

## FILM-HISTÒRIA JUNIOR

# MODERN LOVE EN LA ESPAÑA *POST TRAP*. LA INFLUENCIA DE LAS SERIES ROMANTIC COMEDIES EN LA COTIDIANIDAD DE LA CULTURA POP EN LA ESPAÑA ACTUAL

BLAI AIXALÀ HUETE

Universidad de Barcelona (UB)

[blaihuete@gmail.com](mailto:blaihuete@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-2242-4482>

Recibido: 13 de octubre de 2024

Aceptado: 25 de octubre de 2024

Publicado: 20 de diciembre de 2024

### Resumen

Este artículo hace una aproximación a la influencia que las series del género de comedia romántica tienen a la hora de medrar a través del *soft power* en la juventud de una determinada sociedad. El desembarco de este tipo de series conlleva un mensaje cultural sobre conductas relacionales tal y como se viven en la sociedad creadora de ellas. Dado que el cine es una herramienta que puede llevar un mensaje determinado, las comedias románticas caricaturizan estereotipos y enseñan, a través del humor, una cara determinada de la sociedad creadora, haciendo una difusión más sutil y amena.

**Palabras clave.** Comedia romántica, Cultura pop, España, Series, Estados Unidos.

MODERN LOVE A L'ESPANYA *POST TRAP*. LA INFLUÈNCIA DE LES  
COMÈDIES ROMÀNTIQUES A LA QUOTIDIANITAT DE LA  
CULTURA POP A L'ESPANYA ACTUAL

### Resum

Aquest article fa una aproximació a la influència que les sèries del gènere de comèdia romàntica tenen a l'hora de créixer a través del *soft power* en la joventut d'una determinada societat. El desembarcament d'aquesta mena de sèries comporta un missatge cultural sobre conductes relacionals tal com es viuen en la societat creadora d'elles. Atès que el cinema és una eina que pot portar un missatge determinat, les comèdies romàntiques caricaturitzen estereotips i ensenyen, a través de l'humor, una cara determinada de la societat creadora, fent una difusió més subtil i amena.

**Paraules clau.** Comèdia romàntica, Cultura Pop, Espanya, Sèries, Estats Units.

DOI: <https://doi.org/10.1344/fh.2024.34.1-2.438-448>

Copyright © 2024 Blai Aixalà Huete

Copyright de la edició © 2024 FilmHistoria Online. Todo su contenido escrito está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-No comercial-Compartir bajo la misma licencia 4.0.

MODERN LOVE IN *POST TRAP* SPAIN. THE INFLUENCE OF  
ROMANTIC COMEDIES ON THE DAILY LIFE OF  
POP CULTURE IN TODAY'S SPAIN

**Abstract**

This article approaches the influence that romantic comedy series have on the influence of soft power in the youth of a certain society. The arrival of this type of series carries a cultural message about relational behaviors as they are lived in the society that created them. Since cinema is a tool that can carry a certain message, romantic comedies caricature stereotypes and show, through humor, a certain face of the creating society, making a more subtle and entertaining diffusion.

**Keywords.** Romantic comedy, Pop culture, Spain, Series, United States.

**1. INTRODUCCIÓN**

Entre los grandes géneros cinematográficos del siglo XX, el cine romántico se destaca como uno de los más comerciales en los más de cien años de la historia del séptimo arte. Dentro de este género, han sobresalido varios subgéneros que, utilizando el trasfondo de las relaciones amorosas, han plasmado distintas realidades dado el contexto histórico en el cual se enmarcaban. Desde el *chick flick* a los musicales románticos, los títulos que se han enmarcado en esta amplia categoría han gozado de mucha popularidad a lo largo de varias décadas hasta la actualidad. No obstante, dos subgéneros, si bien muy amplios, destacan en dicha etiqueta, los dramas románticos y las comedias románticas (Grindon, 2011; Todd 2013).

