

● Mario García de Castro
Madrid

Los movimientos de renovación en las series televisivas españolas

Renewal movements in the Spanish television series

El presente trabajo analiza los resultados de una investigación cualitativa desarrollada por la televisión pública de España en torno a los valores y características del género de la ficción televisiva nacional, así como otros aspectos de la evolución última del género. Las conclusiones del análisis cualitativo y los datos de audiencia confirman la hegemonía del género dentro de la programación televisiva generalista de nuestro país. De igual forma se analizan sus tendencias más recientes y lo que llega a calificarse como última renovación de la ficción televisiva doméstica que podría denominarse la del hiperrealismo, por sus características extremas.

The present paper analyzes the results of a qualitative investigation developed by the Spanish public television on the values and characteristics of the national television fiction genre, as well as other aspects of its latest evolution. The conclusions of this qualitative analysis and the audience ratings confirm the hegemony of the genre within the generalist television programming. In the same sense, the paper analyzes its latest tendencies and what is called the last renewal of domestic television fiction.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Ficción, televisión, realismo, tendencias, análisis, hegemonía, programación.
Fiction, television, realism, tendencies, analysis, hegemony, programming.

Un estudio cualitativo realizado por encargo de Televisión Española sobre una muestra de espectadores a fi-

nales del 2006 confirmó el valor del género de la ficción televisiva, al ser apreciado como el producto de consumo «habitual» preferido por los espectadores, es decir, que tal y como confirman los datos de audiencias, y al margen de ciertos eventos competitivos o deportivos, la ficción resultaría ser el género televisivo más atractivo para los espectadores. Esto es así, según el estudio referido, por tres razones esenciales que vendrían a contextualizar tal valoración:

- La televisión va perdiendo paulatinamente parte de su valor como elemento de entretenimiento.

❖ Mario García de Castro es profesor de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España) (mario.decastro@urjc.es).

- Los otros géneros y formatos han ido igualmente perdiendo su empuje y originalidad, y se van desgastando por el exceso de repetición y falta de originalidad.

- La ficción televisiva es un producto con mayor flexibilidad y capacidad de adaptación a las nuevas rutinas y costumbres vitales del espectador.

A pesar de estas conclusiones que se detallan más adelante, el género ha vivido durante esa temporada una etapa de desaciertos que ha transmitido entre expertos y medios, la sensación de crisis creativa del sector. El elevado porcentaje de fracasos entre los nuevos proyectos de series estrenados en las últimas temporadas, o el hecho de que ninguna de las dos cadenas más jóvenes haya logrado asentar en su programación ni una de la docena de series españolas estrenadas, y que sus éxitos principales descansen en la emisión de las nuevas series americanas, ha propiciado esta imagen de crisis.

Pero no sólo el estudio citado de Televisión Española, los principales resultados de la temporada, como más adelante se explica, vienen a indicar que el género avanza a la par que el sector industrial de la televisión en nuestro país y que vive un ciclo semejante en cuanto su pujanza. No sólo la cadena líder del sector, Tele 5, descansa su liderazgo en las series, sino que las series de ficción televisiva son hegemónicas en la programación de todas las cadenas de cinco días de la semana, tanto de «prime-time» como de «day-time». El ranking de programas más vistos de cada emisora lo confirma¹.

Durante la última temporada 2006/07 en España en las cadenas nacionales de televisión ha ido creciendo el número de horas dedicadas a la ficción. Las series televisivas han alcanzado el 14,3% del tiempo de emisión, del que el 8,8% pertenece a ficción extranjera y el 5,5% a nacional. Frente al 11% dedicado al cine². Precisamente estos datos no confirman, sino que contradicen, la certeza de la crisis. Es más, en dicho supuesto, ¿cuál sería entonces la situación del cine español?, ¿dónde habría más crisis creativa?

