

El hombre adulto en las series de ficción televisiva españolas: estereotipos en la serie *Aída*

María del Mar Ramírez Alvarado – Universidad de Sevilla –delmar@us.es

Resumen: Las series de ficción televisiva españolas se soportan de manera importante en personajes masculinos adultos de diversas características presentados en entornos variados (familia, trabajo, relaciones de pareja, vida social) y asociados a tramas diversas. Muchas coinciden en mostrar modelos actanciales recurrentes que tocan la pertenencia social, la raza o las preferencias sexuales y que no suelen faltar en las series corales. La comunicación que se propone tiene como objetivo analizar estos estereotipos de ficción en los personajes masculinos adultos de la serie televisiva *Aída*, una de las de mayor audiencia emitida en España en los últimos años.

Este trabajo se enmarca en el proyecto I+D+i titulado “Construcción mediática televisiva de la nueva masculinidad en España” (Convocatoria 2008 del Ministerio de Innovación español), llevado a cabo por el Grupo de Investigación sobre Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales (ADMIRA) en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Dicho proyecto ha profundizado en la construcción de la nueva masculinidad en la televisión española y en el contraste con los espectadores de la identificación con los personajes analizados.

Palabras clave: Nueva masculinidad; series; televisión; ficción española.

1. Introducción

La investigación que se presenta analiza datos recogidos en el proyecto I+D+i titulado “La construcción de la nueva masculinidad en las series televisivas de ficción en España” puesto en marcha en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla por el Grupo de Investigación sobre Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales (ADMIRA). Esta investigación ha tenido como objetivo fundamental analizar cómo se construyen los personajes masculinos en las series de ficción televisiva emitidas por cadenas generalistas en España entre los años 2009 y 2011 a fin de establecer correlaciones y patrones dominantes. Se ha tomado como ejemplo para este trabajo la representación de la masculinidad a través de los personajes adultos en el caso de una de las series de comedia españolas estudiadas más longevas y de mayor audiencia en los últimos años como lo es *Aída*, emitida por Telecinco.

La base genérica de esta serie viene marcada por la comicidad de sus personajes, en líneas generales muy estereotipados, así como la configuración de tramas argumentales basadas en la confusión, la parodia o el absurdo incluyendo diálogos rápidos, jocosos y plagados de chistes (Gordillo, 2009; Padilla Castillo y Requeijo Rey, 2010;).

La serie *Aída* se estrenó en España el 16 de enero de 2005, producida por Globomedia. Surge como un *Spin-off* de otra serie televisiva, *Siete Vidas*, también emitida por Telecinco, en la cual *Aída* García (la actriz Carmen Machi) era un personaje secundario que despertó las simpatías suficientes como para extenderse en un nuevo proyecto audiovisual. El éxito de *Aída* se ha traducido en una importante audiencia de las nueve temporadas emitidas hasta el 2012 rozando siempre entre los tres y los cinco millones de espectadores y un share del 30%. Recientemente, el día de las elecciones en el País Vasco y en Galicia (21 octubre de 2012), el triunfo del horario de máxima audiencia del domingo fue para la serie *Aída* que puso a Telecinco a la cabeza con 3.786.000 espectadores, el 18,3% de la audiencia, cifra *récord* de la temporada¹. También son numerosas las nominaciones y los premios recibidos, entre ellos diversos premios Ondas a la mejor serie nacional además de TPs de oro, Fotogramas, Premios de la Unión de Actores y de la Academia de la Televisión.

En líneas generales puede decirse que las series de ficción televisiva analizadas en el citado proyecto el I+D+i se soportan, en una gran mayoría, en personajes masculinos adultos de diversas características. Esto parte quizá de la lógica de que la edad adulta es aquella en la que se encuentra la mayoría de la población española. De acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadística, según la revisión del padrón municipal de 2010 por grupos de edad, los hombres se sitúan prioritariamente en las franjas situadas entre los 25 y 29 años y los 45 y 49 años, todas con más de un millón quinientas mil personas. De hecho, la franja de mayor densidad poblacional masculina está situada precisamente en la edad adulta, entre los 30 y 34 años². Por tanto, la ficción televisiva no puede escapar de esta realidad demográfica y la traslada a la pequeña pantalla en la que se sitúan algunos de los más importantes conflictos vitales a lo largo de la vida. La serie *Aída* refleja también esta tendencia.

