

Un nuevo estereotipo juvenil: Las "princesas de barrio".

Los estereotipos audiovisuales presentan modelos aceptados por el común de la sociedad sobre un individuo o grupo de individuos. Por lo general éstos responden, de forma exagerada o simplificada, a unos personajes reconocibles por los espectadores. La aceptación de estos tipos y la identificación de los mismos con elementos reales muestran, una vez más, las estrechas relaciones que mantienen los medios de comunicación con la sociedad que los crea y los consume.

Este artículo analiza, desde la perspectiva de la Historia de la comunicación social, las características de un estereotipo de reciente aparición en las pantallas televisivas españolas: las "chonis", "princesas de barrio".

Para ello, se ha procedido a estudiar los principales rasgos que muestran la idiosincrasia de este personaje a través del análisis cualitativo de las protagonistas de *Princesas de barrio*, un programa emitido por La Sexta en el año 2011 que, pese a ser considerado un *docu-show*, presenta una construcción de la trama y los personajes propia de la ficción. A través del estudio de los rasgos que lo determinan, así como de sus metas y conflictos, se intentará demostrar que este personaje es la evolución de un tipo femenino ya existente adaptado a las nuevas situaciones sociales.

Palabras clave: telerrealidad, estereotipos, "choni", chica de barrio

1. Introducción

En la década de los ochenta, Umberto Eco, señaló la tendencia a la autoreferencia como uno de los elementos definitorios de la llamada Neotelevisión. Frente a la Paleotelevisión que, de alguna manera, aludía o pretendía aludir, lo acontecido, la Neotelevisión establecía una relación diferente con la realidad haciendo visible, únicamente, lo sucedido por y para la pequeña pantalla⁽¹⁾.

Esta re-producción de lo veraz ha generado que el discurso televisivo se posicione en una peculiar esfera entre la realidad y la ficción. Una realidad que, aunque inventada o recreada, participa de las condiciones de lo objetivo (Imbert, 2003), que es transformada al adaptarse a los usos del medio y ofrecerse al espectador como si fuera un fiel reflejo de aquello que le rodea.

Esta nueva conceptualización de lo auténtico ha provocado un cambio tanto en la forma como en el contenido del lenguaje televisivo. Por un lado, la insistencia de la plasmación de la cotidianidad ha supuesto una transformación estilística que afecta, principalmente, a la percepción que el espectador tiene de la misma. La utilización de técnicas propias del reportaje (cámara al hombro, aparición en plano de instrumentos técnicos...) transmiten una sensación de inmediatez, de ausencia de edición y, por tanto, de alteración del producto.

(1) Umberto Eco se llega a preguntar en su ensayo *La estrategia de la ilusión*: "¿Entonces, la televisión ya no muestra acontecimientos, esto es, hechos que ocurren por sí mismos, con independencia de la televisión y que se producirían también si ésta no existiese? Cada vez menos. Ciertamente, en Vermicino un niño cayó de veras en un pozo y de veras murió. Pero todo lo que se desarrolló entre el principio del accidente y la muerte del niño sucedió como sucedió porque la televisión estaba allí" Eco, U. (1986) *La estrategia de la ilusión*. Lumen, Barcelona.

El uso de la ocularización interna(2) permite al público introducirse en el discurso en lugar de observarlo desde la distancia, haciéndole participe de lo narrado.

De igual manera, la plasmación de los individuos televisivos realizando acciones frente a la cámara sin, aparentemente, percatarse de su presencia, genera una sensación de normalidad que remite no tanto al espectáculo del que participa como a las propias vivencias (Eco, 1986).

Por otro lado, la guerra de audiencias y el deseo de llegar a un mayor número de televidentes ha provocado una aparente proximidad de los contenidos a las vivencias de los espectadores a través de la espectacularización de lo local o anecdótico (Tous, 2009). En esta televisión es más importante la manera de narrar lo sucedido que la relevancia o el interés del hecho en sí.

Esto provocó que, a partir de la década de los 80(3), comenzasen a producirse nuevos géneros televisivos de difícil definición que han tendido a entremezclar lo real y lo falso resultando, en ocasiones, casi indistinguibles (Gómez Marín, 2005). De esta manera se puede observar la existencia de espacios como el *docu-show* que, desde planteamientos visuales que nos remiten a la realidad y un tratamiento narrativo muy ficcionado otorgan preponderancia a situaciones y personajes invisibles hasta el momento y crean nuevos referentes en la construcción de identidades (Pereira, 2009).

Pese a que aparentemente se descubren las experiencias de ciudadanos corrientes, la necesidad de mostrar al espectador de forma rápida y precisa qué o quién es un determinado individuo hace que, en este tipo de programas(4), se haya generalizado el uso de estereotipos. Hombres y mujeres se convierten en personajes tipificados que ofrecen representaciones simplificadas y generalizadas de los distintos miembros de una comunidad a través de la exageración y la esquematización de sus características (físicas, psíquicas...) (Lauzen, Dozierby Horan, 2008). En el lenguaje audiovisual nada es baladí por lo que cualquier rasgo que presenta un individuo ha sido estudiado y pensado para informar al público sobre alguna manifestación de su personalidad. Su vestuario, su forma de hablar o su actitud son elementos visuales que ayudan a reducir los atributos psicológicos de los personajes a sus características más destacadas y más destacables para la trama (Martínez I Surinyac, 1998).

Estos personajes tipificados parecen responder a los distintos roles sociales adoptados por los diferentes individuos: desde los lugares que frecuenta o sus relaciones con los demás hasta su comportamiento (Eagly y Steffen, 1984). Como generadores y perpetuadores de una opinión resultan peligrosos, especialmente cuando se refiere a un grupo como la juventud, principal consumidora y participante de este tipo de programas (Baladrón, Losada, 2013).

