

REALISMO Y COMEDIA. ANÁLISIS DE PERSONAJES DE LA TELECOMEDIA ESPAÑOLA CONTEMPORÁNEA.

Ángel Carrasco Campos¹

Resumen

El presente escrito tiene como objetivo un análisis de personajes de la telecomedia española contemporánea, vinculado a la tradición crítica de investigación comunicativa, con el fin de estudiar cuáles son los elementos discursivos que configuran su carácter cómico. Para ello, se ha procedido al visionado crítico de una muestra representativa del objeto de estudio, cuyos principales resultados quedan aquí recogidos. A partir de ellos, y tomando como eje una selección bibliográfica y conceptual específica, se ha llevado a cabo un desarrollo teórico que nos permite identificar el carácter pseudo realista de la telecomedia española contemporánea como principal recurso para la comicidad de sus personajes.

Palabras clave

Ficción, realismo, estereotipo, caricatura, imitación, comedia

Abstract

This essay takes as aim an analysis of the Spanish contemporary comedy series' characters, linked to the critical tradition of media studies, in order to study the discursive elements that configure their comical profile. For that purpose, we have proceeded to a critical view of a representative sample of the object of study, which principal results are here exposed. From them, and taking as axis a specific bibliographical and conceptual selection, we have developed a theoretical dissertation that allows to identify the pseudo realistic nature of the Spanish contemporary comedy series as principal resource for the comical profile of their characters.

Keywords

Fiction, realism, stereotype, caricature, imitation, comedy

1. Justificación de la propuesta.

Tradicionalmente, las corrientes de investigación comprensivo-crítica más sólidas del fenómeno televisivo en general permanecen vinculadas a los Estudios Culturales (*Cultural Studies*), en los que podemos encuadrar distintos clásicos y paradigmáticos ejemplos tales como *The 'Nationwide' Audience* (Morley, 1980), *Watching Dallas* (Ang, 1985) o *Family television* (Morley, 1986). Como rasgo común a todos ellos podemos reconocer una pretensión de estudio cualitativo orientado hacia la comprensión de los procesos de recepción de los discursos televisivos, tomando como referencia el modelo de negociación de significados expuesto por Stuart Hall (1980).

Esta misma propuesta culturalista también podemos encontrarla en ciertas investigaciones desarrolladas en Latinoamérica² que, desde puntos de vista paralelos a los de los *Cultural Studies* (Escoteguy, 2001), han desarrollado tantos aparatajes conceptuales afines (especialmente destacables las nociones de «mediación» [Martín-Barbero, 1987a] y, sobre todo, la de «televidencia», entendida como mediación televisiva [Orozco, 2001]) como estudios empírico-teóricos de la programación televisiva (especialmente de un producto televisivo consolidado como la telenovela), tales como *La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana* (Martín-Barbero, 1987b), *Los estudios sobre comunicación y consumo* (García Canclini, 1994), *Los ejercicios del ver* (Martín-Barbero, 1999), o *Historias de la televisión en América Latina* (Orozco, 2002), entre otros ejemplos.

El presente análisis de los personajes de la telecomedia española contemporánea queda inserto en esta tradición crítica de investigación sobre la televisión. Sin embargo, aun reconociéndola como contexto e ineludible referente, nuestra propuesta difiere especialmente al quedar definida como una investigación empírica que permanece en el lado de lo emitido, descartando explícitamente una analítica de usos y consumos. Para ello, centrando los objetivos en investigar las representaciones de la sociedad urbana actual, fijaremos nuestra atención en sus mecanismos miméticos, prestando una especial atención al fenómeno que vertebrará nuestro análisis: las relaciones entre comedia, ficción y realidad en la construcción de los personajes de la telecomedia española contemporánea.

Manteniéndonos siempre dentro de los márgenes de las corrientes críticas de investigación, dicho estudio será desarrollado a partir de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt. La justificación de esta decisión radica en proponer una invitación de retorno hacia el canon fundacional del ámbito teórico escogido, con el fin de que nuestra investigación se lleve a cabo desde la solidez que permite su carácter fundamental.