A lo largo de la historia del cine sonoro, nos hemos encontrado con distintas filmaciones que presentaban un romance como piedra angular de su trama. Películas como *Casablanca*, *Doctor Zhivago* o *The English Patient*, mezclan el drama romántico con otros subgéneros como el cine bélico o el *noire* dentro de sus tramas. Sin embargo, ejemplos como *The Apartment*, *Shakespeare in Love* o *Falling in Love*, tienen el elemento romántico como pieza clave de sus argumentos. Pero los géneros cinematográficos pueden llegar a ser ambiguos, entrelazarse, o fusionarse dentro de una misma filmación (McDonald, 2007)).

En la actualidad del año 2024, el género romántico<sup>1</sup> presenta un declive en popularidad respecto a décadas pasadas, al menos en la gran pantalla y en sus ingresos por película tal y como se puede apreciar en el artículo citado como nota al pie. No obstante, eso no es óbice a que dicho género haya dejado una huella

---

<sup>1</sup> Corallo, Laura (2024): "Top movies genres in the US & Canada 1995- 2023, by total box office revenue", *Statista*, 19 de febrero: <https://www.statista.com/statistics/188658/movie-genres-in-north-america-by-box-office-revenue-since-1995/> [Consultado el 5 de octubre de 2024]

importante dentro de la historia del cine y en el imaginario colectivo de la cultura pop. Este artículo pues, pretende hacer una aproximación al impacto social y la carga de *soft power* que las comedias románticas<sup>2</sup> estadounidenses poseen, analizando así, su impacto en la realidad española de la tercera década del siglo XXI.

## 2. LA ESPAÑA POST TRAP

Actualmente, la fusión constante no solo se puede encontrar en la restauración o en la coctelería. Los géneros musicales y cinematográficos también son objeto de dichas fusiones.

La juventud en la España de la década de 2020 representa la primera gran generación de jóvenes nacidos ya en el siglo XXI. Distintas diferencias surgen respecto a la generación de sus padres, así como las últimas generaciones de españoles nacidos a finales del siglo XX. A nivel cultural, que es en lo que se centra este artículo, estas generaciones del nuevo siglo están más permeadas por cultura pop proveniente de otros países, en gran medida de Estados Unidos (Illescas, 2017: 91). Se trata de generaciones digitales que han, y están, creciendo en la era de la hiperconectividad, por ello, su consumo cultural se basa en gran medida en el contenido consumido a través de las redes sociales como *Instagram*, *Tik tok* o *Youtube*.

Sin embargo, algo se mantiene intacto desde finales del siglo anterior, la cultura estadounidense sigue siendo la más atractiva en cuanto a oferta de productos culturales se refiere. Si bien España es un país de potente industria musical y cinematográfica, con una amplia producción en ambas disciplinas, la importación cultural está ampliamente extendida<sup>3</sup>. Y es que, si bien artistas españoles son consumidos dentro del propio país, muchos de ellos se dedican a estilos musicales anteriormente importados. Es decir, un determinado producto cultural llega a España, se asienta a través de artistas del país productor hasta que empieza a ser reproducido en el país receptor por artistas locales. Desde la llegada a España del punk en la década de los setenta o la llegada de la cultura hip hop en los ochenta, el patrón ha parecido. Es decir, se establecen nuevos movimientos musicales y culturales que ofrecen soluciones para que la juventud de un determinado momento histórico se exprese (Fouce, 2004: 58). Así, la década de 2010, representó la asentación del reggaetón en las pistas de baile españolas a gran escala. Pero la segunda mitad de dicha década, destaca por el desembarco y el auge de la música *trap* en España (Rey-

---

<sup>2</sup> A lo largo del artículo se usa también el término anglosajón *romantic comedy*.

<sup>3</sup> Ruiz, Ana et al., (2023) "Números uno en España desde 1980 hasta la actualidad", *El Confidencial*, 21 de noviembre: [https://www.elconfidencial.com/cultura/2023-11-21/numeros-uno-espana-desde-1980-hasta-actualidad\\_3774320/](https://www.elconfidencial.com/cultura/2023-11-21/numeros-uno-espana-desde-1980-hasta-actualidad_3774320/) [Consultado el 10 de octubre de 2024].

