

INDICADORES DE CALIDAD EN RELATOS AUDIOVISUALES CONTRACULTURALES. EL CASO PARADIGMÁTICO DE *HUNG* (HBO)

QUALITY INDICATORS IN COUNTERCULTURAL TELEVISION SERIES.

THE PARADIGMATIC CASE OF *HUNG* (HBO)

Alicia López-Balsas¹. Universidad Complutense de Madrid. España.

Javier García-López². Universidad de Murcia. España.

Francisco Cabezuelo-Lorenzo³. Universidad Complutense de Madrid. España

Cómo citar el artículo:

López-Balsas, Alicia; García-López, Javier y Cabezuelo-Lorenzo, Francisco (2024). Indicadores de calidad en relatos audiovisuales contraculturales. El caso paradigmático de *Hung* (HBO) [Quality indicators in countercultural television series. The paradigmatic case of *Hung* (HBO)]. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 29, 1-15. <https://doi.org/10.35742/rcci.2024.29.e302>

RESUMEN

Introducción: Esta investigación desvela las construcciones sociales representadas en la serie *Hung* que forjan una mirada crítica de las estructuras cotidianas y suponen una ruptura con la pauta vital impuesta por la mayoría de las producciones audiovisuales de ficción seriada. **Metodología:** Este trabajo plantea, a través de un análisis del discurso, un estudio sobre los indicadores de calidad de una serie de ficción que ofrece una nueva visión sobre el fracaso del sueño americano y que utiliza la crítica de la sociedad occidental como un vehículo narrativo. **Resultados y Discusión:** *Hung* es una la serie de televisión en la que permanecen latentes ciertos indicadores de calidad como la originalidad, un nuevo modo de contar la historia y un tono discursivo sustentado en la sexualidad y la prostitución. **Conclusiones:** Es por tanto la propuesta de un relato de calidad, constituido sobre la base de lo irreverente.

Palabras clave:

Series de televisión; HBO; Sueño americano; prostitución.

¹ Alicia López-Balsas realiza su tesis doctoral en el programa de Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense de Madrid. Cuenta con un Máster Oficial Universitario en Cine, Televisión y Medios Interactivos por la Universidad Rey Juan Carlos (URJC).

² Javier García-López es Profesor Titular de Universidad en la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia, por la que también es doctor. Cuenta con un Máster Universitario en Crítica y Argumentación Filosófica por la Universidad Autónoma de Madrid (UAM).

³ Francisco Cabezuelo-Lorenzo es Profesor Titular en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Es autor de más de un centenar de publicaciones indexadas en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación publicadas en España, resto de Europa y América.

ABSTRACT

Introduction: The main objective of this research is to unveil the social constructions represented in the TV series titled *Hung*. Those constructions forge a critical view of everyday structures and represent a break with the vital pattern imposed by most serial fiction audio-visual productions. **Methodology:** This work proposes, through discourse analysis, a study on the quality marks of a fiction series that offers a new vision on the failure of the American dream and that uses the critique of Western society as a narrative vehicle. **Results and Discussion:** It is a TV series in which certain quality indicators such as originality, a new way of telling the story and a discursive tone based on sexuality and prostitution remain latent. **Conclusions:** It is therefore the proposal of a quality story, built based on the irreverent.

Keywords:

TV Series; HBO; American Dream; Prostitution.

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de las últimas dos décadas, las grandes productoras y plataformas como Netflix, HBO, Amazon, CBS, NBC, ABC o ShowTimes han hecho aflorar nuevos elementos narrativos y formales nunca vistos hasta ahora. Los nuevos relatos ofrecen tramas intrincadas, desviaciones temporales y personajes opuestos cuyo propósito principal es subvertir los roles tradicionales. Estos buscan conectarse con una audiencia que se percibe a sí misma como un conjunto de individuos inteligentes y más versados en medios audiovisuales que sus antepasados.

La ficción televisiva ha experimentado un gran desarrollo durante los primeros veintidós años del siglo XXI, sustentada en relatos audiovisuales que representan la complejidad social de las sociedades actuales. Dichos relatos conectan con una audiencia que ya no aspira únicamente a consumir sueños, sino que espera ver reflejadas en las series de ficción las esferas más turbias de la realidad cotidiana. Además, se puede argumentar que los receptores actuales solicitan de un modo creciente producciones audiovisuales de calidad, entendidas como creaciones originales, distintivas, transgresoras y, sobre todo, muy cercanas a la realidad cotidiana en la construcción dramática (Smith, 2020, p. 183).

Ciertamente, la calidad de la ficción televisiva se suele valorar en términos de forma y en términos de tema, lo que implica valores y aspectos ligados a la producción, inversión, audiencia, elenco, dirección, realización, propuesta estética, dirección de arte, de fotografía, o guion, entre otros. Es evidente la conexión de estos últimos con los métodos de interpretación y su sentido posible para la audiencia. En estas dos últimas esferas narrativas vamos a incidir a lo largo del presente trabajo. No obstante, somos conscientes de que el debate sobre los indicadores que ofrecen luz a la calidad en televisión sigue abierto. Aun así, podemos asegurar que la producción estadounidense de series ficcionales funciona con una serie de parámetros acerca de la calidad del relato bastante alto y, por tanto, configuran el paradigma de la calidad en los formatos a los que nos referimos. Pero ¿qué tienen estos relatos que no posean otros? Los últimos veinte años han sido descritos por muchos autores como la tercera época de esplendor de la ficción en serie, donde se ha producido una revisión audiovisual e incluso antropológica de la televisión (García-López y López-Balsas, 2014, p. 34), una nueva forma de construcción del discurso y de las narrativas (Cabezuelo-Lorenzo *et al.*, 2021; Herranz-de-la-Casa *et al.*, 2019, p. 177; Gómez-García *et al.*, 2019; Segado-Boj y Díaz-del-Campo, 2020, p. 231) con

nuevas tendencias y hábitos de consumo (Gallardo-Camacho, 2015; González-Oñate *et al.*, 2020), donde hoy en día como resultado de “la emergencia de la interactividad y las segundas pantallas, la audiencia evoluciona desde su concepción meramente activa a su consideración social” (Tur-Viñes, 2020).