Aunque las series nacionales no es lo que mejor ha funcionado de las nuevas y más innovadoras cadenas como Cuatro y La Sexta, sí lo hicieron algunas series americanas, y eso apunta tendencias respecto a las preferencias del género entre los espectadores de televisión. Sin embargo, se han difundido juicios sobre la crisis creativa del género por estancamiento y falta de renovación. Quizá se deba a que cada temporada se estrenan una media de 7 u 8 nuevas series y sólo una o dos de ellas se mantienen en la programación de las cadenas³. Pero el dato no confirma la certeza de la

hipótesis. Del mismo modo que hay más programas que fracasan que programas que triunfan, también hay más series que fracasan que series que triunfan. En el mercado televisivo de Estados Unidos, de 300 proyectos que cada cadena valora, anualmente, sólo diez harán piloto, y de ellos sólo tres se emiten finalmente.

La osadía creativa de la ficción televisiva estadounidense hace tiempo ha superado a la industria cinematográfica, que sólo parece sobresalir con productos independientes o con grandes superproducciones. Ante este resurgir del éxito de algunas series americanas en las cadenas de nuestro país, los productores de ficción televisiva en España parecen buscar la renovación del género. Entre los nuevos proyectos, que no siempre aciertan con el público, se aprecian nuevas temáticas o revisiones de las fórmulas más anticuadas. Pero cada mercado televisivo es diferente y no siempre el éxito americano conecta con las preferencias del espectador español. Por eso el aún modesto sector audiovisual español repasa su cantera de ideas sin saber por qué renovación decantarse ni cómo hacerla.

Finalmente, la única certeza es que resulta muy difícil la renovación con una economía estancada. Ésta sí que puede resultar ser la gran losa que bloquea el desarrollo de la ficción televisiva en nuestro país. Mientras, en el audiovisual norteamericano, los presupuestos de las series han crecido en los últimos tres años un 40%, se afronta un piloto para lanzar una serie con un presupuesto extraordinario de seis millones de dólares, o se encara la producción de una nueva serie con presupuestos de 1,5 o 2 millones de dólares por episodio. En España, los presupuestos de las series televisivas no han evolucionado; al contrario, parece que han retrocedido desde la crisis de finales de los años noventa o, como mucho, siguen igual, 300.000 ó 400.000 euros por episodio, o unos 6.000 euros por minuto⁴.

1. Los valores de la ficción televisiva

Con este escenario, en el inicio de la pasada temporada 2006/07, Televisión Española encargó un estudio cualitativo sobre el funcionamiento de las series de ficción en el mercado televisivo español. Con ello se pretendía complementar la información cuantitativa disponible que sobre los resultados del género le ofrecían los datos de audiencias de Sofres AM, y así obtener una información añadida y una visión más honda de las razones de los éxitos y fracasos de las series, tanto de esa cadena como de la competencia. Por consiguiente, el objetivo principal de la investigación era el de analizar en profundidad la oferta actual de series en el ámbito de la televisión generalista.

El estudio se planteó desde una empresa especializada en técnicas de «focus group» y debía analizar la ficción como producto televisivo, el perfil del consumidor, y las motivaciones y hábitos de su consumo, principalmente⁵. Para su selección se consideraron como variables que fueran consumidores habituales de series al 100%, con una frecuencia media de tres series por semana, y se consideró una tercera parte por grupo también consumidores de series americanas.

Entre los valores que los grupos consultados apuntan como característicos de las series, aparecieron mayoritariamente: la comodidad y adaptabilidad de su consumo, la simplicidad narrativa y escasa complejidad intelectual, el tamiz positivo que devuelve a la realidad que nos rodea, la alta identificación, referencialidad y empatía que consiguen sus personajes y tramas, y la elevada renovación de sus historias y contenidos.

2. Perfil del espectador de series de ficción

El resultado de la investigación arroja conclusiones respecto a cuatro posibles perfiles o tipologías de los espectadores de este género televisivo:

a) El grupo denominado tradicional, compuesto por mayores de 40 años, de sexo masculino y estatus medio-bajo. Sus preferencias son las más conservadoras y castizas.

b) El colectivo sentimental, compuesto principalmente por mujeres de más de 45 años y estatus medio amplio, cuyas conexiones con la ficción televisiva se decantan por las historias más emotivas.

c) El aficionado que constituye el «target» comercial de 30 a 45 años, de ambos sexos y entorno urbano. Este colectivo es el más proclive al consumo televisivo de series de ficción.

d) El selectivo, de menos de 40 años, de ambos sexos y entorno urbano, con criterios y preferencias entre una y otra oferta.