La plasmación de vidas comunes permite que los y las jóvenes se identifiquen y empaticen con figuras televisivas que, lejos de resultar reales, son un producto creado para atraer su atención. Es por eso, especialmente importante detectar la aparición de nuevos estereotipos, y con ella la simplificación del grupo social correspondiente, atendiendo a las características con las que son nombrados, y por tanto, definidos en los medios audiovisuales.

(2)

El concepto de ocularización, acuñado por Gauderault y Jost, hace referencia al punto de vista que revela la cámara. Es interna cuando muestra la visión de alguno de los personajes de la narración como, sucede, por ejemplo, en programas como *Madrileños por el mundo* donde lo que el espectador observa es aquello que muestra la realizadora a través de la lente. Gauderault, A. y Jost F. (1995) *El relato cinematográfico. Cine y narratología*. Paidós, Barcelona, 1995, 139-144

(3)

En España este proceso se produce en 1990, con la llegada de las televisiones privadas.

Mateos-Pérez, J. "La telerrealidad en las televisiones españolas (1990-1994)" en *Comunicación y sociedad*, nº 15, junio 2011.

(4)

El ejemplo más evidente es el programa *Un príncipe para Corina* (Atresmedia) en el que un grupo de jóvenes deben conquistar a una mujer. Los participantes están divididos en cuatro grupos que responden, claramente a diversos estereotipos sociales: los guapos, los *nerds*, los simpáticos y los únicos.

2. Metodología

Este artículo tiene como objetivo examinar las características de un nuevo estereotipo femenino existente en los medios audiovisuales españoles, la “choni”. A través del análisis de un caso concreto, la serie *Princesas de Barrio* (La Sexta, 2011). Se parte de la hipótesis de que este personaje no es un tipo nuevo sino la evolución otra mujer de ficción ya existente en el cine español del franquismo, adaptada a las circunstancias producidas por los enormes cambios acaecidos en la sociedad española.

El material utilizado para la realización de esta investigación es, principalmente, de carácter audiovisual. La plasmación de la cotidianeidad en la pequeña pantalla propia de la Neotelevisión, ha provocado la aparición de este tipo de jóvenes en diversos productos audiovisuales. Uno de ellos es *Princesas de Barrio*, emitido en el invierno del 2011 por La Sexta, un *docu-show* definido por Fernando Jerez, director de antena de La Sexta, como un “retrato real de una parte importante de la sociedad.” (*Público* 04/02/2011) Se ha elegido este espacio como medio para categorizar el estereotipo elegido por considerarse un buen ejemplo de la plasmación visual del objeto de estudio(5).

La aparición en la televisión de este modelo femenino es un fenómeno relativamente moderno por lo que todavía no ha sido definido por los estudios académicos. A pesar de ello es un término aceptado y utilizado por la sociedad. No en vano, el propio Jordi Puyol aseguró que el éxito del soberanismo catalán se debe a que sus movilizaciones están llenas “de chonis y de gente que se apellida Fernández”, verdadera fuerza del país (*El Mundo*, 5/04/2014).

Para encontrar una definición de este tipo femenino es necesario acudir a la cultura popular, principalmente a internet. Para algunos, “choni” es un término genérico que significa compañero o amigo(6); otros señalan que proviene de Canarias donde se utilizaba para referirse a los extranjeros ingleses o del norte de Europa. Pese a la falta de consenso, las “chonis”, en general, son consideradas las integrantes femeninas de los canis, una tribu relativamente joven (aproximadamente unos diez años), cuyo origen parece provenir de los antiguos bakalas(7).

Metodológicamente, se ha procedido al análisis cualitativo de las características principales de las protagonistas de este programa con el fin de descubrir las particularidades que definen este tipo. Este estudio parte de la premisa de que un personaje es la unidad psicológica y de acción que actúa como una categoría narrativa dentro de la historia (Pérez Rufí, 2005). Su estudio puede abordarse desde varias perspectivas. En primer lugar, entendiéndolos como simulacros de personas; en segundo, como un rol que aglutina una serie de características sociales positivas o negativas que condicionan sus acciones; en tercer lugar como un actante, es decir, como un elemento que permite y potencia la acción de la historia (Casetti y Di Chio, 1996).

En este caso, se va a acometer el estudio de estos personajes asumiendo la segunda de las opciones propuestas por entender que los tipos estudiados responden a un patrón concreto, tal y como señala el propio título del espacio.

Pese a tratarse de un producto en el que, aparentemente, se refleja la realidad de cuatro jóvenes, puede observarse la construcción de los

(5)
Se han consultado los episodios en <http://www.atresplayer.com/television/programas/princesas-barrio/>

(6)
“(…)la etimología original de la palabra *choni* procede de los argots de la gente de estas regiones –Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura– siendo una palabra genérica de referencia a la cercanía personal. “Choni” era un sinónimo de *amigo*, indistintamente del género” (*El Mundo*, 7/04/2014) <http://www.elmundo.es/blogs/el-mundo/1714-diario-del-ano-de-la- peste/2014/04/07/chonis-y-no.html>

(7)
<http://tribusurbanas2011.wordpress.com/2011/05/12/canis/>

personajes alrededor de una serie de parámetros o planteamientos generales. Por ello, el estudio del estereotipo se ha desarrollado a partir del análisis de algunas de las cuestiones relevantes a la hora de crear cualquier personaje de ficción (Casetti y Di Chio, 1996). Los personajes del espacio estudiado se analizarán conforme al siguiente esquema:

- Características físicas: edad, sexo, aspecto físico, autoconcepción de la apariencia.
- Características psicológicas: personalidad, aspiraciones.
- Características sociales: extracción social, situación familiar, estado civil, educación e intereses culturales, empleo, ocio.
- Conflictos y metas del personaje.