Tomando como partida la metodología de Calsamiglia-Blancafort y Tusón-Valls (1999) y a partir del influyente análisis de Thompson (1996) sobre la ficción televisiva de los años ochenta y principios de los noventa, sabemos que la calidad de estos relatos está directamente ligada a la perspicacia crítica con la que abordan los entornos sociales a los que se refieren. Tal como demuestra Cascajosa-Virino (2006, pp. 23-33), los indicadores de calidad incluyen la elección de creadores consagrados, la innovación en el género y en la estructura narrativa, la importancia de los canales de pago y la incorporación de tabúes en la trama.

En el nuevo modo en que el ciudadano digital se involucra al consumir de manera diferida los programas emitidos en la televisión convencional, aumentan las audiencias en diferido (Gallardo-Camacho y Sierra-Sánchez, 2017, p. 172) y es evidente la crisis de la televisión comercial tradicional (Sotelo-González *et al.*, 2020, p. 1623). Del mismo modo, el fenómeno transmedia es ya toda una realidad que atrae la atención de la investigación académica en el área audiovisual (Villena-Alarcón, 2014, p. 15; Hidalgo-Marí y Segarra-Saavedra, 2020, p. 113; Miranda-Galbe *et al.*, 2021).

Del mismo modo, hay una nueva forma de mirar la imagen en el actual contexto digital (Deltell-Escolar y Alfeo-Álvarez, 2016), donde además los públicos son cada vez más activos, pasando del *view* al *share* (Dafonte-Gómez y Martínez-Rolán, 2016) con toda una enorme red de plataformas digitales a nuestra disposición (Liberal-Ormaechea y Cabezuelo-Lorenzo, 2018, p. 136). Todos estos elementos se encuentran habitualmente en las series de ficción que produce HBO (Feuer, 2007, p. 145).

Si conjugamos las características típicas de la calidad en la ficción seriada mencionadas y la visión crítica de la sociedad, nos encontramos con el caso arquetípico de *Hung* (HBO, 2009-2011). Este trabajo es el resultado del análisis de sus 30 capítulos repartidos en 10 entregas en cada una de sus tres temporadas consecutivas, emitidas entre los años 2009, 2010 y 2011. En esta serie, convertida ahora en serie de culto, una década más tarde, ciertos elementos de la cotidianidad como la familia, el entorno laboral o el ambiente educativo son representados atendiendo a sus miserias y no a sus éxitos, como han acostumbrado a proyectar las producciones ficcionales hasta la fecha. De manera que existe una representación crítica de la sociedad en la que se desenvuelven los personajes. Se produce así una ruptura de lo que se suele considerar como lo políticamente correcto y se desvelan algunos tabúes sobre la sexualidad y sobre el modo de vida norteamericano, que ya se había visto.

No obstante, el objetivo del presente trabajo es desvelar los principales indicadores de calidad que pueden contener las series de ficción en televisión que plantean modos de vida contracorriente o disidentes y cómo se despliegan en el relato las construcciones sociales representadas. Para ello, como paradigma, se ha elegido el análisis discursivo audiovisual de la serie *Hung*, que forja una mirada crítica de las estructuras cotidianas y supone una ruptura con la pauta vital impuesta por la mayoría de las producciones audiovisuales de ficción seriada.

Este trabajo plantea un estudio sobre una serie de ficción que ofrece una nueva visión sobre el fracaso del sueño americano y que utiliza la crítica de la sociedad occidental como un vehículo narrativo. Una serie en la que permanecen latentes ciertos indicadores de calidad como la originalidad, un nuevo modo de contar la historia y un tono discursivo sustentado en la sexualidad y la prostitución. Sin duda, la serie que tratamos propone un relato de calidad, constituido sobre la base de lo irreverente.

2. ESTUDIO DE LOS MARCOS CONCEPTUALES Y ENTORNOS AUDIOVISUALES: EL FIN DEL SUEÑO AMERICANO EN EL RELATO CONTEMPORÁNEO

La ficción audiovisual tradicional, aquella que proyectaban las grandes producciones del cine y de la televisión de los años 50 y 60 del siglo XX en Estados Unidos, se configuraba tomando como fundamento la moral de la época y ofrecía lecciones sobre los modos de vida a seguir. Se llegaba incluso a la creación y desarrollo del mito del héroe intergaláctico como Superman o Flash Gordon (Piñeiro-Otero, 2020). Pero la denominada crisis del celuloide y muerte del cine tradicional de la segunda mitad del siglo XX (McGowan y Deltell-Escolar, 2017, p. 335) ha traído una nueva narrativa audiovisual e implica una evaluación en el concepto de antihéroe, que se ve muy bien en las distopías de los años 70 en las que se ofrecen relatos contra el sueño americano. Antes, en la mayoría de los casos, se presentaba al modelo de ciudadano como una persona con la habilidad de construir un futuro exitoso mediante el esfuerzo constante y la capacidad de aprovechar las oportunidades que se encuentra en su camino. Así lo han reflejado también, de un modo continuado, otras herramientas de comunicación como los spots publicitarios y la propaganda política (Viñarás-Abad y Llorente-Barroso, 2020, p. 153).

Sin embargo, a partir de la denominada segunda época de esplendor de la ficción cinematográfica y televisiva, estas dinámicas representativas parecen cambiar. Sobre todo, en la reciente primera década del siglo XXI, ha aparecido con fuerza la figura del antihéroe (Freire-Sánchez y Vidal-Mestre, 2022, p. 246 y Gómez-Flores, 2021). Se trata de un personaje que opera en una sociedad afectada por la contaminación y marcada por una grave crisis económica, lo que conduce a las comunidades a redefinir sus metas esenciales y, en consecuencia, sus experiencias de vida.