Gayoso; Reboredo, 2021). Así, la década 2014 – 2024 ha representado el auge y popularidad de este subgénero de la música rap que nació en los años noventa en el sur de los Estados Unidos, pero que se reinterpretó en la década de 2010 con artistas como Gucci Mane o Lil Uzi Vert<sup>4</sup>.

El concepto de la España *Post trap* surge de la necesidad de crear un nuevo marco teórico-cultural que supere el período de gran popularidad de la música *trap* y sus derivados socioculturales. Por este motivo, la España *Post trap* es la que debe definirse en esta década de 2020 para analizar hacia dónde se mueven las tendencias de consumo cultural de la juventud española.

### 3. EL PARADIGMA SEINFELD

Una de las series más conocidas y vistas de la historia es *Seinfeld* (1989 – 1998). La serie creada por Larry David y el propio Jerry Seinfeld describe la vida de este último y su grupo de amigos en la Nueva York de los años noventa. Se ha escrito mucho sobre la serie y su trama (Armstrong, 2016; Gunster, 2005), siendo difícil de catalogar dentro de un género específico más allá del amplio género de la comedia o la sitcom (comedia de situación). Pero más allá de la temática de la serie, lo que es importante para este artículo es la capacidad de plasmar una realidad y una cotidianidad. *Seinfeld* no solamente se mostraba como una sitcom, sino que reflejaba el estilo de vida de sus protagonistas. A través de la serie se pueden analizar las conductas relacionales de sus protagonistas, trazando así sus conductas sexoafectivas a través del humor. De esta manera, *Seinfeld* representa un pasaje por la vida de su protagonista a través de todas sus citas, años antes de la aparición de los *smartphones* y las aplicaciones, algo en lo que la serie fue pionera.

Posteriormente, en esa misma década, se desarrollarían serie como *Friends* o *Living single*. En la década siguiente, cogerían el testigo series como *How I met your mother*. Y es que esta serie representa el enlace entre los años noventa y las series de la actualidad ya que se desarrolló en pleno surgimiento y auge de las redes sociales, viralizando así, muchas de sus escenas o personajes, como es el caso de *Barney Stinson*, quien protagonizaría distintos clips y *memes* dentro de la cultura pop de internet y redes sociales.

---

<sup>4</sup> Es preciso mencionar que los orígenes de la música rap, así como el *trap*, tienen muchos componentes de historia oral, por lo que es complicado hacer un seguimiento histórico de algunos detalles precisos relacionados con su origen.



Imagen 1. Escena recurrente de la serie *Seinfeld*.

Fuente: <https://seinfeldism.com/s06e07-the-soup.php>

La imitación de dichas series norteamericanas hizo que en España se pretendiera plasmar el tipo de producto sitcom con producciones autóctonas. Algunos ejemplos de sitcoms con mayor o menor presencia del componente de conductas relacionales son *Aquí no hay quien viva* o *Aída*. Series que, si bien se basaban en la sitcom norteamericana como formato, pretendían representar y mostrar la cotidianidad española de la primera década del siglo XXI. Se puede observar, tal y como afirman Padilla y Regueijo (2010), que las sitcoms y otros géneros relacionados dentro de la comedia, triunfan en períodos de crisis económicas por su capacidad de entretener y crear situaciones cómicas.

#### **4. EL CASO DE HIGH FIDELITY: BROOKLYN'S SOFT POWER EN LA NUEVA REALIDAD ESPAÑOLA**

Como se detalla en el punto anterior, *Seinfeld* representó la rutina de las citas a través de la vida de su protagonista y sus allegados. Pero la no tan lejana década de 2010 supuso distintos cambios socio culturales para España. Entramos en dicha década a través de Facebook, y salimos con Instagram. O lo que es lo mismo traducido al campo de las *dating app's*: entramos con *Badoo* y salimos con *Bumble*, pasando por *Tinder*. Pero esta década conllevó una gran revolución por lo que a la difusión de la cultura pop y sus productos culturales respecta, la llegada de las plataformas de *streaming* online.