Los estereotipos parten, tal y cómo se ha señalado, de una realidad más o menos distorsionada. Esta distorsión puede aumentar considerablemente en función del tratamiento que los medios de comunicación ejerzan sobre ellos. Detectar los mecanismos que utiliza la televisión para promover nuevos prototipos y redefinir los ya existentes es una de las finalidades de este estudio. No en vano, su mayor o menor visibilidad, los formatos en los que aparece, el tono en el que son abordados, o la función que ejerzan en los mismos son algunos de los elementos que ayudan a crear y a perpetuar los prejuicios de una sociedad sobre alguno de sus grupos.

3. Caracterización de los personajes

En febrero del 2011 se estrenó *Princesas de Barrio*, un programa emitido por la Sexta los domingos en *prime time*. Este espacio mantenía un esquema similar al de *Mujeres ricas*, el *docu-show* al que sustituyó, que mostraba las vidas de cuatro mujeres acomodadas y que obtuvo unos importantes índices de audiencia en su primera temporada. En ambos se partía de unos planteamientos aparentemente reales ficcionalizados a partir de la construcción de tramas atractivas y personajes muy acordes con la temática del programa.

No en vano, surgían del interés por mostrar la diferencia. No en vano Sebastián Moguilevsky, director del espacio, señalaba que "A la gente no le llama la atención la normalidad. Las mujeres normales están en todos los lados. Y lo divertido es mostrar las particularidades" (*El Mundo* 04/02/2011).

Se emitieron siete programas que, aunque obtuvieron buenos índices en sus dos primeras emisiones, no lograron los buenos resultados de su antecesor.

Iratxe, Jessy, Paqui y Marta son las protagonistas de este *docu-show* que muestra parte de la cotidianeidad de estas mujeres así como los conflictos que surgen en el grupo.

El programa utiliza distintos tipos de recursos visuales. Por un lado, las chicas son seguidas por una cámara mientras realizan diferentes tareas y, por el otro, se incorporan sus comentarios y reflexiones a través de bustos parlantes, grabados por un equipo o por las propias protagonistas con una cámara doméstica. Mientras que la cámara en hombro, el rodaje en exteriores o la inferior calidad de la imagen de las grabaciones personales otorgan una sensación de verosimilitud, los testimonios de las protagonistas, que, de alguna manera interpelan al espectador, permiten una mayor identificación con los personajes.

Narrativamente la historia de las cuatro “princesas de barrio” sigue una misma pauta. Los dos primeros capítulos presentan a los personajes, muestra su situación laboral y familiar y sus deseos y anhelos. El tercer episodio se centra en las relaciones entre las protagonistas. Es el momento en el se reúnen por primera vez y se atisban las primeras complicaciones emocionales. Los episodios cuarto y quinto muestran los problemas profesionales (paro, falta de proyección, fracaso) y personales de las protagonistas (problemas conyugales y familiares) que comienzan a solucionarse en el sexto capítulo. La última emisión plantea la consecución de las metas y la resolución de los conflictos.

El arranque del *docu-show* muestra a tres de las protagonistas reuniéndose para ir a un concierto de Camela. Esta actividad define al grupo, cuyos componentes no se conocían hasta la grabación del programa, partiendo de la premisa de las características semejantes de sus integrantes. El concierto se produce el mismo día de la boda de la cuarta protagonista cuyo enlace se presenta al espectador de forma paralela al evento musical.

3.1. Iratxe

Iratxe es una mujer de veinticinco años, morena, delgada y de aspecto llamativo(8). Su señal de identidad son los pañuelos de colores que suele llevar anudados en el cabello. Se ha operado el pecho que luce con orgullo: “No me puse las tetas para no verlas. Tengo que amortizar los 6000 euros” (primer episodio, 06/02/2011).

Se autodefine como “poligonera a tope” y como una “choni” estableciendo algunas de las características de este personaje: “Para ser “choni” hay que cumplir muchos requisitos. Entre ellos, llevar mucho oro. Llevar un *piercing* aquí (señala el labio) de oro. En la lengua otro de oro. Llevar tatuado un conejito de playboy, que eso no se lo he dicho a mi hermana pero es otro requisito, y el rabillo del ojo hasta aquí (se señala las sienes)” (sexto episodio, 13/03/2011).

Tiene mucho carácter(9) y su principal característica es su impertinencia. Iratxe vive en las Malvinas, una zona del polígono de Santa María de Benquerencia de Toledo. Este populoso barrio concentra una tercera parte de la población de la ciudad. Alejado del centro histórico, es la zona donde se han construido la mayor parte de las viviendas sociales en las últimas décadas (González, 2006).

El personaje no posee estudios y, en el momento de la grabación del programa, afirma estar cursando, sin excesivo interés, el graduado escolar en una escuela de adultos. Su desprecio hacia la educación y el conocimiento es manifiesto al no considerarlos útiles ni prácticos(10).

Esta nula formación se observa en su forma de expresarse, poco precisa, plagada de argot, de improperios y de vulgarismos que indica, claramente, un nivel social y cultural bajo. Actualmente está en paro y es ama de casa, ocupación que le disgusta profundamente. Su anterior trabajo fue en la empresa Vodafone, en el departamento de atención al cliente.

Pese a que conoce a Paqui del barrio, Iratxe no presenta vínculos sólidos con ningún grupo más allá del familiar. Sus principales amigas son sus primas con quien comparte su tiempo de ocio. Su carácter descuidado e impulsivo choca con el de su madre, una mujer trabajadora y realista. La joven comparte casa con su novio, Fran, un pescadero a quien conoce desde la infancia.