La figura discursiva del antihéroe es una reconfiguración del típico héroe y del universo que lo rodea. Aun así, el antihéroe no es un personaje nuevo para la literatura clásica. De hecho, la literatura española de los Siglos de Oro está repleta de alusiones al antihéroe, representado a través del pícaro, protagonista de un sinnúmero de novelas picarescas. Es, en cualquier caso, un personaje opuesto al héroe, una versión negativa que choca con el sistema imperante, si bien cumple con los roles narrativos característicos del héroe clásico. Pero este nuevo héroe está más aislado que su versión genuina. Es un personaje desencantado con la sociedad, no encuentra su lugar dentro de la colectividad y se siente rechazado.

Para aclarar lo dicho hasta el momento sobre el antihéroe, es conveniente acudir a la taxonomía que realiza Vogler (2002, p. 72). De esta forma, nos podemos encontrar, a grandes rasgos, con os variantes de protagonistas no convencionales o antihéroe:

- Tipología 1: Individuos que comparten similitudes con héroes tradicionales, pero se distinguen por un marcado tono de cinismo o por cargar con alguna herida significativa.

- Tipología 2: Los protagonistas trágicos, que quizás no ganen nuestra aprobación y cuyas acciones incluso podríamos lamentar, pero que logran generarnos simpatía.

Siguiendo esta clasificación, es posible darse cuenta de que algunos personajes clásicos de la comedia televisiva se pueden incluir en esta catalogación (Álvarez, 1999). Numerosos personajes se integran en la actualidad en esta narrativa. Figuras como Homer Simpson, Dr. House, Peter Griffin o Tony Soprano encarnan antihéroes de manera arquetípica. Hoy en día, la creación ficcional en televisión en Estados Unidos ha evolucionado más allá de argumentos trillados y finales predecibles, alejándose de la trama convencionalmente afortunada.

Esta dinámica de construcción narrativa tiene que ver con el ambiente en el que se insertan los discursos ficcionales de televisión. Las sociedades actuales están compuestas por multitud de antihéroes que forman parte de una identidad colectiva mayoritaria. Los sujetos de las sociedades occidentales de hoy en día son, en su mayoría, perdedores permanentes que anhelan un sueño que, como todos los sueños, suele ser artificial e inalcanzable. De manera que la idea que proponemos del antihéroe que refleja la ficción televisiva actual tiene mucho que ver con la concepción de postmodernidad entendida como un modo de vida.

La postmodernidad es un concepto íntimamente ligado a los cambios que están ocurriendo desde finales del siglo veinte. Es un concepto que encierra en sí mismo la idea de cambio incesante en los ámbitos social y cultural. Las sociedades actuales están determinadas por un sistema socioeconómico de producción y consumo crecientes (García-López, 2015). De hecho, las crisis económicas, tan actuales, forman parte de estos flujos socioculturales asociados al sistema de consumo exacerbado. Pero es necesario poner de manifiesto que al concepto de la postmodernidad se le ha dado una múltiple dimensión. A la postmodernidad se le ha dado entidad de idea del mundo, de cosmovisión; pero también podemos hablar de postmodernidad como una experiencia cultural concreta y; además, la postmodernidad define una determinada condición social.

De cualquier modo, la idea de antihéroe que maneja la ficción audiovisual actual se somete al proyecto de la postmodernidad. Los antecedentes del proyecto de la postmodernidad al que nos referimos comienzan en los años ochenta, cuando un grupo de intelectuales empiezan a debatir desde una perspectiva crítica sobre las condiciones sociales y culturales establecidas (Bauman, 2001).

Dicha noción supone la necesidad de cambio estructural. A pesar de todo lo dicho, ciertos autores no comulgan con la idea de la postmodernidad. Sin embargo, el manejo de esta noción es necesario puesto que convierte la sociedad en la que vivimos en un escenario que puede cambiar; la idea de la postmodernidad pone de relieve todas las consecuencias negativas de la dinámica sociocultural impuesta.

La noción del antihéroe representado en la ficción televisiva parece entonces romper con el ideal que planteó la modernidad, fijada en la idiosincrasia de la Ilustración y, por tanto, en el progreso. El antihéroe de nuestra cotidianidad es adalid de la involución y, en esencia, confronta la idea de avance social desmesurado. De hecho, la publicidad y la ficción audiovisual en algunos momentos han generado el estereotipo somático de un hombre ligado a una estética ligada a una influencia total de la vigorexia, un aparente vigor, que en verdad es una obsesión (Fanjul-Peyró, 2008). De modo que el antihéroe

representado en la ficción de hoy en día encierra en sí mismo el sentido de un progreso que provoca la involución, paradójicamente.

No obstante, la contradicción forma parte del retrato de un antihéroe que comienza a conformar el núcleo narrativo de multitud de series de ficción, que transgreden la temática tradicional y enraízan en la actual decadencia socioeconómica global. Estas vicisitudes comienzan a hablarnos de ciertos indicadores de calidad en la ficción televisiva, precisamente debido al alejamiento de la norma.

3. JUSTIFICACIÓN Y ELECCIÓN DEL TEMA: *HUNG*, UN CASO PARADIGMÁTICO

Hung puede ser visto como un caso ejemplificador de la calidad en las series de ficción de las últimas décadas. Es un producto de ficción seriada que contiene las características de la comedia negra tradicional, ya que utiliza el humor negro en su argumentación. No obstante, el ambiente social y psicológico que representa se corresponde con la sociedad cambiante del momento y la alusión al fracaso personal configura el epicentro de su trama. Se trata de un fruto de HBO y, por tanto, no es un producto formal y temático convencional por el peso en la trama del antihéroe. Como la mayoría de las series elaboradas en el seno de HBO, busca la interacción con una audiencia preparada y culta y, por ello, cuenta con un amplio reparto de actores, apuesta por guiones complejos, invita al receptor a reflexionar sobre sus relatos y narra asuntos socialmente polémicos (Thompson, 1996, p. 413-15).

La serie está producida por Alexander Payne, quien ganó un Oscar por el guion adaptado de *Entre copas* (2004) y creada por Colette Burson y por Dmitry Lipkin, creador a su vez de *The Riches* (2007-2008), con la que obtuvo una muy buena crítica. En su primera temporada de emisión, *Hung* tuvo un éxito contundente en Estados Unidos y fue una de las series de ficción de mayor audiencia media, con nueve millones y medio de sujetos pendientes de cada episodio, según datos de la propia HBO.