Las nuevas relaciones en la era de las aplicaciones de citas tienen nuevas lógicas y requieren de nuevas conductas. Así las describe Blanco-Ruiz:

“...Los sitios web y aplicaciones de *dating* basan su éxito en estas lógicas de mercado insertas en el ideal del amor romántico unidas a una serie de algoritmos, el poder de la imagen y la lógica del clic o deslizamiento *–swipe–*, facilitando el *engagement* de millones de usuarios que participan en el juego y lo incorporan a su anhelo íntimo más personal” (2022: 14)

De esta manera, las aplicaciones de citas mercantilizan la búsqueda de pareja sexoafectiva a la vez que hacen más simple su búsqueda dada la comodidad de poder interactuar desde cualquier lugar, sin la necesidad de la sociabilización y la movilidad. Además, los vínculos son más frágiles y fugaces, tal y como Bauman (2003) señaló dentro del concepto de amor líquido.

“...Abundancia y aparente disponibilidad de «experiencias amorosas» que llega a alimentar la convicción de que el amor (enamorarse, ejercer el amor) es una destreza que se puede aprender, y moderna vida líquida, en la que se supone y espera que las «posibilidades románticas» (y no solo las «románticas») fluctúen cada vez con mayor velocidad entre multitudes que no decrecen, desalojándose entre sí con la promesa «de ser más gratificante y satisfactoria» que las anteriores. A diferencia de las «verdaderas relaciones», las «relaciones virtuales» son de fácil acceso y salida. Parecen sensatas e higiénicas, fáciles de usar y amistosas con el usuario, cuando se las compara con la «cosa real», pesada, lenta, inerte y complicada. Un hombre de Bath, de 28 años, entrevistado en relación con la creciente popularidad de las citas por Internet en desmedro de los bares de solas y solos y las columnas de corazones solitarios, señaló una ventaja decisiva de la relación electrónica: «uno siempre puede oprimir la tecla». (Bauman, 2003: 18)

Y es que el uso de las aplicaciones de citas y la realidad y cotidianidad a través de ellas, puede ser visto en series como *High Fidelity* (2020), basada en la novela del mismo nombre de Nik Horby (1995).

En la serie, su protagonista, Zoë Kravitz, es una joven de treinta años cuya vida amorosa ha sufrido un revés ocasionado por la ruptura con su pareja, por lo que la protagonista empezará un juego de distintas citas a la vez que explica su rutina y su historial amoroso. Y es que la serie no solamente plasma la realidad de las relaciones

sexoafectivas de la juventud, sino que también muestra la rutina de un grupo de jóvenes en el barrio de Brooklyn, en la ciudad de Nueva York. Sin embargo, más allá de mostrar esta cotidianidad, la serie presenta un componente romantizado de la realidad neoyorquina. Si bien la serie muestra la realidad de una gran parte de la juventud con una vida sentimental poco estable, la serie obvia o romantiza aspectos latentes sin mostrar la precariedad laboral juvenil, la delincuencia, u otras escenas de crisis que se vienen en Estados Unidos, mostrando una juventud con todas las necesidades materiales cubiertas. A través de la estética y de la vida nocturna, la carga de *soft power* de la serie es importante. Por ejemplo, en el capítulo siete, centrado en el ámbito del ocio nocturno, se nos muestra como el concepto de juventud ha cambiado, alargándose hasta más allá de la década de los treinta en comparación con generaciones anteriores. De esta manera, esta serie termina romantizando la sociedad neoyorkina, a la vez que las historias amorosas de sus protagonistas acaban de maneras poco fructuosas siendo resumidas a una colección de meras experiencias, algo que también es tangible en la serie *Modern Love* (2019).