En resumen, el estudio venía a concluir que existen dos actitudes sociales en el público de la ficción: la evasiva y la realista. No obstante, ambos públicos comparten unas motivaciones comunes de consumo televisivo: preferencia por series que desarrollen relaciones humanas y los sentimientos, preferencia por el humor, que el enfoque de las historias sea positivo y esperanzador, la coralidad de personajes, el desarrollo de la

cotidianidad y la integración de modelos alternativos de identidad. Ahora bien, ambos modelos también tienen importantes diferencias. El público que opta por una actitud evasiva tendría un perfil compuesto por los mayores de 45 años, estatus medio bajo, que reside en las zonas más tradicionales del país, que rechaza las series americanas y mantiene una fidelidad de consumo familiar.

Estos espectadores buscan personajes que representen estereotipos de la sociedad y prefieren los perfiles más tradicionales en estos protagonistas. Tienen una necesidad de identificación directa con ellos, gustan de entornos familiares, así como de entornos más limitados (el barrio, la comunidad...). Prefieren esquemas narrativos simples, un humor sencillo, basado en el absurdo, de tropiezos y equívocos. También pueden

Este nuevo realismo dispone de una tipología singular que está caracterizada por el costumbrismo contemporáneo de sus historias, la fabulación del tiempo presente, la fácil identificación del espectador con la cotidianidad representada, la coralidad de los personajes comunes y corrientes protagonistas de sus historias, y la doble vertiente moral tanto de esos personajes como de las tramas en las que se desenvuelven. Todas ellas se reconocen como los nuevos valores de una modernidad social que exalta el presente efímero.

admitir en las series capítulos de tramas autoconclusivas. Sin embargo, el telespectador que se acerca a la ficción televisiva desde una actitud de preferencia por el realismo está constituido por un perfil compuesto por los menores de 30 años, de estatus medio alto en entornos urbanos, con actitud más crítica y un consumo más disperso e individual.

Este colectivo de espectadores tiene preferencia por personajes complejos que evolucionan, una actitud abierta a perfiles alternativos y modernos con los que se establecen vínculos de aspiracionalidad. No necesitan una identificación directa, se adaptan a unas referencialidades más simbólicas basadas en actitudes. Muestran preferencia por entornos más profesionales, un humor complejo e irreverente, basado en la actualidad y su preferencia está en las narraciones más complejas, que integran una realidad no habitual o extrema.

Entre otras conclusiones, el estudio apuntaba las siguientes tendencias de consumo entre los espectadores de series de ficción televisiva en nuestro país:

- En las familias, los hijos se imponen como prescriptores de nuevas series al seguirlas por Internet paralelamente a su emisión en EEUU.
- Cobran relevancia productos que desarrollan temas de intriga y tono de «thriller».
- Adquieren protagonismo los personajes desinhibidos, que muestran la realidad descarnada, y los personajes catárticos que sirven de bufones al espectador.
- Aun cuando los temas primarios sean profesionales, el peso narrativo principal descansa en tramas afectivas.
- Las historias incluyen altas dosis de emotividad.
- Las tramas fuerzan la realidad, con un enfoque hiperrealista o surrealista.

En definitiva, la composición generalista de la

actuales se configuran en el quinquenio 1995-2000 por la renovación del género. Por primera vez en una oferta plural de televisión, la ficción televisiva de producción nacional alcanzó su hegemonía en los horarios estelares de mayor consumo de las cadenas de televisión.

Esa hegemonía de las series en la programación televisiva estuvo asentada en la renovación del género. Una renovación que en el campo de la comedia se produce con el éxito de público en la temporada 1995/96 de nuevas series en el «prime time» de todas las cadenas generalistas («Hostal Royal», «Pepa y Pepe», «Farmacia de guardia», «Médico de familia»). Tras varias temporadas de hegemonía, con el impacto de una fuerte crisis económica en el sector y con el estreno arrasador de «Gran Hermano» y los formatos de telerrealidad a partir de 1999, las series de ficción se repliegan y no será hasta la temporada 2003/04 cuando resurjan con los nuevos éxitos de «Aquí no hay quien viva», «Los Serrano» y «Aída».

