias y expectativas sociales. Una investigación reciente de Silvia Álvarez mostraba como durante la emisión de una telenovela que se emitió en el año 2006, *La tormenta*, se utilizó un foro de espectadores en internet para formar un grupo que se autodenominó “Las atormentadas”, que en realidad se dedicó a atormentar a los productores exigiendo la continuidad de determinados personajes y protestando por los alargues abusivos y forzados del argumento por razones económicas (Álvarez, 2007).



Aunque no alcance ese nivel de organización, la recepción de la audiencia es siempre selectiva y esto impone la necesidad, para las empresas que controlan el medio, de acercarse a las inquietudes de su público. De esta manera, ver que es lo que ofrecen las telenovelas da muchas pistas sobre como imaginan que son sus telespectadoras y cuales son los temas que les interesan. También es cierto que en algunos casos se trata de profecías autocumplidas, pues reiterando una oferta condicionan las expectativas, que no van entonces más allá de ella.

Las diferencias dentro del mismo género

Haciendo una clasificación muy general, podemos ver que en las telenovelas venezolanas y mexicanas se ofrecen sobre todo relaciones familiares y romances imposibles, en un entorno muy conservador en términos de sus valores: honor, fidelidad, respeto. Las telenovelas colombianas suelen ser más modernas y tratan de incluir una problemática más amplia, mientras que las brasileñas parecen estar diseñadas pensando en un público más exigente en cuanto a contenidos y presentación. En los últimos años, las telenovelas producidas en EE UU para el público hispano compiten por el mismo mercado con obras realizadas con abundancia de medios materiales.

Si miramos la producción española, vemos que se ha centrado bastante en llevar a la pequeña pantalla novelas ya consagradas, o ha intentado la vía de la reconstrucción del pasado histórico (“Cuéntame como pasó” o “Amar en tiempos revueltos”), aunque logró algunos de sus mayores éxitos cuando abordó temáticas más actuales, como fue el caso de la serie “Anillos de oro”.

En el caso de Cataluña, el interés por la lengua y la identidad nacional, y la posibilidad de disponer de canales de televisión con presupuesto y programación propia (TV3 principalmente) ha condicionado un desarrollo específico. Desde su primera telenovela “Poble Nou”, en 1994, seguida al año siguiente por “Secrets de família”, la televisión catalana ha optado por la recuperación de la vida cotidiana, en series tan largas como la vida misma, como “El cor de la ciutat” o “Ventdelplà”, matizándolas con elementos tomados de la novela policial o de misterio, en casos como “Laberint d'ombres” o “Nissaga de poder”. A la función de entretener y educar asignada genéricamente a todas las telenovelas, se agrega, en el caso de Cataluña, la preocupación por la normalización lingüística y una política de ¿promover, reivindicar, reflejar? la identidad nacional, considerada como moderna, democrática y progresista

La imagen de las mujeres que presentan estas series podemos calificarlas de “políticamente correctas”; son autónomas, capaces, eficientes, trabajadoras, responsables y, con mucha frecuencia, más dignas de confianza que sus



compañeros varones. Pero si bien esta representación marca un gran avance sobre la imaginaria tradicional al respecto, hasta el punto que la autonomía de la protagonista motivó quejas del Opus Dei en la primera telenovela (Ortega y Fonseca, 2002), tampoco deja mucho margen para las opciones alternativas. Se muestran los problemas pero se pasa de puntillas sobre las transgresiones. Así, por ejemplo, en “Ventdelplà” se afronta cuidadosamente un caso de maltrato doméstico, evitando caer en victimismos, pero se tiene mucha más dificultad en acercarse a los temas en que las transgresoras son mujeres: ¿puede una drogadicta ser buena madre?, ¿puede tener razón cuando acusa a su pareja de maltrato? Aquí los guionistas dudan y retacean el apoyo, que brindan en igual circunstancia a la protagonista, que no bebe, ni es promiscua y es una buena madre. También es vacilante el tratamiento que hacen de las prostitutas, adhiriendo acríticamente al discurso que las ve como víctimas de las malas artes de los malvados, y al mismo tiempo las considera como poco capaces de mantener relaciones estables. Es de destacar en cambio positivamente, el interés por tratar de manera no homofóbica la homosexualidad masculina y el empeño por normalizar algunos temas conflictivos como la convivencia entre parejas no casadas o el aborto.