Imagen 2. Imagen promocional de la serie *High Fidelity*

Fuente: <https://www.primevideo.com/-/es/detail/High-Fidelity/0RE7D3TCZJNQFMUYUMFA7BFYZ>

Pero en España también se han realizado producciones similares a la serie anteriormente descrita, como es el caso de *Todo lo otro* (2021). En este caso, también gira entorno a la cotidianidad de vida de su protagonista y su historial de citas al estilo de *High Fidelity*, aunque plasma una realidad más acurada que la otra. En este caso, la serie muestra unas condiciones materiales acordes a sus tiempos, con jóvenes de

edades que superan los treinta años y que se ven obligados a compartir vivienda dadas las condiciones del mercado inmobiliario en una gran urbe española como es Madrid. De esta manera, la serie no pretende hacer un gran esparcimiento de poder suave sino más bien de crítica social a la vez que plasmar la cotidianidad de su protagonista y su vida sentimental.



Imagen 3: Cartel promocional de la serie *Todo lo otro*

Fuente. <https://www.accioncine.es/serie-todo-lo-otro>

Es ahí donde se pueden observar las diferencias entre la producción estadounidense, con una mayor carga de poder suave para ser exportado para la romantización de su estilo de vida, de forma que este poder sea capaz de convencer cuando es visualizado (Nye, 2004), independientemente que la trama sea comedia. La serie quiere retratar una realidad que acaba romantizando a nivel material. *Todo lo otro*, que fue la primera serie española original de HBO, pretende mostrar más una crítica que una romantización, con algunas cargas de poder blando, sobre todo a nivel cultural, sin llegar a idealizar la realidad de la juventud española. El Madrid que retrata la serie no es un lugar idílico en el que vivir, sino más bien una ciudad que representa muchos desafíos para los jóvenes. En cambio, el Brooklyn de *High Fidelity* sigue cumpliendo los estereotipos de muchas películas estadounidenses, reflejando una urbe moderna, viva y con una activa vida nocturna, un paraíso para la juventud que pretende retratar.

## 5. CONCLUSIÓN

Las comedias románticas pueden llegar a blanquear distintos tipos de situaciones, conflictos sociales, realidades u otras condiciones poco satisfactorias. Por este motivo, dichas comedias tienen la capacidad de aportar una gran carga de *soft power* a la hora de mostrar una realidad concreta para poder ser exportada internacionalmente como producto cultural. Esto puede tener distintos tipos de intencionalidades de carácter político, ya sea la voluntad de exportar un determinado estilo de vida o blanquearlo para que tenga una apariencia más atractiva hacia el exterior, aunque también hacia la población autóctona. Por otra parte, las comedias románticas también han tenido la capacidad de describir una determinada realidad o situación cotidiana de forma amena gracias al humor.

La serie *Seinfeld* representa un ejemplo de ello dado que retrata la vida de un joven soltero y profesional en la Nueva York de los años noventa, haciendo que el modelo relacional de los protagonistas fuera normalizado de cara al gran público, más acostumbrado al modelo relacional establecido durante el siglo XX en la sociedad estadounidense, que tendía al matrimonio y a la vida familiar, como por ejemplo la serie *Married...with Children*, más representativa de dicho modelo. Pero las comedias románticas tienen la capacidad de aportar una gran carga de poder suave, incluso con más potencia que otros géneros cinematográficos de mayor popularidad dado que el humor es el punto neurálgico de este tipo de cine.

En el caso de la serie *High Fidelity*, nos encontramos una romantización de la vida neoyorquina por parte de otra chica joven y profesional, que exporta una imagen idílica del barrio de Brooklyn. La serie obvia cualquier tipo de situación incómoda como podrían ser problemas relacionados como la criminalidad, centrándose exclusivamente en aspectos que giran en torno con el ocio, la vida nocturna, y las relaciones sexoafectivas o de amistad. El retrato que hace la serie, sumado a la romantización de la vida de su protagonista, crea un producto cultural que se vuelve atractivo a la hora de ser exportado a una sociedad receptora que intentará copiar distintos aspectos de dicha serie, aunque su estilo de vida y sus condiciones materiales sean totalmente opuestas a la que se muestra en la pantalla.