La evolución de los dramas en las telenovelas diarias es cualitativamente distinta. A mitad de la década de los años noventa, los culebrones de producción nacional también alcanzan posiciones de liderazgo en el «day time» de las cadenas, especialmente de las emisiones regionales o autonómicas,

Ha reaparecido un nuevo realismo moral en las nuevas series populares españolas. Este neorrealismo conlleva los nuevos valores morales de la modernidad. Esos que constituyen precisamente el nuevo marco de referencias de la nueva sociedad que viven los espectadores de la ficción.

audencia de «prime time» de las series televisivas ha propiciado la orientación familiar de las más populares: «Médico de familia» (Tele 5), «Farmacia de guardia» (Antena 3), «Cuéntame» (TVE). De este modo, las series actuales se encuentran asentadas en la fidelidad de un público intergeneracional e interclasista; sin embargo, también destaca su perfil joven y urbano. El público joven se afianza en el liderazgo de la decisión de consumo, por lo que el perfil comercial del público de ficción estaría hoy compuesto por los menores de 45 años, de sexo femenino, clase media y alta y ámbito urbano.

3. Las tendencias de renovación del género

Para tener una visión rigurosa del futuro del género, debemos recordar cómo nace la actual ficción televisiva. En otros estudios⁵ Estimado Jor ya hemos señalado como la ficción televisiva actual es heredera tanto del teleteatro y la telenovela española como de las producciones americanas, tanto telecomedias como culebrones, y que los sistemas creativos y de producción

cuya oferta trata de singularizarse ante la aparición de las cadenas privadas con contenidos que exaltan el drama de la cotidianidad y la proximidad más inmediata al espectador. Buena muestra fueron «Poble Nou», «Secrets de Familia», «Nissaga de poder» (1994/96, TV3), «Goenkale» (1994, ETB), «Arraýán» (2000, Canal Sur). Esta evolución realista de la ficción serial televisiva tiene continuidad hasta ahora mismo en los éxitos de la temporada 2005/2006 con «Amar en tiempos revueltos» (2005, TVE), «Yo soy Bea» (2006, Tele 5), o la serie familiar «Libro de familia» que la televisión gallega estrena en el «prime time» de la misma temporada con gran éxito.

4. El modelo de producción

Debe recordarse también que la última década del siglo XX fue un periodo de cambio muy significativo para las cadenas de televisión generalista. La proliferación de nuevos canales, el crecimiento de la mercantilización de contenidos y su comercialización, la gradual erosión del servicio público de televisión, la frag-

mentación de las audiencias; en definitiva, la expansión del mercado televisivo. Todos estos hechos contribuyeron a transformar el escenario de los medios audiovisuales. La reconversión económica que vive el sector al final de la década engendró una nueva era en la que todas las cadenas generalistas estaban obligadas a asumir nuevos imperativos y las audiencias también desarrollaron nuevas preferencias.

Es, por tanto, entre 1995 y 1999 cuando puede establecerse el primer movimiento de renovación de las series de ficción actuales propiciado por el crecimiento de las cadenas privadas, la gestación de un sector de producción industrial independiente, el cambio del modelo productivo europeo al americano, la gestación de un nuevo realismo popular y contemporáneo, y el conocimiento exhaustivo de las audiencias como instrumento de creación y producción industrial. Todo ello impone un nuevo ciclo de política industrial basado en la rentabilización máxima de emisiones en un mercado de alta competitividad y, por consiguiente, el establecimiento de un modelo regido por la clásica reducción de costes y maximización de audiencias. El sector encargado de llevar a cabo esta reconversión industrial sería el de las pequeñas empresas de producción independiente que desde entonces alcanzan un sustancial protagonismo en la dinamización del sector.