La serie cuenta la tortuosa historia de Ray Drecker (Thomas Jane), sus hijos, su exmujer, sus dos proxenetas y sus clientas. Las conexiones entre los personajes son constantes, aunque el argumento principal se sustenta en Ray, verdadero núcleo del relato. Ray es un hombre que se siente fracasado porque no ha conseguido su sueño; en su época de estudiante había sido la estrella del equipo de béisbol, estaba casado con una mujer guapa con la que había engendrado dos hijos y se consideraba una persona popular y exitosa. Pero una importante lesión trunca su carrera deportiva y los problemas comienzan a multiplicarse. Se vio obligado a abandonar su trayectoria deportiva y tuvo que conformarse con ser un entrenador de baloncesto de instituto y un profesor mediocre.

La serie comienza cuando el protagonista sufre una serie de infortunios y percibe que lo ha perdido todo en la vida. Su mujer decide dejarlo por un adinerado dermatólogo porque no está dispuesta a asumir que está casada con un permanente perdedor. La casa de Ray se incendia y queda destruida casi por completo. Como resultado, su economía cae en picado y sus hijos tienen que trasladarse a vivir con su madre. Sin embargo, la lucha por la integración social le lleva a replantearse su trabajo y encuentra un empleo extra. Valiéndose de su gran atributo, su pene de grandes dimensiones se convierte en gigoló, con el fin de escapar de la decadente coyuntura en la que se había visto sumido.

Hung construye un discurso transgresor, ya que relata experiencias que son veladas en la sociedad estadounidense actual, debido a los prejuicios y a ciertas convenciones sociales.

El protagonista es un antihéroe que consigue vencer al tabú con el objetivo de convertirse en un sujeto integrado dentro de la recelosa y convencional sociedad norteamericana. Se trata de una representación del antihéroe postmoderno, entendido como un arquetipo dentro de las series de ficción televisiva de hoy en día.

El relato que propone *Hung* presenta una serie de indicadores de la calidad en la ficción seriada en televisión, que nosotros estudiamos a través del análisis narrativo de la primera temporada de la serie, haciendo hincapié especialmente en las características del personaje como núcleo del relato, así como en sus vinculaciones contextuales con los demás personajes y con su entorno social.

A priori, nos van a hablar sobre la calidad de dicha serie el ámbito de la generación crítica del personaje principal y de los personajes secundarios, las relaciones complejas entre los personajes, la perspectiva crítica del mundo creado alrededor de Ray, de sus características y de su conducta.

4. LA CRÍTICA DE LA SOCIEDAD COMO VEHÍCULO NARRATIVO

Las relaciones sociales y familiares representadas en *Hung* muestran un discurso crítico con la sociedad estadounidense del momento. Se pone de manifiesto que el éxito socioeconómico es fundamental para alcanzar el éxito vital. Ray, cuya vida ha quedado desmembrada, sólo puede salir de su situación acudiendo a una actividad demasiado libertina para una sociedad puritana. Con el fin de conseguir dinero que posibilite reconocimiento comunitario en una sociedad en la que es imprescindible para no ser un fracasado, el sexo es mostrado como una vía de escape y como un medio para alcanzar el cenit social. En la actual ficción estadounidense, el protagonista es el personaje opuesto al rol tradicional representado en la construcción del sueño americano (Cabezuelo-Lorenzo *et al.*, 2010 y 2013) que está tan acabado como el sueño europeo (Poch-Butler *et al.*, 2020, p. 44) o como se muestra desde el mitoanálisis a la hora de estudiar los argumentos universales de contenidos de Netflix, Prime Video y HBO (Fedele *et al.*, 2021).

El tratamiento de temas poco convencionales como el sexo, visto desde una perspectiva natural y abierta, hace que se pueda considerar a esta serie como transgresora, ya que viola en cierta medida los preceptos morales establecidos de un modo sistemático. De igual forma, la familia representada no se corresponde con el tópico, con el deseo estadounidense. La familia se muestra con sus virtudes y sus problemáticas. De hecho, al principio, la familia se rompe y da lugar a una serie de peripecias apoyadas en la decisión sexual del protagonista.

4.1. Estudio de los personajes

Los individuos que proyecta la serie son personajes quebrados, con muchos problemas vitales, que intentan salir constantemente de su situación vulgar y pretenden forzar su integración y escapar de la discriminación. En este sentido, existen una serie de características de los personajes que rompen con los tratamientos tradicionales y hacen de esta serie un producto de calidad, debido a la inédita exposición de las experiencias de cada individuo.

Ray Drecker acaba siendo profesor de historia y entrenador de baloncesto en un instituto, a pesar de sus altísimas expectativas de futuro. Cuando su mujer lo abandona, se traslada

con sus hijos mellizos a la ruinoso casa de sus padres e intenta salir adelante como gigoló, aprovechando sus muy favorables características físicas.

Tanya Skagle (Jane Adams) es el personaje que induce a Ray a entrar en el comercio de su cuerpo. De hecho, Tany se convierte en su proxeneta y se encarga de conseguirle las clientas. Tany tiene una personalidad cambiante y también se siente una fracasada. A pesar de que ella es quien pone los pilares del negocio, cuando Lenore entre en escena, Tanya tendrá que luchar para proteger una situación lucrativa que ella misma generó.

Lenore Bernard (Rebecca Creskoff) es la antigua compañera de Tanya en la firma de abogados para la que trabaja. Es una mujer despampanante y popular que actúa como amenaza de Tanya y del negocio que comparte con Ray. Podemos decir que Lenore es un personaje astuto y amoral que diluye el tratamiento maniqueo típico en los relatos audiovisuales de ficción.

Jessica Haxon (Anne Heche) es la exmujer de Ray. Como sabemos, lo dejó por un dermatólogo acaudalado y, por medio del dinero, intentará ganarse el respeto y la admiración de sus hijos. Jessica es una mujer sin confianza y frívola, aspectos que se contraponen a Ray e intensifican su situación deprimente.