En líneas generales, la presentación del personaje adulto masculino suele formularse en entornos que pueden unificarse en las siguientes categorías:

a. Familia: todas las series analizadas en el I+D presentan a hombres adultos que son definidos en las tramas a través de los distintos tipos de relaciones familiares en las que están inmersos. Con mucha frecuencia se suele explotar, desde el punto de vista argumental, las conexiones filiales con los hijos e hijas de distintas edades, y con padres y madres. Sin embargo, también es frecuente que se presenten como ejes de conflictos los vínculos con

¹ <http://www.20minutos.es/noticia/1624506/0/audiencias/elecciones/aida/>

² Datos extraídos del portal del Instituto Nacional de Estadística de España que incluyen la revisión de la población por sexo, edad (grupos quinquenales) y relación lugar de nacimiento y residencia. Consulta on-line: <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&file=pcaxis&path=%2Ft20%2Fe245%2Fp04%2F%2Fa2010>

hermanos/as, tíos/as, abuelos/as y otros familiares. De hecho, muchas de las series analizadas han basado su éxito de audiencia centrándose en personajes masculinos adultos que vertebran las tramas protagonizadas por niños/niñas, adolescentes y ancianos/as.

b. Relaciones de pareja: el día a día de la vida sentimental del hombre adulto es fuente importante de argumentos en las series de ficción españolas. Las relaciones tradicionales que se suelen presentar son heterosexuales y entre parejas de la misma edad y condición socioeconómica. Sin embargo, hay también excepciones en este perfil y puede decirse que la televisión en España, en el período de esta investigación, ha comenzado a ser sensible a la visibilización de los personajes homosexuales incluyéndolos en sus tramas. De esta manera, orientaciones sexuales y estilos de vida diversos han comenzado a ser presentadas para un mayor número de espectadores.

c. Entorno laboral: los conflictos, amores y enredos en el ámbito de trabajo suelen representarse con frecuencia en las series televisivas españolas. Así, no pocas de las series tienen incluso como escenario protagónico el espacio donde los personajes masculinos adultos coinciden precisamente por tratarse de su lugar de trabajo: colegios, internados, centros educativos, institutos, sitios de recreo y esparcimiento (hoteles, bares, restaurantes), hospitales, centros de salud, comisarías de policía, despachos o consultas de distintas profesiones. Los sentimientos que suelen trabajarse van desde la rivalidad, la competencia y la entrega en el desempeño profesional, hasta el amor y los celos entre o hacia compañeros, las intrigas, la amistad y el compañerismo.

2. Método

En líneas generales el *corpus* de datos analizados en esta investigación ha estado conformado por las series de ficción de producción española emitidas por cadenas de televisión generalistas de cobertura nacional públicas y privadas (TVE, Antena 3, Tele 5, Cuatro, la Sexta) entre los años 2009 y 2011. En total han sido estudiadas 32 series españolas y un total de 243 personajes masculinos. Como se ha señalado, para este trabajo se ha elegido una de estas series, *Aída*, de la cual se estudiaron en profundidad sus ocho personajes masculinos principales y secundarios en la primera de las fases del I+D dedicada al análisis cuantitativo y cualitativo de series y personajes de ficción.