El resultado es la implantación de un nuevo formato semanal de ficción televisiva nacional que reina en el «prime time» y que está caracterizado por un género híbrido a medio camino entre la comedia y el drama, de largo recorrido, de 60 a 70 minutos netos de duración, de un ritmo de producción/emisión de 26/28 episodios/temporada, y de una narrativa adaptada a la oferta comercial: cuatro actos y tres cortes publicitarios.

Antes hemos señalado que tras la crisis del 2000, propiciada por la telerrealidad, el género de la ficción televisiva vive su segunda renovación entre 2003 y 2006, casi una década después. Un nuevo movimiento renovador propiciado por el agotamiento de las fórmulas creativas convencionales y conservadoras, la disminución del margen comercial de las cadenas a finales de los noventa, el desarrollo local del género de la «sitcom» y el humor iconoclasta («7 vidas», 1999/2006; «Los Simpson», 2003, 26,7%), y la gestación de un neorrealismo local procedente de la telerrealidad («Cámara Café», 2005).

Los formatos de telerrealidad, un viento que inunda las rejillas de programación de las cadenas entre el 2000 y el 2003, también han influido en la creación de nuevas series televisivas. Con el triunfo de «Gran Her-

mano» y «Operación Triunfo» aparece como nuevo género televisivo la ficción de la realidad de los «realities-shows», que esta basado en los siguientes rasgos:

- Disuelve la distinción entre ficción y realidad.
- Prosigue la cotidianización de la representación dramática.
- Reafirma el valor de la moralidad.
- El imperio de los valores referenciales: los cualesquiera como protagonistas.
- Introduce la interactividad de los espectadores.
- Espionaje de la vida privada: tramas humanas y enredos sentimentales.

El género de la ficción televisiva trata de adaptarse y vive una segunda renovación que llega hasta nuestros días. Una renovación que se refleja en los estrenos de un nuevo concepto de series que conquistan al público espectador entre la temporada de 2003 y la del 2006; renovación que está asentada fundamentalmente en la telecomedia y que replantea en sus historias y tramas lo que podemos denominar como hiperrealismo local. Esta tendencia hiperrealista esta asentada en las siguientes características:

- El desarrollo psicológico de la comedia familiar: «Aquí no hay quien viva» (2003/06), «Los Serrano» (2003).
- La incorrección política procedente del cómic subversivo y «underground».
- La evolución naturalista de los personajes protagonistas: el acento individualista: por ejemplo, «Cámara Café» (2005).
- Las características psicológicas del antihéroe (torpes, atolondrados, egoístas y un punto mezquinos) «Aída» (2005).
- Cuyos antecedentes germinan en «Entre Morancos y Omaña» (1997) y «Los Simpson» (estreno 1994/líder 2003).

5. Evolución demográfica de las series televisivas

Podemos recordar como en las nuevas series de hace una década el protagonismo de la familia nuclear, estable y unida en las tramas principales fue fiel reflejo de la regresión de costumbres que se vive en nuestro país a mediados de la última década del siglo; incluso la concepción familiar de «Médico de familia» (Tele 5) tendría continuidad en «Cuéntame cómo pasó» (TVE). Pero pronto, y tras la disgregación del grupo familiar, empezaron a surgir tramas e historias donde se refleja la crisis nuclear, la inestabilidad matrimonial, o la normalización de otras fórmulas convivenciales. Hasta hoy, cuando el paradigma resulta ser la desestructuración: «Aquí no hay quien viva» (Antena 3, 2003), «Aída» (Tele 5, 2005).

En el camino hemos comprobado la graduación de una escala que va desde la representación del hogar como espacio para relaciones familiares a espacio de las relaciones sentimentales y sexuales de sus solitarios moradores. Recordemos series como «Compañeros» (Antena 3, 1998) o «Periodistas» (Tele 5, 1998), en las que el hogar se disgregaba y perdía protagonismo.

En «Compañeros» se había producido la apertura temática de ese protagonismo del hogar al del trabajo como lugar de encuentro, que se repetirá con espacios tan diferentes como los profesionales de «Hospital Central» (Tele 5, 2000), incluso en la oficina de la revolucionaria «Cámara Café» (Tele 5, 2005).