Damon Drecker (Charlie Saxton) es el hijo de Ray y Jessica y el hermano mellizo de Darby (Sianoa Smit-McPhee). Es un adolescente que trata de encontrar su identidad y encontrar un lugar dentro del grupo, a pesar de su físico y de los problemas de su padre. Su situación también es compleja, ya que se encuentra con numerosos obstáculos sociales, en una gran ciudad como Detroit y en una sociedad en la que los méritos sociales tienen mucho que ver con el dinero y con la belleza.

Darby Drecker la hija de Jessica y Ray y la hermana melliza de Damon. Presenta una personalidad más madura que su hermano y se comporta de un modo desinhibido en sus relaciones sociales, aunque ella tampoco es una chica guapa. Su máximo propósito vital es la diversión y, para alcanzarlo, su conducta es a menudo rebelde y de consecuencias imprevisibles.

Ronnie (Eddie Jemison) es el médico dermatólogo que conquista el corazón de Jessica y, en cierta medida, causa de la separación del matrimonio con Ray. Es una persona que no suele expresar sus sentimientos. Para Jessica, es un marido protector y modélico. Sin embargo, su conducta aburrida puede llegar a hartar a Jessica y el comportamiento de esta también pondrá a prueba los límites de Ronnie.

Las relaciones que se producen durante la narración entre los diferentes personajes ponen de manifiesto una sutil crítica de la sociedad occidental y de sus modos comportamentales. Aunque el núcleo discursivo lo conforma Ray, el antihéroe, conforme al modelo de Freire-Sánchez (2022), que estima que los antihéroes no nacen, se forjan, a través de un arco argumental y *storytelling*. De la misma manera, el modo de presentar la conducta de los demás sujetos protagonistas expresa un desencanto generalizado con la vida postmoderna y, al fin y al cabo, con el sistema socioeconómico imperante. Digamos que los escuderos del antihéroe ostentan su puesto en virtud de sus desgracias y penalidades y no en función de su valía para apoyar las experiencias positivas del protagonista. En sí misma, la orientación crítica del relato ya configura un hecho diferenciador con respecto a los productos de ficción audiovisual de la primera y la segunda época doradas. Podemos expresar que la crítica social es uno de los indicadores

más fuertes de la calidad del discurso. Sin embargo, existen otro tipo de indicadores que nos hablan sobre la calidad de la serie y que exponemos en el siguiente epígrafe.

5. ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DE CALIDAD EN EL RELATO DE HUNG

El estudio del personaje cinematográfico o de cualquier formato de ficción audiovisual nace de las investigaciones y estudios previos del campo de la literatura y del teatro, referentes narrativos previos indiscutibles en los que el personaje apareció como categoría narrativa al servicio del desarrollo de una historia, según Pérez-Rufí (2016, p. 550).

Existen en *Hung* una serie de características discursivas que aportan información substancial referente a la calidad del relato audiovisual. Estas características responden a los ambientes sociales y a las relaciones que se producen entre los personajes. La calidad está ligada a la veracidad y al uso de un lenguaje correcto y apto para el público destinatario, según Tur-Viñes (2006).

5.1. Originalidad

La serie *Hung* presenta un discurso innovador, que lo diferencia de otras series de ficción, incluso de otros productos de HBO. La contracción del personaje principal como un antihéroe cuya fuerza narrativa reside en su pene ya supone una singularidad lo suficientemente potente como para forjar una diferencia radical con las demás series. La excepcionalidad reside entonces en la profesión de gigoló que elige Ray para salir de sus problemas. Además, no sólo la extravagancia de la representación del protagonista, núcleo narrativo, concentra la característica de originalidad. La función crítica del relato es la otra excepcionalidad que hace de la serie un producto diferente, si bien es cierto que otras series de HBO también contienen un alto grado de crítica social, como ocurre en *Los Soprano*.

5.2. Componentes de la narración

Por otro lado, destacan los componentes de la narración, la cosmovisión del protagonista, los escenarios y ambientes en los que se contextualiza y recrea la historia, el tono del discurso y finalmente la estructura narrativa.

5.2.1. Cosmovisión del protagonista

Se trata de la manera de ver e interpretar el mundo por parte de Ray. La perspectiva del protagonista está fuertemente influida por el contexto en el que se desenvuelve. Quién es y qué le lleva a hacer lo que hace. Las circunstancias, sus experiencias vitales, llevan al personaje a convertirse en lo que es: un fracasado. Además, su entorno social, preferentemente sus entornos laboral y familiar, no son favorables para salir de su pesimismo y su nivel económico no le permite soslayar su crisis identitaria. Todas estas eventualidades construyen la figura del antihéroe que Ray representa y lo abocan a vender su cuerpo, saltándose las reglas morales que le impone la sociedad en la que vive. Toda esta cosmovisión del protagonista da lugar a la configuración del relato tal y como se nos presenta.

5.2.2. Ambientes o escenarios

Las características tópicas del marco social en el que transitan Ray y los demás personajes ayudan en la construcción de un discurso crítico con la sociedad y con las relaciones sociales interesadas que, en la actualidad, no suponen una problemática ética excesiva. La trama discurre en Detroit, capital del Estado de Illinois, que se presenta como una ciudad industrializada y decadente. Cada escenario representa una función que, a su vez, nos ayuda a definir a nuestro protagonista y a profundizar en la dimensión psicológica de los personajes que lo rodean. Los ambientes o escenarios satélites son: el instituto en el que trabaja, que supone para Ray una especie de prisión que le recuerda diariamente su fracaso social; la casa destrozada de Ray y la tienda de campaña anexa en la que vive actualmente, donde comparte momentos de complicidad con sus hijos y con Tanya y donde experimenta ciertos instantes de esperanza; los lugares en los que se encuentra con sus citas (hoteles, restaurantes, lujosas casas), en los que Ray se evade de su miseria vital; la casa de Tanya, donde Ray recibe los consejos inseguros de su amiga y empresaria y donde generalmente se sincera y puede aliviar sus penas.