Para este análisis se emplearon dos instrumentos de recogida de información, una matriz de “ítems de masculinidad” y una matriz de análisis de personajes masculinos, ambas aplicadas a cada uno de los personajes masculinos estudiados. La primera de las mismas incluía, además de los datos de identificación de la serie (cadena, año, temporada) así como un listado de características o “ítems de masculinidad” a rellenar de acuerdo a la escala “mucho – poco – nada”: capacidad para expresar sentimientos, actitud en sus prácticas sexuales, cuidado del aspecto físico, expresión de comentarios homófobos, actitudes homófobas, colaboración en las tareas de limpieza en casa, intendencia doméstica, cuidado de la familia, cocina, tiempo de ocio con los hijos/as, cuidado de los hijos/as, comportamiento en el trabajo (antepone su

familia a su trabajo, colabora con compañeras de trabajo, aceptar a las mujeres como superiores profesionales), ejercicio de la violencia en el ámbito familiar o en el ámbito profesional, alienta a su esposa o madre en el ascenso profesional, tiene amistades femeninas, permite la toma de decisiones a la mujer ante conflictos, se siente superior a la mujer, cambia de actitud cuando está con hombres o con mujeres, le preocupan temas tradicionalmente masculinos, tendencia políticas y aficiones.

El segundo de estos instrumentos (matriz de análisis de personajes masculinos de cada una de las series estudiadas) permitía recoger información sobre elementos de análisis de la narrativa de carácter estructuralista (Casetti, 2007): nivel del relato (personaje como persona); nivel de la historia (personaje como rol) y nivel de la fábula (personaje como actante). Para este trabajo nos hemos centrado en el primero de estos niveles desglosando, para cada uno de los personajes masculinos de Aída, las siguientes características:

- Iconografía: Edad, rasgos indiciales (apariencia física), rasgos artificiales (vestimenta, ademanes, forma de hablar...), Transformaciones.
- Psicología: comportamiento, relación, pensamiento, estados anímicos, emociones, valores, y sentimientos, evolución
- Sociología: clase social, nivel cultural, nivel económico, amigos/familia
- Sexualidad: homosexual, heterosexual, bisexual, transexual/travesti

3. Resultados

La serie televisiva objeto de este estudio se inicia con la muerte del padre de Aída que le deja como herencia la casa familiar. Allí se traslada la protagonista con sus hijos, Lorena (Ana M^a Ruiz Polvorosa) y El Jonathan (David Castillo), así como con un hermano ex toxicómano, Luisma (Paco León) que intenta reinsertarse en la sociedad. También comenzará a vivir con su madre Eugenia (Marisol Ayuso), una antigua vedette caracterizada por un apetito desmesurado, y se encontrará con los amigos, vecinos y familiares del barrio de Esperanza Sur en el que había vivido muchos años de su vida, una especie de Carabanchel en la ficción.

En líneas generales las acciones y enredos de esta comedia se desarrollan en torno a un papel femenino, el de Aída, que es una mujer noble, luchadora y con un gran sentido del humor que tiene la esperanza de encontrar un hombre que se enamore de ella y quiera a sus hijos. La actriz Carmen Machi que daba vida a Aída se despidió de la serie en el capítulo titulado «La familia mata» de la sexta temporada, emitido el 13 de enero de 2009, siendo la primera del elenco de personajes fijos que abandona la serie. Fue sustituida por Miren Ibarburen (que venía de *Escenas de matrimonio*) en el papel de Soraya, la hija mayor de Aída, que se va a vivir con toda la familia, haciéndose cargo de ella. Los personajes masculinos que las rodean a ambas de alguna manera dan cuenta, por una parte, de estereotipos tradicionales sobre la masculinidad que aún prevalecen en nuestras sociedades. Por otra parte, reflejan los cambios

que se están produciendo y que suelen reflejarse en productos audiovisuales de este tipo, tanto dentro como fuera de España.

Uno de los principales aspectos a destacar en esta serie es que la representación televisiva del personaje masculino adulto tiene que ver con la inclusión de determinados personajes estereotípicos desarrollados a partir de la variedad actancial que actualmente deben existir para dar vida a situaciones diversas que alarguen la vida las series y ofrezcan terreno para las situaciones dramáticas o de comedia. No se trata de personajes arquetípicos tradicionales (el héroe, el villano), sino más bien de personajes que reflejan también la realidad de la sociedad española. Así, pueden mencionarse las siguientes características de la serie desde el punto de vista del análisis de los modelos de masculinidad en la ficción televisiva:

3.1. El nuevo hombre: familia monoparental masculina

Muchas de las acciones de la serie se desarrollan en torno a la tienda de comestibles “La colonial” regentada por Chema (Pepe Viyuela) dedicado a estos menesteres a pesar de haber estudiado la carrera universitaria de Filología Hispánica, algo que suele ser objeto de burla entre los vecinos. Él ha sido el encargado de llevar adelante no sólo su negocio sino también su vida familiar como padre de un chico peculiar llamado Fidel (mencionado a continuación), al cual comprende y acepta en todas sus dimensiones. De los personajes masculinos de *Aída* quizá el de Chema es el que encarna al hombre más tolerante, afable y empático, a pesar de ser un poco neurótico y obsesivo. En un principio tiene una pequeña historia de amor con Aída que no prospera y terminan siendo sólo buenos amigos. En las temporadas siguientes se enamorará de Soraya. Es el estandarte de la buena conducta que intenta proyectar en los demás. Sin embargo, parece también que este carácter bondadoso no repercute del todo en hechos positivos para su vida y suele tener mala suerte en lo que emprende.

3.2. El ex drogadicto

El personaje de Luisma (protagonizado por el actor Paco León que ha sido galardonado con prestigiosos galardones por su trabajo en esta serie) intenta abrirse camino después de un pasado vinculado a la drogadicción. Es el centro de muchas de las tramas más ingeniosas de la serie, aunque ha sido muy criticado porque es presentado como el “tonto-gracioso” (buen corazón pero pocas luces), desempleado y vividor, con capacidades de análisis y de comprensión disminuidas por el consumo de estupefacientes. De hecho, Luisma repite con frecuencia frases como «Claro, porque el Luisma es tonto. Pues a lo mejor el Luisma no es tan tonto como la gente cree. A lo mejor los tontos son los que le llaman al Luisma tonto. Entonces, me tendrían que llamar no-tonto o antitonto». Es un buscavidas que logra salir adelante a través de chanchullos y pequeñas estafas. Paz (Melanie Olivares), una vecina amiga de la infancia de Aída dedicada a la prostitución, acaba siendo la novia de Luisma tras años de conquista infructuosa por parte de éste. Luisma tiene un amigo

también ex adicto, El Barajas (porque «Es tan retrasado como el aeropuerto», como explica el propio Luismi), que presenta un perfil muy parecido al suyo.

Desde la Unión de Entidades y Asociaciones de Atención al Drogodependiente ha surgido la iniciativa crear un Observatorio para promover el cumplimiento de un Código de Buenas Prácticas para los medios de comunicación, productoras de televisión, entre otros³. Tras esta iniciativa subyace la idea de que, sobre todo en las series de ficción como en el caso de *Aída*, hay una sobreexplotación de algunos estereotipos encarnados en Luis y Barajas que ofrecen una visión distorsionada y alejada de la realidad de los drogodependientes.

3.3. El jefe explotador y el inmigrante explotado

Mauricio (Mariano Peña) es el personaje más desahogado económicamente del Barrio de La Esperanza. Es dueño del Bar Reynolds, también es el propietario del local donde Chema tiene su tienda de comestibles y posee algunos pisos del bloque donde vive Aída. Va bien vestido, pulcro, engominado, con bigotitos y, en líneas generales se cree una persona inteligente aunque dista de serlo. Su humor posee una importante vertiente machista y también nacionalista y de derechas. Es homófobo a pesar de tener un hermano homosexual, y manifiesta una gran afición por los toros y por el juego del mus. Mantiene una relación dependiente con su madre, personaje que se manifiesta en la serie siempre a través de llamadas telefónicas. Su lema es: "Mauricio Colmenero, para servirle a usted y al mundo entero".

Posee como empleados a inmigrantes ilegales, a los cuales trata con acritud y desprecio, de los que se burla constantemente. Uno de ellos es Machu Picchu (sarcástico apodo puesto Mauricio, aunque su nombre es Osvaldo y su apellido Wenceslao), un eficaz y responsable trabajador del bar de origen latinoamericano que soporta las insolencias de su jefe con paciencia con tal de mantener su empleo. Digno pero sumiso, mucho más culto que su jefe, llama a Mauricio "Sr. Licenciado".