Lo que queda fuera de la norma

Estudios hechos en Méjico señalan específicamente que las características de premiar a los buenos y castigar sistemáticamente a los malos cumple una función pedagógica pues «conlleva a la vez un mensaje de esperanza para todos aquellos que se comportan de acuerdo con lo que una sociedad considera positivo» (de Lizaur, 1999). En realidad, apoyar a quienes respetan las normas es una manera de apoyar a las normas mismas, y los medios de comunicación de masas parten del supuesto que su público acata los mandamientos en cuanto cuáles son las conductas permitidas (incluso las sexuales). Educadas por décadas de películas expurgadas de sus contenidos sexuales por la gazmoñería puritana de Hollywood, que tenía su complemento ibérico en la censura franquista, el “destape” de la transición fue un fenómeno reactivo y más o menos efímero, que no afectó mayormente a la TV. Temas como la sexualidad de las mujeres mayores (o incluso los deseos sexuales de las mujeres en general), el lesbianismo, o la transexualidad quedan en la categoría de lo no dicho. El modelo en que se apoyan implícitamente los argumentos es la idea puritana decimonónica de la “superioridad moral de la mujer” como base para el reconocimiento de sus derechos, pero esa superioridad moral se evalúa con referencia a las normas. Las transgresoras son consideradas entonces anómalas a las que se penaliza con el estigma (el caso de las prostitutas)



o desviadas, a las que se puede ignorar mientras no se manifiesten públicamente, lo que sería el caso de las lesbianas.

En realidad, el deseo evidente de brindar una buena imagen de las mujeres termina eliminando del campo del discurso todas las conductas que puedan recibir rechazo social, sin tener en cuenta que esta omisión contribuye a naturalizar el rechazo. En este difuminar de los puntos oscuros parece relevante la omisión casi completa a referencias al movimiento organizado de mujeres, especialmente significativo si se tiene en cuenta que el feminismo tiene en Cataluña una larga tradición y que ha encuadrado reivindicaciones y demandas de género durante las últimas décadas.

Es un lugar común decir que no se puede juzgar un libro por lo que no tiene, pero este argumento pierde validez si nos referimos a un conjunto de series de televisión con miles de capítulos y enorme multiplicidad de situaciones y personajes. Aquí sí que podemos legítimamente considerar que los silencios forman parte del discurso, y una parte significativa. Además la telenovela es un género en el que una de sus características es la importancia que se da en la trama a lo no dicho, a los secretos que hay que descubrir o develar (Carvajal and Molina, 1999). De acuerdo a su misma lógica interna, entonces resulta lícito interrogarla sobre los secretos que encubre, las cosas importantes que calla.

La representación positiva de las mujeres ya es un logro, pero, como dice Kristeva, «su deconstrucción abre nuevas posibilidades. Las mujeres exploran estas nuevas vías, develando sus potencialidades hasta sus márgenes más secretos y los más escandalosos» (Kristeva, 2000). Aún falta camino para que los medios de comunicación, incluso los más bien intencionados, den testimonio de las prácticas trasgresoras, como no sea en algunos documentales.

Bibliografía citada

- Álvarez, Silvia G. 2007. "La Tormenta en la Red: apropiación de imágenes y protesta social en torno a una telenovela." *Revista Antropológica XXV, Departamento de Ciencias Sociales de la Pontificia Universidad Católica del Perú* (en prensa).
- Andaló, Paula. 2003. "Lágrimas, amores, traiciones... y mensajes de salud." *Revista Perspectivas de Salud*, Volumen 8, nº 1.
- Butler, Judith. 2001. "La cuestión de la transformación social." P. 7-31 en *Mujeres y transformaciones sociales*, editado por Beck-Gernsheim, Butler y Puigbert. Barcelona: El Roure.
- Carvajal, Ligia; Xinia Molina. 1999. "Trayectoria de la telenovela latinoamericana: el caso de la telenovela brasileña." *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 21. Tenerife.



- Lizaur, Blanca de. 1999. "La telenovela como melodrama y su aprovechamiento pedagógico." en *Curso uso pedagógico de la televisión. Antología*. México: Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, ILCE.
- Kristeva, Julia. 2000. "Des madones aux nus." *L'Infini*, 70: p. 23-50.
- Martínez Zarandona, Irene. 2001. "Las telenovelas." <http://sepiensa.org.mx>.
- Muñoz, Sonia. 1992. "Mundos de vida y modos de ver." P. 233 a 294 en *Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*, editado por Martín-Barbero y Muñoz. Bogotá: Tercer Mundo.
- . 1995. *El ojo, el libro y la pantalla. Consumo cultural en Cali*. Santiago de Cali: Facultad de Humanidades.
- Ortega, Marta; María do Carmo Fonseca. 2002. "La representación del contexto de interacción entre demografía y género en las telenovelas catalanas." <http://www.abep.nepo.unicamp.br/docs/anais>.