Por otra parte, la llegada de las aplicaciones de citas ha modificado el concepto de la comedia romántica en cuanto a que la realidad sexoafectiva, relacional y amorosa ha cambiado drásticamente desde su aparición y auge. Dado que cada vez el uso de las *dating apps* está cada vez más normalizado en las sociedades europeas y estadounidense, el montante de series o filmaciones retratando la cotidianidad de su uso, así como las experiencias de citas son cada vez más frecuentes. Sin embargo, también existen los productos culturales que han sido críticos con estas aplicaciones

y el estilo de relaciones sexoafectivas derivadas de su uso, como es el caso de *Black Mirror*. No obstante, la evolución de las *dating apps* ha sido tremendamente cambiante desde su salida al mercado y su auge en la década de 2010, pasando por distintas aplicaciones nuevas que pretendían sustituir a la anterior en cuanto a popularidad, pero estando cada vez más presentes en todos los rangos generacionales. De esta manera, queda ver como retratarán la relación entre estas aplicaciones y las relaciones de pareja en décadas futuras del siglo XX, viendo así cuan amalgamadas están con la búsqueda de vínculos sexoafectivos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Armstrong, Jennifer Keishin (2016). *Seinfeldia: how a show about nothing changed everything*. New York: Simon and Schuster.

Bauman, Zygmund (2005). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

Blanco-Ruiz, Marian (2022). "Relaciones amorosas mediadas por los algoritmos. El uso de las redes sociales y dating apps entre adolescentes." *Atlánticas. Revista Internacional de Estudios Feministas*, vol 7, nº1, pp. 12-30.

Brooks, Karen (2003). "Nothing sells like teen spirit: the commodification of youthculture", en Malan, Kerry y Pearce, Sharyn (eds.), *Youth cultures*, London: Praeger Publishers, pp. 1- 16.

Corallo, Laura (2024): "Top movies genres in the US & Canada 1995- 2023, by total box office revenue", *Statista*, 19 de febrero:

<https://www.statista.com/statistics/188658/movie-genres-in-north-america-by-box-office-revenue-since-1995/> [Consultado el 5 de octubre de 2024].

Fouce, Héctor (2004). "El punk en el ojo del huracán. De la nueva ola a la movida" *Revista de estudios de juventud*, nº 64, pp. 57- 65.

Grindon, Leger (2011). *The Hollywood romantic comedy: Conventions, history, controversies*, Chichester: Jhon Wiley & Sons.

Gunster, Shane (2005). "All about nothing: Difference, Affect and Seinfeld" *Television & New Media*, Vol 6, nº 2, pp. 200-223.

Illescas Martínez, Jon Emanuel. "El contenido del videoclip dominante como reproductor cultural e ideológico" *Revista Mediterránea de comunicación*, vol 8, nº2, pp. 85- 104.

McDonald, Tamar Jeffers (2007). *Romantic Comedy: Boy Meets Girl Meets Genre*, New York: Columbia University Press.

- Nye, Joseph (2004). *Soft Power, The means to success in world politics*, New York: Public Affairs.
- Padilla Castillo, Graciela, y Paula Requeijo Rey (2010). "La sitcom o comedia de situación: orígenes, evolución y nuevas prácticas." *Fonseca, Journal of Communication*, nº 1, pp. 188-218.
- Rey-Gayoso, Raúl y Reboledo, Carlos Diz (2021). "Música trap en España: Estéticas juveniles en tiempos de crisis." *AIBR: Revista de Antropología Iberoamericana*, vol 16, nº 3, pp. 583-607.
- Ruiz, Ana et al. (2023). "Números uno en España desde 1980 hasta la actualidad", *El Confidencial*, 21 de noviembre: [https://www.elconfidencial.com/cultura/2023-11-21/numeros-uno-espana-desde-1980-hasta-actualidad\\_3774320/](https://www.elconfidencial.com/cultura/2023-11-21/numeros-uno-espana-desde-1980-hasta-actualidad_3774320/)  
[Consultado el 10 de octubre de 2024]
- Todd, Erica (2013). *Passionate love and popular cinema: Romance and film genre*, London: Palgrave McMillan.
- Wattanabe, Yasushi y McConell, David L (2008). *Soft Power Superpowers*, Armonk, New York: M.E.Sharpe.