3.4. Representación de la homosexualidad

Aída ha sido presentada como una serie *Gay-friendly* al desarrollar el personaje de Fidel (interpretado por Eduardo Reina), un dicharachero, sabiendo y simpático adolescente abiertamente homosexual. Sin embargo, también ha recibido críticas por la visión estereotipada y superficial con la que se trata este tema. El término anglosajón *Gay Friendly* ha sido utilizado para hacer referencia a lugares, políticas, personas o instituciones de todo tipo que buscan propiciar un ambiente amigable hacia gays y lesbianas. Se ha ampliado también a productos, ya que se ha identificado en las personas que integran los colectivos LGBT (Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales) interesantes nicho de mercado. Hoy por hoy la televisión ha salido definitivamente del armario e incorpora personajes homosexuales en la gran mayoría de sus

³ Ver: <http://www.unad.org/upload/49/34/PRNoticias.pdf>

series. Aída no está exenta de esta tendencia (Ávila, 2009; Battles, Hilton-Morrow: 2002).

En líneas generales la serie comenzó a representar la homosexualidad de un chico muy joven, entrando en la adolescencia como Fidel, que ha ido madurando hacia la adultez en las últimas temporadas. Este personaje ha sido siempre de los mejor valorados, bien por la aceptación a temprana edad de su condición sexual, bien por su gran capacidad intelectual, por su sensibilidad personal y por la cercana relación que mantiene con su padre que llega a ser entrañable en ocasiones. De hecho, con el paso del tiempo Fidel se ha ido convirtiendo en uno de los ejes vertebradores de la serie, actuando como catalizador en las historias entre los adolescentes y participando activamente en las historias de los adultos.

3.5. La hipermasculinidad

El personaje de Mauricio Colmenero refleja en su construcción el estereotipo de la masculinidad a toda prueba, no desde el punto de vista físico como suele representarse en otras series televisivas de ficción (por ejemplo a través de la supermusculación), sino por medio de la acentuación de rasgos masculinos tradicionales (bigotito, cabello engominado) y de la solvencia económica de la que hace gala con frecuencia. También la hipermasculinidad está presente en muchas de sus conductas homófobas y actitudes machistas, clasistas y racistas, llegando incluso a la violencia verbal difuminada a través del humor con el que trata a no pocos de los personajes femeninos con los que entra en contacto, así como a aquellos a los que considera más débiles.

Hay otros personajes interesantes para el análisis que no han sido incluidos en este trabajo por no encajar en la tipología de los personajes masculinos adultos. Así, por ejemplo, podría mencionarse la tipología del “Rebelde preadolescente”, encarnado en el “El Jonathan”, uno de los dos hijos de Aída, un chico rebelde, un poco gamberro y cuya conducta en ocasiones roza casi la delincuencia juvenil. Muchas de sus intervenciones están en relación con su hermana Lorena, representada como la típica adolescente de suburbios obreros del extrarradio madrileño con numerosos ligues y una promiscua vida sexual. Pendiente en la oreja, pinta de macarra y contestón, El Jonathan incluso ha llegado a tener encuentros con la policía y es un motivo de preocupación de su madre y de su tía (aunque suele también sacar a relucir su lado noble). Se convierte en el primer amor de Fidel, trama que despertó críticas en su momento. Tiene otros amigos indeseables en su misma franja de edad como El Rata, proveedor de material robado (ropa, aparatos electrónicos), capaz de hacer documentos falsos como DNI y justificantes médicos.