5.2.3. Tono del discurso

La serie configura un discurso de humor negro, cínico en algunos momentos. Hay que tener en cuenta que los temas que son tabúes a partir de los cuales se desarrolla la narración, como el sexo y la prostitución, son mejor aceptados por la audiencia potencial en el momento en que son tratados con cierta ironía. No obstante, muchas escenas que tienen que ver con el sexo son representadas desde una perspectiva desenfadada y en tono de parodia. Todo ello posibilita una mayor conexión con el público y con su mundo interior.

5.2.4. Estructura narrativa

Aparentemente, la serie *Hung* plantea el clásico esquema planteamiento-nudo-desenlace, aunque no siempre se resuelven los problemas presentados en el mismo capítulo, sino que habitualmente se cierran en el siguiente para mantener al espectador a la expectativa. Además, presenta una estructura lineal, apoyada, en diversos momentos, de flashbacks que refuerzan la narración. Sin embargo, si observamos la distribución narrativa de la primera temporada, nos damos cuenta de que existe una característica esencial: Ray Drecker se introduce en la prostitución de un modo paulatino y casi velado, de modo que el espectador se introduce en la vida del protagonista poco a poco, para entender por qué llega a ese extremo. Incluso, el receptor puede llegar a identificarse con el protagonista y a aceptar su condición y su cosmovisión, a pesar de que no es algo que esté bien valorado en una sociedad occidental cada vez más puritana.

6. CONCLUSIONES

No es fácil encontrarse con discursos cuya perspectiva sobre la sociedad se configure en términos críticos o poco favorables con el sistema establecido. Casi todas las narraciones de ficción en televisión, hasta que llegó la llamada tercera edad dorada, hablaban al receptor de mundos felices y posibles. *Hung* conecta con su audiencia a través de la representación de las miserias de la sociedad contemporánea, caracterizada en términos de postmodernidad. En este sentido cabe destacar a modo de conclusión los siguientes puntos.

1.- El análisis en profundidad de la serie y sus personajes demuestra como en la actualidad el antihéroe asume sin complejos el rol de protagonista. Para ello utiliza la figura del antihéroe, representado en el protagonista, Ray Drecker, construido sobre la base de los indicadores de calidad aquí expuestos. En este sentido, el arquetipo de antihéroe que se construye en *Hung* no es un héroe dotado de virtudes, no es un personaje capaz de salvar a los demás, sino que es un individuo desgraciado, que se sume en una sensación profunda de fracaso debido a una serie de fatales circunstancias inesperadas. El no héroe representado por medio de Ray tiene más que ver con lo que afirma Vogler (2002, p. 72): “héroes trágicos, figuras centrales de una historia que pueden no ser admirables ni de nuestro agrado, cuyas acciones podemos incluso deplorar”. El periplo vital del protagonista de *Hung* lo lleva a una transformación moral y de personalidad (Savater, 1992).

2.- El nuevo tipo de varón antihéroe muestra una nueva masculinidad, una personalidad propia, cargada de fortaleza y debilidades. De modo que este tipo de personajes potencia filias y fobias, pero sirve para conectar con el espectador, debido a que la audiencia se siente identificada con este tipo de personajes que se acercan al mundo real y a las miserias que inundan la experiencia cotidiana.

3.- En definitiva, *Hung* es el resultado de una fusión de géneros en la que impera el drama y la comedia negra. Además, son importantes en la forja de la trama el tono surrealista y la cosmovisión del personaje principal, que se entremezclan para captar la atención de un público culto y que es sensible a los problemas representados y está dispuesto a posicionarse de un modo crítico frente a los esquemas sociales establecidos.

Todo ello hace de *Hung* una serie de calidad, que habla de una manera confidente a sus receptores, quienes comparten con Ray, aunque sea a modo de representaciones cognitivas, el deseo de romper con ciertas imposiciones del sistema actual que conforman una de las paradojas del sueño americano.

7. REFERENCIAS

Álvarez, R. (1999). *La comedia enlatada. De Lucille Ball a Los Simpson*. Gedisa.

Bauman, Z. (2001). *La postmodernidad y sus descontentos*. Akal.

Cabezuelo-Lorenzo, F., Barrientos-Báez, A. y Caldevilla-Domínguez, D. (2021). Propuesta para la transferencia del conocimiento e innovación en la enseñanza-aprendizaje del liderazgo: lecciones de cine. *Alfabetización en la nueva docencia*. Editorial Tirant lo Blanch.

Cabezuelo-Lorenzo, F., González-Oñate, C. y Fanjul-Peyró, C. (2010). La imagen del “sueño americano”: estética y modelos de belleza de la sociedad americana a través de *Mad Men*. *Icono 14. Revista científica de comunicación y tecnologías emergentes*. <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i3.231>

Cabezuelo-Lorenzo, F., González-Oñate, C. y Fanjul-Peyró, C. (2013). Los paisajes del sueño americano: escenografía de *Mad Men*. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 32, 1-11. <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2013.32.1-11>

Calsamiglia-Blancafort, H. y Tusón-Valls, A. (1999). *Las cosas del decir: manual de análisis del discurso*. Ariel.