En esa tendencia evolutiva hemos podido comprobar cómo en las series «Periodistas» o en «Hospital Central» aparece una generación que cuestiona todos los lazos familiares y que pone fin a los roles clásicos, presenta a la nueva mujer, y sitúa el hogar como ámbito del sexo y la soledad. En ese tiempo, la calle y la acción fueron igualmente asentándose como lugares de representación dramática. Si en «Médico de familia», frente al espacio doméstico de protección, la calle estaba directamente asociada al peligro, en «Periodistas» la calle ya va a ser solo un marco laboral y de cruce de personajes. En «Policías», «El Comisario» o «Los hombres de Paco», la acción adquiere la centralidad de ser vehículo y desarrollo de conflictos.

El tratamiento de la actualidad en las historias de las nuevas series había sido un rasgo distintivo de la primera renovación de las series de producción doméstica. «Médico», «Compañeros», «Hospital Central» incluyen en sus tramas el tratamiento de temas sociales, en algunos casos con una fuerte observación de didactismo. «Periodistas» hizo de la actualidad inspirada en las historias que salpicaban los periódicos las tramas principales de los episodios. Y precisamente «Policías» y «El Comisario» adoptaron en su realización técnicas del relato periodístico.

El tratamiento del héroe o de los personajes protagonistas también vive su desarrollo durante este tiempo. Los personajes de estas series van a vivir en su transcurso una apreciable evolución psicológica. Principalmente a través del humor. En el drama, las experiencias más innovadoras habían fracasado. Recuérdese entre otras experiencias fallidas «El Grupo» (Tele 5), serie que se estrenó en el peor y más conservador momento económico de la historia de la ficción doméstica popular.

Con «Los Serrano» (Tele 5), cuyos personajes en la biblia de la serie parecen inspirarse en algunos rasgos de «Los Simpson», aparece un nuevo eslabón de la comedia familiar, cuya incorrección política máxima

se alcanza con el estreno de «Aquí no hay quien viva» (Antena 3). Esta tendencia estalla y se quiebra moralmente con la «sit com» «Aída», feliz «spin off» de «7 vidas», y paradigma del naturalismo y del hiperrealismo ambiente que predomina en nuestro imaginario posmodernista más actual. El héroe televisivo de hoy se ha hecho aún más humano, común y corriente, pero también vive situaciones cada vez menos obvias. Psicológicamente es complejo y vive una dualidad moral: es tonto pero listo, egoísta pero generoso...

En definitiva, tres etapas en la evolución de las series domésticas populares:

- En la primera etapa, alcanzaron éxito de público aquellas series familiares basadas argumentalmente en el predominio del mosaico intergeneracional. Series asentadas en la reiteración de las tres líneas de conflicto clásicas (generacional, sentimental, profesional).
- En la segunda fase puede observarse un tratamiento más realista de las series profesionales, con lo que se inició la especialización generacional del género que acompaña la evolución del medio.
- En la tercera etapa actual, puede distinguirse en las nuevas series la innovación y ruptura que se trasluce fundamentalmente en los personajes de las comedias. Se trata de la aparición de nuevas referencias simbólicas para los públicos que provienen tanto de la influencia de la telerrealidad como del nuevo marco de referencia de la sociedad en la que vivimos.

6. El hiperrealismo contemporáneo

Como resultado puede afirmarse que la ruptura con el pasado se ha apoyado precisamente en las telecomedias en dos ocasiones importantes de la evolución histórica de las series televisivas populares españolas. La incorrección de sus personajes vulgares protagonistas encarna la tendencia hiperrealista contemporánea. Las tramas que fuerzan la realidad o las tramas complejas que integran la realidad extrema ya han sido valoradas como nuevas tendencias de valor que los espectadores de la ficción televisiva están imponiendo.

Sin embargo, el neorrealismo de la actualidad social que ha caracterizado las tramas de algunas de las series dramáticas antes citadas había quedado prácticamente en suspenso. «Hospital Central», «El Comisario» y la segunda parte de «Los hombres de Paco» han abordado secundariamente asuntos de la actualidad social en algunos de sus episodios.