(8)

“Iratxe es muy moderna. Cuando llega el verano se pone unas falditas que si se agacha... se la ve el 'culete'” dice Martina, la abuela de la joven. Primer programa emitido el día 06/02/2011

(9)

“Si me defino falsamente pues te digo que soy muy buena, que soy la mejor del mundo pero a las malas soy una 'hija de puta'”. Primer programa, emitido el día 06/02/2011

(10)

“En el graduado te enseñan muchas tonterías” A ver “pa” qué quiero yo saber qué es una potencia. ¿“Pa” que?... ¿Para ir al chino a comprar una botella de lejía necesito saber la tabla periódica? ¡Venga, hombre!”. Primer programa, emitido el día 06/02/2011

(11)

"Yo tengo mi Fran como la Belen Esteban, tengo vecina traidora como la Belén Esteban, caracter como la Belén Esteban, lo único que me falta es la hija de un torero pero bueno, tengo a mi perro. ¿Entiendes lo que te quiero decir?" Primer programa, emitido el día 06/02/2011

(12)

"Yo no quiero ser una fregona. Que no tengo nada en contra. Pero lo que me gusta es la tele." Cuarto programa emitido el día 27/02/2011

(13)

"¿Qué qué me pasa? Que me he sentido ridícula, me he sentido una mierda." Le dice Iratxe a su novio tras salir de un casting para chica del tiempo. Quinto programa, emitido el día 06/03/2011

(14)

"Llevo tol día sin ver a mi novio. Le llamo y no me coge el teléfono. Yo no lloro porque no me quiera, lloro porque yo sí le quiero y él no se merece que yo le quiera. Yo no tengo porqué ir mendigando amor." Quinto programa, emitido el día 06/03/2011

(15)

"Yo es que visto muy "choni"" "¿Leonil?" pregunta sorprendida su interlocutora. "No, "choni". Yo es que soy muy de barrio." Quinto programa emitido el día 06/03/2011

(16)

"No he ido nunca a Barcelona, ni a Galicia, ni a Cadiz, ni a Sevilla, ni a Portugal, vamos que ni a Portugal he ido" Primer programa, emitido el día 06/02/2011

(17)

En los últimos capítulos, Jessy es contratada para un trabajo en el que se relaciona con personas de un nivel económico y cultural muy superior al suyo cosa de la que la es consciente: "Esto es el sueño de mi vida pero "pal" vocabulario que yo tengo, como soy yo, de donde soy, de donde vengo, de la familia que vengo y todo. Esto para mí es una flipada." Quinto programa, emitido el día 06/03/2011

(18)

"Yo bajó al parque y allí estamos todos juntos guay del Paraguay y ahí nos divertimos, nos reímos, lloramos y todo. Yo súper bien en mi barrio." Primer programa, emitido el día 06/02/2011

(19)

"Hombre tu ya sabes desde siempre que me gustaría hacer fotografía, que me gustaría hacer pasarela pero como ahora no tengo cuerpo ni nada pa hacerlo pues me tendría que agarrar a lo que saliese." Cuarto programa emitido el día 27/02/2011

Aunque siempre ha querido ser torera, su verdadero sueño es ser colaboradora de televisión como Belén Esteban(11). Más allá de la forma, en los ruidos o en los platós, lo que verdaderamente anhela el personaje es un cierto reconocimiento social(12), además de una estabilidad económica. Y es que la felicidad, según afirma, podría definirse con el símbolo del euro.

Los conflictos a los que se enfrenta Iratxe son de diversa índole. Por un lado, está intentado abrirse camino en la televisión. Un mundo para el que no tiene formación ni experiencia lo que le ocasiona una enorme frustración y humillación(13). Por otro, Fran, su pareja, manifiesta una excesiva afición a salir con sus amigos lo que genera una enorme ansiedad en la muchacha(14).

3.2. Jessy

Jessy tiene 22 años. Es rubia, delgada y su aspecto es bastante vulgar(15). Tiene el pecho operado, lleva extensiones en el pelo y adora el color rosa. Su característica más acusada es la naturalidad. Una espontaneidad que, en ocasiones y debido a la falta de educación, se convierte en insolencia.

Vive sola en un piso de Torrejón de la Calzada, localidad situada en el sudoeste metropolitano de la comunidad de Madrid. Una zona con un intenso y anárquico crecimiento a partir de los sesenta que presenta altas tasas de desempleo (Castillejo, 1993, 142).

Este personaje ha tenido una vida dura. Apenas conoció a su padre, un presidiario que murió siendo ella muy niña. Su madre, actualmente ex politoxicómana, mantiene una relación con otro preso acusado de robar un banco. Las circunstancias familiares hicieron que Jessy fuera criada por su abuela quien, en la actualidad, se encarga también del cuidado a Adrián, el hijo de su nieta. Pese a que Adrián vive con su bisabuela, Jessy lo visita todos los días y cuida de él los fines de semana.

El nivel cultural de esta protagonista es muy bajo. La joven se expresa de forma abrupta y poco reflexiva cometiendo continuos errores gramaticales. Su locución más característica es "loqui", un tipo de expresión muy característica en el tipo analizado (Gómez, 2007). No en vano, reconoce no haber leído un libro nunca, aunque sí las revistas de cotilleos, y tampoco haber viajado fuera de la Comunidad de Madrid(16). Aunque no tiene el graduado escolar ni presenta intenciones de terminar los estudios básicos no expresa ningún desdén hacia el conocimiento. Simplemente parece pensar que el saber está destinado para gente de una clase diferente a la suya(17).

Durante los primeros episodios, el personaje trabaja en una fábrica de aerosoles donde cobra tres euros la hora. Es despedida y tras una breve búsqueda acaba trabajando como *personal assistant* para una diseñadora de alta costura. La protagonista muestra unas muy estrechas relaciones tanto con su barrio como con su grupo de amigos a quienes ve a diario y con quienes comparte sus momentos de ocio(18).

Su principal aspiración es ser "mileurista" aunque, en realidad, el sueño de la joven es ser modelo(19). Pese a que en varias ocasiones verbaliza este anhelo, la chica es consciente de sus limitaciones y de la casi imposibilidad de que este deseo se cumpla.