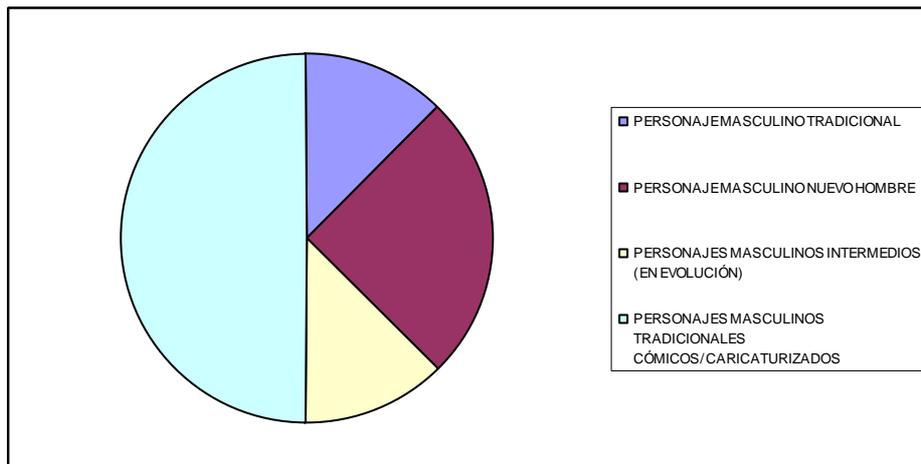


Figura 1. Personajes masculinos serie *Aída*

En líneas generales pueden extraerse dos conclusiones finales. La primera de ellas da cuenta de un rasgo extendido en las series de ficción televisiva en España y es el de la existencia de “personajes tipo”, estereotipados, que forman parte estructural de la diversidad actancial que debe existir en toda serie para garantizar el éxito de ciertos argumentos, prolongar la vida de la misma y recabar números de audiencia. Se trata de la puesta en marcha de fórmulas en la construcción de los personajes que se manifiestan claramente en los principales y secundarios adultos masculinos de la serie *Aída*.

En segundo lugar puede decirse que el desarrollo en tramas argumentales de estos personajes estereotipados posee una enorme dependencia de los argumentos y fórmulas tradicionales de las *sitcom*. De esta manera, y al tratarse de una comedia, el humor que se utiliza está basado en la broma verbal y la visual satirizando las reacciones de estos personajes e hiperbolizando sus personalidades. De allí que un espacio importante para las situaciones graciosas tengan que ver con la clase social, la pertenencia racial, los conflictos intergeneracionales y con la condición sexual (en muchos momentos alargando los argumentos que refuerzan la tensión sexual), las tres áreas en las que, en definitiva, pivotan los estereotipos masculinos detectados en la serie *Aída*.

4. Referencias bibliográficas

Ávila-Saavedra, G. (2009): “Nothing Queer about queer televisión: televised construction of gay masculinities”, *Media, Culture & Society*, Vol. 31, pp. 5-21.

Battles, K., Hilton-Morrow, W. (2002): “Gay Characters in conventional Spaces: Will and Grace and the Situation Comedy Genre”. *Critical Studies in Media Communication*, Vol. 19, pp. 87-105.

Casetti, F. y Di Chio, F. (2007): *Cómo analizar un film*. Paidós: Barcelona.

Actas – IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS – Universidad de La Laguna, diciembre 2012

Connell, R. W. y Messerschmidt, J. W. (2005). "Hegemonic masculinity. Rethinking the concept". *Gender & Society* Diciembre, vol. 19, no. 6, pp. 829-859.

Gordillo, I. (2009): *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito: Ediciones Ciespal.

Padilla Castillo, Graciela y Requeijo Rey, Paula (2010): "La sit-com o comedia de situación: orígenes, evolución y nuevas prácticas". *Journal of Communication*, n. 1, pp. 187-218.

Ruiz Collantes, X; Ferrés, J.; Obradors, M.; Pujadas, E. y Pérez, O (2006): La imagen pública de la inmigración en las series de televisión españolas. *Política y cultura*, n. 26, pp. 93-108.

* Ponencia vinculada al proyecto I+D+i "Construcción mediática televisiva de la nueva masculinidad en España", Convocatoria 2008 del Ministerio de Innovación español, desarrollado en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla por el Grupo de Investigación sobre Análisis de Medios, Imágenes y Relatos Audiovisuales (ADMIRA).