En contraste con ese buen desarrollo de la comedia, la evolución del drama tiene aún pendiente su renovación en nuestro país. Las series populares se han distanciado de las italianas o inglesas precisamen-

te en la deficiencia de los proyectos de series dramáticas. Ni las historias, ni los actores, ni la dirección de éstos, han sabido conectar con el público de televisión en nuestro país. Véanse como ejemplo dos de los últimos estrenos de la temporada 2006/07 en el género: «Cuenta atrás» (14%, Cuatro), que no es capaz de superar el resultado de «House» (20%), aunque mejora sus resultados paulatinamente, y «Círculo Rojo» (Antena 3), que con un 11% de «share» tampoco pudo acercarse a los resultados de público de «CSI». De este modo, temporada tras temporada, los fracasos de nuevos proyectos dramáticos se multiplican resultando ser el género de ficción con la renovación pendiente más esperada, renovación que parece iniciar un leve despegue con el estreno al final de la temporada de «El Internado» en Antena 3.

Dicho esto, en términos generales, puede afirmarse que ha reaparecido un nuevo realismo moral en las nuevas series populares españolas. Este neorrealismo conlleva los nuevos valores morales de la modernidad. Esos que constituyen precisamente el nuevo marco de referencias de la nueva sociedad que viven los espectadores de la ficción. De hecho, puede comprobarse en la práctica totalidad de las tramas principales de estas series una drástica evolución que va de la narrativa conservadora, de consenso, que expresaba el punto de vista de la comunidad, a la narrativa o historia individualista e incorrecta socialmente. Han adquirido protagonismo los personajes complejos, alternativos, desinhibidos o catárticos.

En definitiva, puede concluirse que este nuevo realismo dispone de una tipología singular que está caracterizada por el costumbrismo contemporáneo de sus historias, la fabulación del tiempo presente, la fácil identificación del espectador con la cotidianidad representada, la coralidad de los personajes comunes y

corrientes protagonistas de sus historias, y la doble vertiente moral, tanto de esos personajes como de las tramas en las que se desenvuelven. Todas ellas se reconocen como los nuevos valores de una modernidad social que exalta el presente efímero. Ese presente sucesivo que reproduce la televisión sin pasado ni futuro.

Notas

- ¹ Cuadro de los programas más vistos en 2006, según datos de TNS AM.
- ² Tiempo dedicado por las cadenas a la emisión de series y de cine en abril de 2007. Fuente: TNS A.M.
- ³ www.vertele.com/noticias/detail.php?id=14909.14.3.2007.
- ⁴ Datos facilitados por el área de ficción de TVE.
- ⁵ El planteamiento metodológico, de cara a cubrir los objetivos propuestos, se desarrolló con una investigación de carácter cualitativo, promovida por el instituto Conecta, mediante reuniones de un total de 14 grupos, de 7 a 9 participantes, repartidos por Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Oviedo durante el mes de septiembre del 2006. Con un perfil mixto al 50%, de clase social media amplia y cuatro segmentos de edad: 16-18, 18-25, 35-45, y 50-55. Estos grupos mantuvieron reuniones de más de dos horas en las que expresaron sus opiniones.

Referencias

- GARCÍA DE CASTRO, M. (2002): *La ficción televisiva popular. Una evolución de las series de televisión españolas*. Barcelona, Gedisa.
- GARCÍA DE CASTRO, M. (2003): «Propiedades de la hegemonía de la ficción televisiva doméstica en España entre 1995-2000», en *Zer*, 14.
- GARCÍA DE CASTRO, M. (2006): «La autonomía de la televisión pública», en *Revista de Occidente*, 302/303, julio/agosto.
- GECA (Ed.) (2003): *Anuario de la televisión*. Madrid, Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual.
- JOST, F. (2001): *La télévision du Quotidien: entre réalité et fiction*. Bruselas, De Boek-Ins.
- KILBORN, R. (1992): *Television soaps*. London, Batsford.
- SMITH, P.J. (2000): *Contemporary Spanish culture*. TV, fashion and film. Manchester UK.