Puesto que es despedida en el capítulo tercero, el principal conflicto al que se enfrenta este personaje es la búsqueda de empleo, tarea nada fácil dada su escasa cualificación. Una vez que es contratada por la diseñadora de

moda, Jessy tendrá que enfrentarse a una nueva dificultad: la dura adaptación de un modo de vida muy diferente al suyo y que le exige alejarse, física y metafóricamente, de su barrio y su familia.

3.3. Paqui

Paqui es una mujer de 27 años, rubia, delgada y guapa de aspecto bastante llamativo. Por lo general usa bastante maquillaje y una ropa provocativa y ajustada(20), aunque es la única de las cuatro protagonistas que no se ha operado el pecho. Se dedica al mundo de la música y se considera a sí misma una artista(21).

Este personaje es alegre, extrovertido y natural. Su principal característica es su impudicia. Su conversación no sólo suele girar en torno a cuestiones sexuales, sino que, el tono y el vocabulario que emplea es, por lo general, bastante procaz. Su principal deseo es convertirse en una cantante famosa para poder dejar de entonar las obras de otros y poder cantar sus propias creaciones.

Vecina de Iratxe, Paqui nació en Marmolejo (Jaén) aunque vive desde la adolescencia en Toledo. Mantiene una relación desde hace siete años con Juan con quien tiene dos hijos, Alexandra de cinco años y Hugo de tres. Este personaje es presentado el día de su boda, rodeada de su extensa familia con quien mantiene una estrecha relación. No en vano, su hermana mayor es, además de su mejor amiga, su *manager*.

Aunque no se indica el nivel de estudios de esta protagonista, lo cierto es que su forma de expresarse, imprecisa y descuidada, revela una educación escasa. Su autoconcepción de sí misma, como una artista centrada en la música, le hace mostrar un claro desinterés hacia otro tipo de cultura y conocimiento. Tampoco parece haber viajado mucho a juzgar por la confusión que le genera el plano de metro de Madrid(22).

Este personaje plantea dos conflictos. Por un lado, Paqui debe hacer frente a la frustración que le genera su sueño de convertirse en cantante. La falta de oportunidades y la necesidad de dinero para desarrollar una carrera artística son algunos de los obstáculos a lo que debe hacer frente. Por otro lado, su relación no le resulta del todo satisfactoria. Pese a que quiere a Juan, su marido, entiende que éste no acaba de apoyarla con su proyecto musical. Los celos y las continuas peleas llegan a ocasionar, incluso, una breve separación de la pareja.

3.4. Marta. La princesa de barrio que no es “choni”

A pesar de sus similitudes, nos todos los personajes analizados responden al estereotipo estudiado. Marta, por ejemplo, es una joven de 19 que, si bien está obsesionada con su aspecto físico no parece responder al resto de las características del tipo analizado. Cuestión que se muestra al espectador desde la propia presentación de estas “princesas”. Ésta se realiza a través de una infografía en la que aparece el nombre de la protagonista. Mientras que en el caso de las otras tres mujeres, su nombre viene precedido por el artículo “la” (“la Iratxe”, “la Jessy” y “la Paqui”) no sucede lo mismo en el caso de este personaje que es presentado como “Marta”.

Pese a ser una chica guapa, Marta no tiene un buen concepto de sí misma. Físicamente considera que necesita operarse los glúteos y, pese a que afirma

(20)

“Mama, yo es que sin laca no soy nadie” le dice la muchacha a su madre mientras se arregla. Tercer programa, emitido el día 20/02/2011

(21)

“Uno viene para ser panadero, otra para ser estetician en y otra viene “pa”, “pa” artista”. Primer programa emitido el día 06/02/2011

(22)

“Cuando he cogido eso he dicho pero madre mía si esto parece el plano del hospital de ahí del Polígono... Esto es imposible. Esto es un jeroglífico” Tercer programa emitido el día 20/02/2011

estar contenta con su profesión –es gogo en una discoteca y suele bailar casi desnuda-, le afecta que las demás participantes del programa la consideren casi una prostituta. Por otro lado y dado el rechazo que su madre muestra hacia su trabajo, tiene la sensación de que ésta se avergüenza de ella.

Es impetuosa, nerviosa y algo descentrada(23). Pese a su escasa capacidad para los estudios está realizando un curso de azafata, profesión a la que ha querido dedicarse desde niña.

Vive en una chalet en Arganda del rey, una población del corredor del Henares en la Comunidad de Madrid. Esta zona, importante nudo de comunicación entre la capital y Guadalajara, se caracteriza por ser un municipio mixto en el que predomina la clase media (Rubiales, Bayona y Pujadas, 2013).

Su adscripción social, distinta a la del resto de las participantes del programa, se observa en diversos aspectos: su forma de vestir, de divertirse, el ambiente en el que mueve. Además de esto, su empleo como bailarina en una discoteca de moda, le hace tener contacto con gente diversa con un nivel adquisitivo mayor.

En el tercer capítulo, la joven celebra su cumpleaños invitando al resto del grupo a un paseo en limusina por la ciudad. Esto evidencia el contraste entre Marta, aparentemente habituada a cuestiones como la comida japonesa o el champán, y el resto de los personajes que según señalan son más “de sidra del gaitero de toda la vida”.

El padre de Marta murió cuando ésta era pequeña. Su madre, una mujer a la que manipula y chantajea, no parece detentar ninguna autoridad sobre ella. Su ocio y su trabajo están indisolublemente unidos. Trabaja prácticamente todas las noches y apenas parece tener tiempo para realizar ninguna otra actividad más allá de ir, ocasionalmente, a la academia donde estudia.

Es la única que no tiene ni ha tenido una relación estable. Tampoco parece tener un núcleo sólido de amistades.

Las metas de este personaje no están bien definidas. Hasta el cuarto episodio todos los anhelos de Marta se centran en conseguir dinero para operarse los glúteos. A partir de este espacio, el futuro de Marta parece decantarse hacia el mundo del espectáculo: por un lado es expulsada de la academia donde estudia y, por el otro, consigue que le hagan unas fotos para la portada de la revista *Interviú*.