- Cascajosa-Virino, C. (2006). No es televisión, es HBO: La búsqueda de la diferencia como indicador de calidad en los dramas del canal HBO. *ZER. Revista de Estudios de Comunicación*, 21, 23-33.
- Dafonte-Gómez, A. y Martínez-Rolán, L. X. (2016). Del view al share: el papel de la comunicación viral en la transformación del ecosistema mediático. *Palabra Clave*, 19(2), 501-525. <http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2016.19.2.7>
- Deltell-Escolar y Alfeo-Álvarez, L. (2016). *La mirada mecánica. 17 ensayos sobre la imagen fotográfica*. Fragua.
- Fanjul-Peyró, C. (2008). *El estereotipo somático del hombre en la publicidad de estética y su influencia en la vigorexia masculina*. Congreso Congènere, Universitat de Girona.
- Fedele, M., Planells-de-la-Maza, A. J. y Rey, E. (2021). La ficción seriada desde el mitoanálisis: aproximación cualitativa a los argumentos universales en Netflix, Prime Video y HBO. *El Profesional de la Información*, 30(2), e300221.
- Feuer, J. (2007). HBO and the Concept of Quality TV. En J. McCabe y J. Akass (Eds.) *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond*. I. B. Tauris.
- Freire, A. y Vidal-Mestre, M. (2022). El concepto de antihéroe o antiheroína en las narrativas audiovisuales transmedia. *Cuadernos.Info*, 52, 246-265. <https://doi.org/10.7764/cdi.52.34771>
- Freire-Sánchez, A. (2022). *Los antihéroes no nacen, se forjan: arco argumental y storytelling en el relato antiheroico*. Editorial UOC.
- Gallardo-Camacho, J. y Sierra-Sánchez, J. (2017). La importancia de la audiencia en diferido en el reparto del poder entre las cadenas generalistas y temáticas en España. *Revista Prisma Social*, 18, pp. 172-191. <https://revistaprismasocial.es/article/view/1381>
- Gallardo-Camacho, J. (2015). El consumo del vídeo bajo demanda en las plataformas de pago digitales en España: el caso Yomvi. En N. Quintas-Froufe y A. González-Neira. *La participación de la audiencia en televisión: de la audiencia activa a la social* (pp. 105-118). AIMC.
- García-López, J. y López-Balsas, A. (2014). Orange is the New Black: una visión antropológica. *Revista de la SEECI*, 35, 34-45. <https://doi.org/10.15198/seeci.2014.35.19-33>
- García-López, J. (2015). Publicidad y consumo en They Live. Análisis crítico sobre la ideología publicitaria. *Vivat Academia*, 130, 184-197. <https://doi.org/10.15178/va.2015.130.184-210>
- Gómez-Flores, T. d. C. (2021). *La figura del antihéroe en la película Joker* [Trabajo de fin de Máster] Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura de la Universidad de Sevilla.
- Gómez-García, S., Gil-Torres, A., Carrillo-Vera, J.-A. y Navarro-Sierra, N. (2019). Creando a Donald Trump. Las apps en el discurso político sobre el presidente de Estados

- Unidos. *Comunicar. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 59, 49-59. <https://doi.org/10.3916/C59-2019-05>
- González-Oñate, C., Jiménez-Marín, G. y Sanz-Marcos, P. (2020). Consumo televisivo y nivel de interacción y participación en redes sociales: Análisis de las audiencias de millennials en la campaña electoral de España. *El Profesional de la Información*, 29(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.01>
- Herranz-de-la-Casa, J. M., Caerols-Mateo, R. y Sidorenko-Bautista, P. (2019). La realidad virtual y el vídeo 360º en la comunicación empresarial e institucional. *Revista de Comunicación*, 18(2), 177-199. <https://doi.org/10.26441/RC18.2-2019-A9>
- Hidalgo-Marí, T. y Segarra-Saavedra, J. (2020). Interactividad transmedia en la ficción televisiva. Análisis del capítulo piloto de “Si fueras tú” (RTVE). *Documentación de Ciencias de la Información*, 43, 113-120. <https://doi.org/10.5209/dcin.65965>
- Liberal-Ormaechea, S. y Cabezuelo-Lorenzo, F. (2018). La oferta audiovisual de servicios de streaming en España: estrategias comerciales y características tecnológicas. *UCJC Business & Society Review*, 60, 136-167. <https://doi.org/10.3232/UBR.2018.V15.N4.04>
- McGowan, N. y Deltell-Escolar, L. (2017). Crisis del celuloide: criterios de exposición en el paso del fotoquímico al digital en el cine de Hollywood. *El Profesional de la Información*, 26(6), 335-337. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.14>
- Miranda-Galbe, J., Cabezuelo-Lorenzo, F. y López-Medel, I. (2021). Analytical Model of Transmedia Storytelling Ecosystems in Audiovisual Fiction: The Spanish Model of “The Ministry of Time”. *Communication & Society/Comunicación y Sociedad*, 34(1), 1-13. <https://doi.org/10.15581/003.34.1.1-13>
- Pérez-Rufí, J. P. (2016). Metodología de análisis del personaje cinematográfico: Una propuesta desde la narrativa fílmica. *Razón y palabra*, 20(95), 534-552. <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/685/pdf>
- Piñeiro-Otero, M. T. (2020). Flash Gordon, la expansión del héroe intergaláctico como ejemplo de arqueología transmedia. *Historia y Comunicación Social*, 25(1), 45-46. <https://doi.org/10.5209/hics.69226>
- Poch-Butler, S. L., Figuero-Espadas, J. y Gelado-Marcos, R. (2020). The Dialectics of Immigration and the European Dream in the Discourses of Spanish Politicians. A Study Case of Twitter. *IROCAMM-International Review of Communication and Marketing Mix*, 3(2), 44-59. <https://doi.org/10.12795/IROCAMM.2020.v02.i03.04>
- Savater, F. (1992). *La tarea del héroe*. Destino.
- Segado-Boj, F. y Díaz-del-Campo-Lozano, J. (2020). Social media and its Intersections with Free Speech, Freedom of Information and Privacy. *Icono 14*, 18(1), 231-255. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i1.1379>
- Smith, P. J. (2020). Dramatized societies: quality television fiction in Spain and Mexico. *Index.comunicación*, 10(3), 181-192. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Socied>

- Sotelo-González, J., Sierra-Sánchez, J. y Cabezuelo-Lorenzo, F. (2020). Evolución de las programaciones de Telecinco-Cuatro y Antena 3-La Sexta tras la concentración del mercado de la televisión en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(4), 1623-1643. <https://doi.org/10.5209/esmp.67246>
- Thompson, R. J. (1996). *Television's Second Golden Age: From 'Hill Street Blues' to 'ER'*. New Continuum.
- Tur-Viñes, V. (2006). El concepto de calidad del contenido audiovisual, desde el emisor. En *Propuestas para una comunicación de calidad: contenidos, efectos y formación* (pp. 171-180). Edipo.
- Tur-Viñes, V. (2020). Television program ratings and informed audiences. *El Profesional de la Información*, 29(2), 1-11. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.12>
- Villena-Alarcón, E. (2014). La comunicación transmedia en la comunicación de las empresas de moda internacionales: un estudio de caso. *Communication Papers: Media Literacy and Gender Studies*, 3(4), 15-21. https://doi.org/10.33115/udg_bib/cp.v3i04.22122
- Viñarás-Abad, M. y Llorente-Barroso, C. (2020). La investigación en publicidad y relaciones públicas. Tendencias en los contenidos (2000-2020). *Index Comunicación*, 10, 153-180. <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Lainve>
- Vogler, C. (2002). *El viaje del escritor. Las estructuras míticas para escritores, guionistas, dramaturgos y novelistas*. Ma Non Troppo.