Considerando lo dicho, nuestro estudio toma como contexto conceptual inmediato las consideraciones generales sobre la industria cultural de Theodor W. Adorno y Max Horkheimer en *Dialéctica de la Ilustración* ([1944] 1994) y de Adorno en *Culture industry reconsidered* ([1963] 1975). Sin embargo, para adentrarnos en el problema central de las relaciones entre ficción y realidad en la configuración de los personajes de la telecomedia española contemporánea apelaremos a un concepto ciertamente desconocido de Adorno: el concepto de «pseudo realismo», desarrollado en *How to look a televisión* (Adorno, 1954) como un especial modo de representación del imaginario colectivo realista a partir de un proceso de mistificación de la realidad.

No obstante, en nuestro intento de comprender en profundidad los mecanismos de la comedia por imitación, nuestras referencias teóricas se verán puntualmente ampliadas acudiendo a una de las grandes figuras de la historia del pensamiento como es Aristóteles, a través del rescate de su *Poética*. Siendo plenamente conscientes de lo inusual de referencias a los clásicos de la filosofía en los estudios de fenómenos comunicativos, su presencia quedará aquí justificada por defender que su definición de los procesos miméticos de la comedia nos servirán como complemento en la comprensión de los mecanismos de imitación pseudo realista característicos de la telecomedia española contemporánea.

2. Objetivos perseguidos y metodología desarrollada.

1.1. Objetivos.

A partir de la propuesta teórica mencionada, el presente estudio tiene como principal objetivo un análisis de los personajes de la telecomedia española contemporánea, con vistas a estudiar el carácter pseudo realista de dichos personajes, así como la relación existente entre ese especial realismo y el perfil cómico perseguido. Asimismo, un

segundo objetivo consiste en un análisis (de carácter puramente teórico) de los elementos discursivos que hacen posible la comedia por imitación. De tal modo, la relación de objetivos perseguidos puede ser expuesta del siguiente modo:

1. Análisis de los personajes de la telecomedia española contemporánea.
 - 1.1. Relaciones entre ficción y realidad: ¿en qué medida son realistas los personajes de la telecomedia española contemporánea?
 - 1.2. Relaciones entre comedia y realismo: ¿en qué medida el carácter realista (o pseudo realista) influye en el perfil cómico de los personajes de la telecomedia española contemporánea?
2. Análisis teórico de la comedia por imitación: elementos teóricos de la comedia por imitación.

1.2. Metodología.

El presente escrito consiste en la exposición de los resultados y conclusiones obtenidas a lo largo de un proceso investigador en el que se han combinado 1) un profundo análisis empírico de una muestra lo suficientemente representativa de la telecomedia española contemporánea, con 2) un exhaustivo estudio teórico de las relaciones entre ficción y realidad, así como de los procesos de comedia por imitación. De tal modo, la metodología empleada no reviste gran complicación, más allá de la propia necesidad de convocar estos dos distintos momentos.

1. Análisis empírico: seleccionada una muestra representativa de la telecomedia española contemporánea, se procedió a su visionado y análisis crítico de discurso (van Dijk, 2003) prestando atención a las características de los personajes protagonistas adultos en edad laboral. El objetivo de este momento empírico de análisis fue el de poder analizar los recursos discursivo-creativos básicos empleados en su recreación y caracterización, detectando como elementos recurrentes el uso del estereotipo y la caricatura.

2. Estudio teórico: a partir de los datos y resultados del proceso empírico de la investigación, se llevó a cabo un estudio consistente en el desarrollo de las conclusiones obtenidas. Para ello resultó necesario generar una relación bibliográfica y un mapa conceptual específico, los cuales serán expuestos más adelante.

2. Propuesta de análisis de caso.

2.1. La muestra de análisis: presentación y justificación de su elección.

Como ya se ha anticipado, la investigación que sirve de fundamento al presente escrito consiste en un análisis crítico del discurso de la telecomedia española contemporánea, tomando como objeto de estudio a sus personajes adultos. Para ello se decidió, en primera instancia, recurrir a las producciones emitidas de forma inédita en la franja horaria de *prime time*.

2.1.1. ¿Por qué la telecomedia?

Considerando la doble función tradicionalmente atribuida a la televisión como herramienta tanto para la información como para el entretenimiento, la telecomedia debe considerarse como un género televisivo destinado principalmente al entretenimiento de las audiencias. Además, se trata de un entretenimiento procurado principalmente, aunque no exclusivamente, a través de la comedia, forma generalmente marginada en las investigaciones de carácter académico³.

2.1.2. ¿Por qué española?