Su principal conflicto es la relación con su madre, a la que controla con amenazas sobre su futuro. La preocupación que ésta manifiesta ante la ocupación de su hija es utilizada por la chica para conseguir aquello que desea como, por ejemplo, su tan esperada operación estética.

5. Definición del estereotipo

Pese a que la “choni” no es un estereotipo frecuente en la pequeña pantalla, al menos como protagonista de los espacios emitidos(24), no se puede afirmar que tengan una escasa visibilidad. Su presencia en algunos programas(25) muestra el conocimiento de la sociedad sobre el grupo analizado.

La mayor parte de los espacios en los que aparecen son formatos relacionados con la hiperrealidad, entendida como una re-interpretación de

(23)

Así, a menos la define su profesor de la academia donde recibe clases para ser azafata (Segundo programa emitido el día 13/02/2011) y así es, también, como la percibe el espectador.

(24)

Lorena y Macu, dos de los personajes protagonistas de la serie *Aída* pertenecen a este grupo aunque con algunas matizaciones. En el año 2006, Bigas Luna rodó la película *Yo soy “La” Juani*, el retrato de una “princesa de Barrio” de la ciudad de Barcelona. Su protagonista, Verónica Echegui comentaba respecto al personaje: “Para hacer “la Juani” me pateé todo el extrarradio madrileño, todos los centros comerciales y grabé a todas las chicas que pude...hay muchas chicas que no responden al estereotipo de “la Juani”, pero otras muchas sí.”(Encuentro digital con Verónica Echegui. *El Mundo* 24/01/2007)

la realidad en la que prima lo inusual y lo impactante (Cáceres, 2007). Esto, unido al tono burlesco con el que son presentadas, permite afirmar que este tipo de mujeres son consideradas seres excéntricos –cuya peculiar forma de vida merece ser observada e interpretada– con comportamientos y actitudes grotescas.

Es importante señalar que, pese a la existencia de un equivalente masculino, salvo excepciones(26), son ellas quienes aparecen de forma más continuada en los medios de comunicación.

El estudio de las protagonistas de *Princesas de Barrio* permite observar algunas cuestiones interesantes. En primer lugar, no todos los personajes analizados presentan la misma tipología. Marta, tal y cómo se ha señalado, muestra elementos claramente diferenciadores que pueden responder a otro estereotipo televisivo(27).

Los otros tres personajes (Iratxe, Paqui y Jessy) mantienen unas características similares que permiten definir algunos de los rasgos del tipo estudiado. Dos de las tres protagonistas se autodefinen como “chonis” y, aunque Paqui no explicita su condición, sus peculiaridades la incluyen dentro de esta clasificación.

Según los personajes analizados, las “chonis” son mujeres jóvenes y de aspecto muy llamativo. Vestidos cortos y ajustados de colores chillones, zapatos con tacones muy altos y peinados complejos son algunas de sus señas visuales de identidad. Suelen ser muy espontáneas y descaradas.

Su nivel social y cultural es muy bajo por lo que desarrollan, por lo general, trabajos poco cualificados. Dos de las tres protagonistas no tienen terminada la educación básica obligatoria ni muestran mucho interés en finalizar sus estudios. Su vocabulario está plagado de argot, neologismos y de expresiones groseras, generalmente relacionadas con temas sexuales (Casado y Loureda, 2012).

Estos personajes provienen de familias con una renta baja y pocos recursos económicos. Su radio de acción son las zonas crecidas alrededor de núcleos y polígonos industriales, con las que mantienen un fuerte vínculo y de las que raramente salen.

Más allá de las cuestiones más obvias, quizás su rasgo más destacado, que contrasta claramente con su fuerte personalidad, sea la visión tradicional que mantienen sobre la mujer. Ésta puede verse, principalmente, en su aspecto físico reflejo de la concepción que tienen de su propia femineidad. El extremo cuidado de su apariencia y la exaltación de sus atributos femeninos, bien sea a través de operaciones estéticas – principalmente de los pechos– o a través de una ropa ajustada y provocativa muestran un claro deseo de llamar la atención y de definirse como mujeres a través de la sexualización –e, inevitablemente, de la cosificación– de su apariencia.

Pese a la erotización de su figura, estos personajes presentan una relación muy conservadora con el sexo. De las tres protagonistas que responden al estereotipo estudiado, dos mantienen relaciones estables –una convive con su pareja y la otra está casada, y la tercera es una madre soltera que, en la actualidad, no presenta ningún tipo de compromiso. Todas juzgan de forma muy negativa la actitud más promiscua de la cuarta participante. Marta es condenada moralmente por sus compañeras no solo por mantener relaciones diversas sino, principalmente, por su trabajo de “gogó”.

(25)

Por ejemplo *21 días de fiesta* emitido por Cuatro el 22 de julio del 2011 o *Las joyas de la corona*, emitido por Telecinco entre el 21 de julio y el 16 de septiembre del 2010.

(26)

Véase el personaje del Neng de Castefa, personaje interpretado por Edu Soto en *El programa de Buenafuente*.

(27)

Para ver características de los participantes y su influencia en la juventud consultar en artículo Cuesta U., Gaspar, S. y Menéndez T. (2012) “La construcción de la identidad de género a través de programas como *Mujeres, hombre y vice-versa*” *Icono 14*, Vol. 10, nº 3, 2012, pp. 284-301

Desde el primer momento, la chica es conceptualizada casi como una prostituta con la que, tal y cómo afirma Iratxe, solo se puede hablar de sexo. Esto resulta ciertamente paradójico ya que, aunque éste tema está muy presente en las conversaciones de estas mujeres, lo cierto es que la que se muestra más procaz y explícita en sus conversaciones no es Marta sino Paqui.