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Conceptualización: López-Balsas, Alicia; García-López, Javier y Cabezuelo Lorenzo, Francisco. **Metodología:** López-Balsas, Alicia; García-López, Javier **Validación:** López-Balsas, Alicia; García-López, Javier y Cabezuelo Lorenzo, Francisco. **Análisis formal:** López-Balsas, Alicia y García-López, Javier. **Curación de datos:** López-Balsas, Alicia; García-López, Javier y Cabezuelo Lorenzo, Francisco. **Redacción-Preparación del borrador original:** López-Balsas, Alicia y García-López, Javier. **Redacción-Revisión y Edición:** López-Balsas, Alicia; García-López, Javier y Cabezuelo Lorenzo, Francisco. **Supervisión:** López-Balsas, Alicia; García-López, Javier y Cabezuelo Lorenzo, Francisco. **Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** López-Balsas, Alicia; García-López, Javier y Cabezuelo Lorenzo, Francisco.

Financiación: No ha habido financiación.

Agradecimientos: Dra. María Dolores Cáceres Zapatero, Catedrática de la Universidad Complutense de Madrid, e IP del Grupo 940057 MDCS: MEDIACIÓN DIALÉCTICA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL (Universidad Complutense de Madrid). **Conflicto de intereses:** No hay conflicto de intereses por parte de los autores.

AUTORES

Alicia López-Balsas

Investigadora en formación en el programa de Doctorado en Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) donde está preparando una tesis sobre la creación y producción de ficción propia en España, analizando los modelos de negocio que se han creado en el actual contexto de las plataformas de *streaming*. En el ámbito profesional, cuenta con una experiencia de más de una década en el mundo de la televisión. Es Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Católica de San Antonio de Murcia (UCAM) y Máster Oficial Universitario en Cine, Televisión y Medios Interactivos por la Universidad Rey Juan Carlos (URCJ) de Madrid.

aliclo13@ucm.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-8785-8568>

Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?hl=es&authuser=1&user=9rIVK8YAAAAJ>

Javier García-López

Profesor Titular en la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia (España) donde imparte diferentes asignaturas de grado y posgrado. Anteriormente fue docente e investigador en la Universidad a Distancia de Madrid (Udima) y en la Universidad San Jorge (USJ) de Zaragoza. Es doctor en Publicidad y RRPP por la Universidad de Murcia y licenciado en Publicidad y RRPP por la Universidad Católica de San Antonio de Murcia (UCAM). Cuenta con un Máster Universitario en Crítica y Argumentación Filosófica por la Universidad Autónoma de Madrid (UAM). Es autor más de medio centenar de publicaciones académicas en revistas y libros de primer nivel.

javier.garcialopez@um.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-7306-4289>

Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?user=ALxpku4AAAAJ&hl=es&authuser=1>

Francisco Cabezuelo-Lorenzo

Profesor Titular en el Departamento de Periodismo y Comunicación Global de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Es doctor europeo en Tecnologías, Estructuras y Tratamientos de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y doctor en Humanidades por la Universitat Abat Oliba CEU de Barcelona. Fue becario de posgrado de la Fundación "la Caixa" en McGill University (Canadá) y de la Fundación Caja Madrid en The Queens University of Belfast (Irlanda del Norte, UK). Es licenciado en Periodismo (UCM), Publicidad y Relaciones Públicas (UCJC) e Historia del Arte (UCM). Es autor de un centenar de artículos de revistas y capítulos de libro publicados en español, inglés, francés, italiano, catalán y portugués. Desarrolló una amplia experiencia en medios de comunicación, agencias de noticias y gabinetes de prensa, antes de su incorporación a la universidad.

fcabezuelo@ucm.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9380-3552>

Google Scholar:

<https://scholar.google.com/citations?user=Udr8QWAAAAAJ&hl=es&authuser=1>



Revista de Ciencias de la Comunicación e Información

ISSN: 2695-5016

ARTÍCULOS RELACIONADOS:

- Fiz Pérez, J., Giorgi, G. y Sánchez Martínez, B. (2016). Televisión y metacognición: los menores ante las celebridades [Television and metacognition: minors exposed to celebrities]. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 40, 69-103. <https://doi.org/10.15198/seeci.2016.40.69-103>
- Martínez-Sala, A.-M., Barrientos-Báez, A. y Caldevilla-Domínguez, D. (2021). Fandom televisivo. Estudio de su impacto en la estrategia de comunicación en redes sociales de Netflix. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 54, 57-80. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e689>
- Paniagua-Iglesias, A., Martín-Guart, R., Fondevila-Gascón, J.-F. y Pérez-Latre, F. J. (2024). Relación entre planificación de medios y creatividad en un entorno de hibridación mediática y transmedialidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 1-22. <https://doi.org/10.4185/rlds-2024-2035>
- Visa Barbosa, M., Cabezuelo Lorenzo, F. y Piñeiro Otero, T. (2019). La representación mediática de la paternidad en tres relatos audiovisuales contemporáneos de éxito: los casos de Breaking Bad, Mad Men y Homeland. *Revista Comunicación y género*, 2(1) 2019, 1-13. <https://dx.doi.org/10.5209/CGEN.63675>