La decisión de que el objeto de estudio escogido fuera telecomedia de producción española se justifica en dos razones fundamentales:

- a. Su gran seguimiento y difusión. Desde los orígenes mismos de la televisión en España, la telecomedia se ha convertido en uno de los géneros más explotados y recorridos, tanto por las televisiones comerciales como por las de carácter público. Sus índices de seguimiento y de audiencia siempre han sido lo suficientemente elevados como para seguir insistiendo en este tipo de producciones sin necesidad de grandes innovaciones formales, e incluso

manteniendo intactas muchas de sus principales y más esenciales características.

- b. Su utilidad como herramienta para el estudio de la idiosincrasia española. Al tratarse de un producto televisivo con contenidos típicamente españoles, a través de ella podría ser posible procurar un acercamiento alternativo a la realidad de nuestra sociedad.

2.1.3. ¿Por qué el *prime time*?

La presencia en España de la telecomedia en la franja de *prime time* (horario prioritario de emisión, correspondiente en España a la franja horaria de 22 a 24h) es un fenómeno relativamente moderno, vinculado de manera directa a la eclosión de las cadenas privadas de ámbito generalista. Con el fin de comprender la importancia de este horario en la parrilla televisiva, así como de argumentar el valor de la presencia en ella de programas seriados con vocación cómica, proponemos la siguiente triple caracterización del *prime time*.

- a. *Prime time* como horario prioritario. El *prime time* corresponde con la franja horaria en la que los espectadores están en sus hogares, habiendo finalizado no solo su jornada laboral sino también sus quehaceres domésticos, por lo que tal franja se sitúa siempre, y en todas las industrias televisivas, en la noche. De tal modo, en tanto que horario televisivo en el cual se concentra la mayor cantidad de público ante la televisión, el *prime time* es considerado como el horario prioritario para la industria televisiva.
- b. *Prime time* como horario destinado al entretenimiento. Al definir el *prime time* como la franja horaria en la que los potenciales espectadores han realizado sus obligaciones laborales y domésticas, tal espacio puede ser destinado por completo a la búsqueda de entretenimiento.
- c. *Prime time* como horario comercial. En tanto que horario que aglutina al mayor número de espectadores de toda la parrilla, el *prime time* representa la franja horaria en la que mayores beneficios económicos directos pueden obtener las cadenas a través de ingresos por publicidad.

2.1.4. La muestra de análisis.

Con el fin de buscar una muestra lo suficientemente representativa de la telecomedia española actual, objeto de estudio de nuestra investigación, se tomó la decisión de acudir a los capítulos retransmitidos, de forma inédita y en *prime time* a lo largo del año 2006, de las principales telecomedias españolas.

Dicho año fue escogido *ad hoc*, por su carácter excepcional dentro de la telecomedia española contemporánea: fue el último año en el que rivalizaron dos de las más exitosas producciones españolas de telecomedia (*Aquí no hay quien viva* en Antena 3 y *Los Serrano* en Telecinco, entre las que existió una fuerte pugna comercial, llegando a acontecer entre ellas incluso diversas estrategias de programación y contraprogramación⁴), coincidiendo asimismo con el inicio de la consolidación de dos de las producciones más relevantes: *Aída* y *Los hombres de Paco*. Con ello, 2006 pone de manifiesto un importante cambio de ciclo en la telecomedia española contemporánea, hasta entonces marcado por la hegemonía de la exitosa *7 vidas* (cuyas emisiones finalizaban precisamente ese mismo año).

Además de por el anteriormente mencionado criterio de emisión en el año 2006, para la elección de la muestra de análisis fueron asimismo considerados los siguientes tres factores:

- a. Contar con indiscutibles éxitos de audiencia. Como referencia, se estableció la barrera de los 3.000.000 de espectadores de audiencia real, o de un 20% de cuota de pantalla (*share*).
- b. Ser emitidas en horario prioritario (*prime time*).
- c. Poder ser consideradas como una telecomedia, es decir, que se tratasen de series televisivas de ficción destinadas al entretenimiento de las audiencias a través, principalmente aunque no exclusivamente, del humor (Carrasco, 2010).

Con ello, finalmente se escogieron para su estudio las siguientes ficciones:

- a. *Aída*: tercera temporada.
- b. *Aquí no hay quien viva*: sexta y última temporada.
- c. *Los hombres de Paco*: segunda temporada.
- d. *Los Serrano*: cuarta temporada.