La actitud de estas mujeres parece responden a una idea: la mujer puede mostrar actitudes sexuales pero siempre dentro de un ámbito controlado y femenino. Y, por supuesto, entendiendo que estos planteamientos eróticos siempre son solo en potencia pero nunca en acto.

Las relaciones amorosas que plantea el programa son ciertamente difíciles y muestran una clara subordinación de las protagonistas respecto a sus compañeros. No solo son ellas las que realizan todas las tareas de la casa sin el reconocimiento de sus parejas sino que, además, justifican unos comportamientos que claramente las limitan.

Paqui se queja de la falta de colaboración de Juan, su marido: "Yo lo único que pido es compartir un poco más las tareas porque yo tengo también mi trabajo y necesito dedicación a mi trabajo. Entonces solo le pido que me eche una mano si un día tiene que poner la comida o un día tiene que hacer una cama. Son cosas normales que se hacen en el día a día." (tercer episodio emitido el día 20/02/2011), mientras que Iratxe, que en el momento de la grabación del programa está en paro se siente dolida ante la falta de empatía de su novio que valora el trabajo que realiza en casa.

La primera entiende los celos irracionales de su marido e incluso es capaz de entender que abandone el domicilio familiar tras una disputa llegando a afirmar: "sencillamente cuando llega y te mira, si de verdad el fondo es de sentimiento no se necesita decir un lo siento" (cuarto episodio, 27/02/2011). La segunda, por su parte sufre ante los continuos abandonos de su novio que no concibe su ocio junto a ella.

Otro de los rasgos definitorios de este tipo femenino es el lugar en el que residen. Estas mujeres habitan en zonas de las afueras o localidades de alejadas de los centros urbanos. Sus movimientos están reducidos, en buena medida, a su barrio. Es allí donde son conocidas, donde residen sus personas cercanas y donde desarrollan la mayor parte de su vida. El barrio las define pero también, al menos según el programa analizado, es un lastre para ellas. Ya que, tal y como señala Iratxe en el último episodio: "El barrio está dentro de mi corazón pero las oportunidades están fuera del barrio" (séptimo episodio, 20/03/2011).

Esto implica que las tres mujeres deban alejarse de su zona para conseguir sus sueños. Paqui consigue debutar en su pueblo, Jessy se muda a un barrio residencial de la capital para vivir con su jefa e Iratxe decide abandonar el polígono para intentar labrarse un porvenir en la capital.

6. Conclusiones

Pese a las inevitables diferencias que pueden observarse -producto de los cambios sociales, políticos y económicos acaecidos en el país- se podría afirmar que el estereotipo analizado, tanto por sus características socio-económicas como por su carácter y su función en la trama de la historia, es la evolución de un tipo femenino anterior, muy común en el cine español hasta los años setenta: la chica de barrio.

Las “chicas de barrio” son un tipo de personaje común en el cine español de los años 40 y 50. Son mujeres de clase humilde muy castizas y descaradas con una escasa educación y mucha simpatía. Protagonizan película como *La chica del gato* (Quaderny, 1942), *Así es Madrid* (Marquina, 1953) o *Las chicas de la cruz roja* (Lazaga, 1958), historias en las que, a través de estas mujeres, se exalta la gracia de la clase baja. (Gil, 2011)

Ambas tipologías comparten sexo, edad, condición social y cultural -que se observa en su falta de estudios y, sobre todo en su forma de expresarse- estrechas relaciones familiares y una clara vinculación con su entorno.

A pesar de su muy diferente aspecto físico, producto, entre otras cuestiones, de la evolución del país, hay una cuestión que ambas comparten: la necesidad de mostrar a los hombres que las rodean su valía, no tanto como personas, sino como mujeres. Los dos tipos de chicas de barrio manifiestan este deseo a través de los cauces establecidos por la sociedad en la que viven. Una, dado el actual culto al cuerpo, a través de su aspecto físico, y la otra, en un tiempo donde primaba el recato y el pudor, a través de la decencia y la bondad moral.

Indudablemente, el país y la propia televisión han cambiado mucho desde que las chicas de barrio poblaban las pantallas españolas. Lo que no parece haber variado es la concepción que se tiene sobre el personaje y que pone en relevancia la supuesta esencia de la mujer de clase baja frente a los artificios propios de la educación (Lamuela, 2005). Esta cuestión se hace más evidente en la actualidad, donde la postmodernidad ha provocado la deslegitimación de algunos valores presentes en la sociedad como la educación, la meritocracia, el esfuerzo por progresar...

En el episodio número seis, Jessy, convertida en Jess por la diseñadora para la que trabaja, es presentada a Toya una mujer culta y con mucho mundo. Las divertidas salidas de tono de la joven provocan el siguiente comentario: “Tiene la gracia del pueblo llano”. Pese a que esta frase resulta clasista en la actualidad (y de esta manera es entendida por el espectador), lo cierto es que evidencia la idea que subyace en toda la serie.

Casi como si del buen salvaje se tratase, chicas de barrio y “chonis”, son tratadas en los productos audiovisuales con cierta condescendencia. Responden a una idea preconcebida de lo que debe ser el pueblo sin educación: natural, espontáneo, sentimental y descarado. Capaz de decir, aunque de forma abrupta, aquello que impide la educación. Esto las hace ser divertidas y, a la vez, provocar cierta ternura. Especialmente en aquellas situaciones que no controlan como las relaciones con personas de una clase social superior, la realización de determinados trabajos o el conocimiento de lugares fuera de su radio de acción.

Esta actitud, deslenguada aunque irreflexiva, las lleva a ser consideradas portadoras de la verdad. Un buen ejemplo es el caso de Belén Esteban, cuya constante muestra de sentimientos y sensaciones casi a tiempo real, le ha hecho ser merecedora de la admiración de una parte del público ya que, como una de las protagonistas del programa señala, dice “verdades como puños” (primer episodio 06/02/2011). Este exhibicionismo, absolutamente falto de reflexión y, sobre todo de pudor, ha sido y es calificado como autenticidad.

