

Extraído de

<http://www.amecopress.net>

# Las mujeres y la televisión analizadas en un curso en El Escorial

- Noticias -

Fecha de publicación : Jueves 19 de julio de 2007

*El discurso televisivo español continúa siendo completamente conservador respecto a las estructuras familiares, relaciones amorosas y modelos de mujeres, afectando la figura de la población femenina en el medio de comunicación de mayor proyección dentro de la esfera de la prensa rosa y medios masivos, pues pese a mostrar mujeres activas e inmersas en el ámbito público, se crea una peligrosa ambivalencia en el discurso mediático, pues termina por cambiar los aspectos positivos, que empoderan a las mujeres, en negativos para atacar o condenar a las mismas, afirmó Ascun Bernrdez Rodal, directora del curso: &ldquo;Mujeres Televisivas y Mujeres Televisadas&rdquo; en declaraciones a **Ameco Press**.*

La prensa rosa fue definida como el género más devaluado dentro de los medios de comunicación, pese a su éxito, así como se explicó que su doble discurso incide de manera negativa en la población femenina, estos fueron algunos de los aportes de Ascun Bernrdez Rodal, profesora titular de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, al ofrecer su ponencia: &ldquo;Programas rosas: gusto y disgusto ante el vecindario mediático&rdquo; en uno de los cursos de verano que organiza la Universidad Complutense de Madrid en el Escorial.

&ldquo;La prensa y los programas rosas son los géneros más devaluados&rdquo; explicó Bernrdez quien también dirigió conjuntamente con Isabel Tajahuerce, el curso: &ldquo;Mujeres Televisivas y Mujeres Televisadas: Miradas Críticas al desarrollo Profesional y a los Productos Mediativos de éxito&rdquo;.

Para Ascun el origen por escribir y pensar sobre la prensa rosa, surge de una &ldquo;espinita&rdquo; que se le clavó en su &ldquo;blando corazón&rdquo;, como lo define ella misma, por el éxito que han tenido estos programas entre la audiencia. Para abordar el tema, Bernrdez, durante el desarrollo de su ponencia, citó el artículo del escritor Francisco Umbral, publicado el 11 de octubre de 2004, escrito en el cual Umbral desmenuza y critica desde una postura irónica la preferencia de la población femenina española ante la prensa rosa.

La profesora agregó que resulta difícil enfrentarse a la crítica rosa dentro del discurso mediático, pero &ldquo;como leo y releo la asociación entre lo rosa, el cotilleo y las mujeres, me enfado bastante, y de forma &ldquo;quijotesca&rdquo; intento salvar a las dos, al género rosa y a las mujeres, ante las zozobras en las que nos sumerge la alta cultura&rdquo;, donde no entramos las mujeres como investigadoras y se desprestigia nuestro trabajo a favor de las mujeres&rdquo;.

### **España figura como el principal país en el cual se consume prensa rosa**

Bernrdez expuso que existe &ldquo;poca crítica constructiva hacia la televisión&rdquo; y que &ldquo;hay poca finura en el análisis metodológico&rdquo; pues afirmó que el género de la prensa rosa está devaluado desde el momento en que se considera que su interés y elaboración se destina exclusivamente hacia el público femenino, pues en realidad &ldquo;la prensa rosa es interés de todas y todos&rdquo;, no sólo de las mujeres, y se piensa que sólo la consumen ellas, aunque sea que mayoritariamente es la población femenina la principal audiencia este tipo de prensa.

Asimismo, lamentó que &ldquo;el sello de identidad de España, es el género rosa&rdquo; pues &ldquo;somos el país que consume este género&rdquo; y añadió que este tiene un gran éxito entre la audiencia femenina.

Como ejemplo, estimó que de la publicación de la revista &ldquo;Hola&rdquo;, se venden cerca de 2 millones de revistas, ejemplares que llegan a 12 millones de personas. Expuso que una de las causas principales por las que tiene éxito este tipo de prensa es porque rompe las &ldquo;barreras&rdquo; entre &ldquo;divas&rdquo; y el público

&ldquo;comn&rdquo; pues humaniza desde el cotilleo las vicisitudes de las y los personajes famosos.

### **Una cenicienta a nuestra disposicin; papel actual de la televisin<o:p></o:p>**

Bernrdez se inclin hacia la idea de que &ldquo;la televisin figura como el medio de comunicacin ms feminizado&rdquo;, pues &ldquo;es el medio que se integra en el hogar, en el entorno de la intimidad, adem s que est &ldquo;omnipresente&rdquo; como supuestamente para esta sociedad debemos estar las mujeres&rdquo;.

Defini a la televisin como &ldquo;una cenicienta que est a nuestra disposicin las 24 horas del da, que nos proporciona diversin, consuelo, relajacin, lo cual comulga con la figura tradicional que se le da al mundo femenino, a su vez que esta figura se carga de todo lo negativo, de las formas tradicionales de construir lo femenino, pues &ldquo;de cenicienta se torna a una figura dominante, como la figura de la madre mala, que nos acapara todo nuestro tiempo&rdquo;.

### **El sistema capitalista favorece el alto consumo de productos televisivos empobrecidos<o:p></o:p>**

Pero no slo el gnero de la prensa rosa es culpable de todo lo que acontece en el discurso televisivo, pues desde un anlisis bibliogrfico y reflexiones personales Asuncin agreg que ante un mundo cada vez ms competente donde &ldquo;guerreamos hombres y mujeres y a nosotras nos pagan poco, y las redes sociales son nulas&rdquo; la televisin adquiere un efecto de &ldquo;compaa&rdquo; ante una sociedad cada vez ms solitaria.

&ldquo;La televisin es muy potente, pero hay ms claves, como el sistema capitalista, imperante actualmente, este capitalismo salvaje, la gente consume televisin porque ya est marginada y aislada previamente, a quin le echamos la culpa de este desastre?, es ms fcil echarle la culpa a la televisin, pues en las mieles del entretenimiento, debemos reconocer el drama de una vida basada en un consumo inalcanzable&rdquo; apunt Bernrdez.

Desmanteladas las tradiciones sociales de convivencia, redes de solidaridad, la televisin ha acaparado las audiencias que permanecen aisladas y abandonadas ante el imperio del capitalismo la televisin cumple una funcin de vnculo social, y una sensacin de estar en contacto con las y los dems en un mundo cada vez ms aislado.

&ldquo;Procuramos comer a la hora del telediario, la televisin nos ha ido pautando la vida en cuanto a ritmos, cada vez que la vida tiende a ser ms desorganizada y vivimos en mayor desorden&rdquo; concluy la profesora de la Complutense.



-----<o:p></o:p>

Fotos: AmecoPress

Pie de foto: Asuncin Bernrdez, profesora en <st1:personname w:st="on" productid="la Facultad">la Facultad </st1:personname> de Ciencias de <st1:personname w:st="on" productid="la Informacin">la Informacin </st1:personname> de <st1:personname w:st="on" productid="la Universidad Complutense.">la Universidad Complutense.</st1:personname>

-----

Disponible audio en bruto para emisoras de radio y medios interesados a travs de FTP, previa peticin a AmecoPress

-----<o:p></o:p>

**Medios de comunicacin &ndash; Comunicacin y gnero &ndash; 19 julio, 07 (AmecoPress)**