Considerando la eventualidad de que no todos los posibles lectores conozcan las series analizadas, a pesar de las limitaciones propias de un escrito de estas características, procuraremos llevar a cabo una breve aproximación de cada una de ellas.

Aída. El argumento de esta serie consiste en la narración de las relaciones personales, problemas laborales y asuntos cotidianos de la gente y familias de un barrio urbano de clase media-baja. Se caracteriza por un humor ácido y mordaz, a través del cual se nos muestra en clave de comedia el lado más amargo de la vida y sociedad típicamente urbana.

Aquí no hay quien viva. El concepto de esta serie puede ser definido como el relato de las tensas relaciones de un heterogéneo grupo de vecinos de un céntrico edificio de la gran ciudad, tomando como temas centrales las relaciones de pareja y familiares de algunos vecinos, así como los conflictos, tensiones e incomunicaciones ocasionadas por la convivencia, empleando para ello un humor visual, rápido y fácil inspirado en el estilo del cómic.

Los hombres de Paco. El concepto de esta serie consiste en la narración en clave de humor negro de las vivencias personales y profesionales de un grupo de policías de barrio de una gran ciudad. Los elementos cómicos más empleados por esta serie son el humor negro y el sarcasmo, a través de los cuales se nos relatan graves torpezas policiales en tono cómico.

Los Serrano. La serie toma como argumento los continuos problemas de convivencia y tensiones sexuales que generará una familia numerosa de hijos de distinto sexo, distintos padres y distintas costumbres, pero de la misma edad. Entre los principales

hilos argumentales destacan los problemas matrimoniales de los personajes adultos (destacando la diferente perspectiva que los varones y las mujeres despliegan ante una misma situación), así como los conflictos en las relaciones de pareja los personajes jóvenes, y su repercusión en el ámbito familia y en el círculo de amigos. El concepto de la serie puede definirse así como la combinación de la guerra de sexos y del conflicto generacional dentro de una gran familia de un barrio residencial de una gran ciudad, en la que el humor de enredo es predominante

2.2. Resultados del proceso investigador.

2.2.1. *Aída*.

Considerando el propio concepto de la serie, sus personajes pueden ser considerados como una galería de caricaturas de personalidades estereotípicas (bien definidas y reconocibles por todos los públicos), propias de la imagen establecida y anclada en el imaginario de las audiencias del contexto social en el que se sitúa la acción. Es por ello por lo que debe afirmarse que el estereotipo y la caricatura se presentan como los recursos básicos empleados:

- a. Estereotipo. Todos los personajes principales de *Aída* pueden ser analizados como estereotipos reconocibles de diferentes personalidades presentes en las clases medias-bajas del contexto urbano español. Por ello debe señalarse que tales estereotipos no pretenden representar al conjunto global de la sociedad, sino que toman como modelo la imagen arquetípica y consolidada de algunos caracteres atípicos del contexto urbano. Asimismo, debe también considerarse que tales personajes pueden ser considerados como estereotipos aceptados y aceptables de esa realidad atípica, en tanto que no pretenden generar conflicto, controversia o debate sino, simplemente, representar un recurso más para la comedia.
- b. Caricatura. A pesar de que los personajes de *Aída* correspondan con estereotipos socialmente aceptados de realidades atípicas, tales estereotipos son representados de forma caricaturesca y exagerada como estrategia para la comedia, acentuando aquellos rasgos, físicos y psicológicos, que

posibilitan, más allá de la risa, un fácil reconocimiento de la realidad representada.

Con el fin de justificar estas afirmaciones, llevaremos a cabo un breve análisis de los personajes protagonistas estudiados (adultos en edad laboral).

Aída

Estereotipo de madre sufrida, ama de casa, trabajadora y desgraciada en el ámbito personal (ex-alcohólica y divorciada), abocada a conciliar trabajo y hogar para sacar adelante ella sola a su familia. Sin embargo, todo ello contrasta con su propensión a gastar bromas, su ternura y su omnipresente sonrisa.

Luisma

Estereotipo de vividor, vago e inútil que por su carisma y simpatía consigue ganarse los favores de familia y amigos. Asimismo representa el típico de hombre de pocas luces, siempre engañado y fácilmente manipulable.

Paz

Estereotipo de mujer moderna, femenina, atractiva y sensible que hace frente con optimismo y sentido del humor a la dureza de su vida y de su trabajo como prostituta.