Las “chonis”, como lo fueran las chicas de barrio, son un producto que, si bien parte de una base real, es construido exagerando aquellas cuestiones

que las diferencian de la norma. Esto les hace estar, y ser tratadas como personajes fuera de lo estándar. Para los medios, aquello que la diferencia del resto, su forma de vestir o de expresarse, es, sin duda alguna, lo que les dota de cierto interés. Un interés que no parte de sí mismas sino del contraste de su vida con la de los espectadores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baladrón, A. J. y Losada, J. C.** (2012). "Audiencia juvenil y los líderes de la telerrealidad". *Revista de Estudios de Juventud*, 96, marzo, 51-69.
- Berganza, M. R. Del Hoyo, M.** (2006). "La mujer y el hombre en la publicidad televisiva: imágenes y estereotipos", *Zer*, 2, 161-175.
- Cáceres, M^a. D.** (2007). "Telerrealidad y aprendizaje social", *Icono 14*, nº 9.
- Casado, M. y Loureda, O.** (2012). "Procedimientos de creación léxica en el discurso actual de los jóvenes de España". En Luque, L., Medina J. F., Luque, R. *Lexico español actual III*, Universitá Ca' Foscari, Venecia.
- Casetti, F. y Di Chio, F.** (2007). *Cómo analizar un film*. Paidós, Barcelona.
- Castillejo J. M.** (1993). "El mercado de trabajo en la zona suroeste metropolitana madrileña. Un ejemplo en el estudio del municipio de Fuenlabrada". En *Espacio, tiempo y forma*, serie VI, Geografía, 1993, 139-152.
- Cuesta U., Gaspar, S. y Menéndez T.** (2012). "La construcción de la identidad de género a través de programas como Mujeres, hombre y viceversa" *Icono 14*, vol. 10, nº 3, 284-301.
- Eco, U.** (1986). *La estrategia de la ilusión*. Lumen, Barcelona.
- Eagly, A. y Steffen, V.** (1984). "Gender stereotypes stem from the distribution of women and men into social roles". *Journal of Personality and Social Psychology*, 46 (4), 735-754
- García Palomares, J.C y Gutiérrez Puebla, J.** (2007). "La ciudad dispersa. Cambios recientes en los espacios residenciales de la comunidad de Madrid". *Anales de Geografía*, 27, (1), 45-67.
- Gil Gascón F.** (2011). *Españolas en un país de ficción*. Comunicación social, Sevilla.
- Gómez Capuz, J.** (2007). "El lenguaje del Neng de Castefa com estereotipo lingüístico de la subcultura dance y el argot juvenil actual", *Tonos, Revista electrónica de estudios filológicos*, nº 14.
- Gómez Marín, M.** (2005) "Los nuevos géneros de la neotelevisión", *Área abierta*, nº 12.
- González, A.** (2006). "Foro polígono para la educación y la convivencia. Una experiencia de participación comunitaria en la tarea educativa. Proyecto: hacer comunidad desde la diversidad". En Soriano Encarnación, González José Antonio y Osorio M^a Mar (coord) *Convivencia y mediación intercultural*. Universidad de Almería.
- González Urruela, E.** (1991). "Industrialización y desarrollo metropolitano en España", *Eria: Revista cuatrimestral de geografía*, nº 26, 199-21.
- Hermes, J.** (2010). "On stereotypes media and redressing gendered social inequality", *Contemporary Readings in Law and Social Justice*, 2, (2), 181-188.
- Imbert, G.** (2003). *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Gedisa, Madrid.
- Prósper J.** (2004): *Elementos constitutivos del relato cinematográfico*. Universidad Politécnica de Valencia, Valencia.
- Lamuela, M.** (2005). "Formatos híbridos y melodramas en televisión: el caso de Belén Esteban como heroína postmoderna. Estudio de recepción", *Estudios del mensaje periodístico*, nº 11, 349-374.
- Lauzen, M. Dozier, D. y Horan, N.** "Constructing gender stereotypes through social roles in Prime-time television" *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52, (2), 200-214.
- Mateos-Pérez, J.** (2011). "La telerrealidad en las televisiones españolas (1990-1994)". *Comunicación y sociedad*, nº 15, 169-194.
- Martínez I Surinyac, G.** (1998). *El guión del guionista. El desarrollo del guión desde la idea hasta el guión literario*, Cims 97, Barcelona.

Martínez-Lirola, M. (2010). "Explorando la invisibilidad de las mujeres de diferentes culturas en la sociedad y en los medios de comunicación", *Palabra Clave*, 13, (1), 161-173.

Murillo Castillejo, J. (1993). "El mercado de trabajo en la zona suroeste metropolitana madrileña. Un ejemplo de estudio del municipio de Fuenlabrada". *Espacio, tiempo y forma. Serie VI, Geografía*, nº 6, 139-152.

Pérez Rufi, J. P. (2005). "La caracterización del personajes a partir del nombre en la obra de Kubrick". *Revista latina de comunicación social*, nº 60.

Quin R. y McMahon B. (1997). *Historia y estereotipos*, Ediciones de la torre, Madrid.

Rubiales, M. Bayona, J. y Pujadas I. (2013). "Distribución espacial en las clases altas del área metropolitana de Madrid 2001-2011" *En Anales de Geografía*, 33, (2), 107-136.

Santos Preciados, J.M. (2001). "El proceso de distribución espacial de la población en las periferias metropolitanas españolas (1960-1996)". *Anales de geografía*, vol. 21, 139-181.

Tous Roviroa, A. (2009) "Paleotelevisión, Neotelevisión y Metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses". *Comunicar*, nº 33, XVII, 175-183.