Chema

Estereotipo de hombre culto pero pobre de espíritu que se ve condenado a ser un incomprendido tendero de barrio. En lo personal, representa el tópico de hombre blando, sensible y confiado que es constantemente pasado por alto.

Mauricio

Estereotipo de ignorante nuevo rico que, por su fortuna, se piensa superior al resto de amigos y vecinos. Dueño del bar del barrio, como empresario tiende a interpretar su constante explotación y desprecio a sus trabajadores como muestra de su generosidad, a modo de favores personales.

Machu Picchu

Estereotipo de inmigrante latinoamericano explotado y constantemente sacrificado por mantener un miserable puesto de trabajo. Esta disposición es siempre exagerada a través de su incondicional sumisión y lealtad a Mauricio, su jefe (a quien llama, a pesar de su evidente incultura, «Licenciado» como muestra de su superioridad).

2.2.2. Aquí no hay quien viva.

Según el propio concepto de la serie, sus personajes deben ser concebidos como una representación de personalidades heterogéneas en permanente conflicto. La caricatura es empleada como principal recurso para el contraste de cada una de las personalidades, recurriendo a la exageración de los rasgos característicos y fundamentales de diversos estereotipos.

- a. Estereotipo. Los personajes de *Aquí no hay quien viva* conforman un catálogo de estereotipos de la sociedad urbana española, en forma de tópicos y clichés aceptados y aceptables, recurriendo a personajes de diferentes edades, niveles económicos o culturales, gustos, etc. El resultado es el de una representación microcósmica de diferentes estratos de la sociedad urbana española, obligados a convivir dentro de una misma comunidad vecinal, siendo inevitable el choque de contextos y la tensión.
- b. Caricatura. Con la intención de comedia, la representación estereotipada de la sociedad urbana es llevada a cabo mediante la caricatura, acentuando los elementos más característicos de los personajes.

Con el fin de ilustrar estas dos características generales, llevaremos a cabo una descripción de los personajes, agrupados según ciertos grupos identificados durante el proceso de visionado.

Familias tradicionales

En *Aquí no hay quien viva* intervienen dos familias formadas por los roles tradicionales: una figura paterna, una figura materna e hijos. No obstante, este carácter tradicional se sitúa en un plano puramente formal, en tanto que cada una de las familias evidencia una

serie de peculiaridades que, no obstante, son habituales en la familia actual (la presencia de un padre no biológico, o la inclusión de hijos adultos y familia política).

Jóvenes parejas

En *Aquí no hay quien viva* puede identificarse dos jóvenes parejas consolidadas, todas ellas gay (una de hombres, otra de mujeres). A pesar de lo aparentemente atípico de este hecho, tal representación sirve como consolidación del estereotipo de la pareja homosexual estable (que llega incluso a casarse y a tener hijos), asimilando así las características propias de la familia tradicional. Este reduccionismo queda reforzado a través de una marcada polarización de los polos “masculino” y “femenino” de cada una de las parejas⁵.

Jóvenes solteros

En *Aquí no hay quien viva* queda también representado un grupo de jóvenes solteros que se relacionan socialmente (y, puntualmente, también sexual y sentimentalmente) entre ellos. Se trata de jóvenes trabajadores con escasos recursos económicos que padecen los tradicionales problemas de dinero y, sobre todo, de amor.

Adultos solteros

Se trata de un grupo dispar de adultos divorciados, en el que quedan incluidos personajes como Rafael, un adinerado maduro divorciado, María Jesús, una mujer divorciada que sigue desempeñando sus tradicionales tareas de madre y ama de casa, y Mariano, un divorciado vividor, galán y coqueto, al que su hijo Emilio (joven soltero, portero de la finca) se ve obligado a cuidar y vigilar.

2.2.3. Los hombres de Paco.

La representación de los personajes de esta serie queda también estructurada a través del estereotipo y la caricatura, aunque en este con cierto nivel de complejidad en tanto que, a la hora de representar el oficio de policía, se toma como referente una idealización de la realidad de tal profesión, a modo de tópico socialmente establecido, en lugar de la realidad de dicha profesión (realidad que las audiencias conocen en su mayoría sólo de manera tangencial y parcial).

- a. Estereotipo. Los personajes de esta serie representan estereotipos de escasa complejidad de la profesión de policía. Sin embargo, según adelantábamos, el modelo seguido no es la propia realidad de dicha profesión, sino una imagen proyectada socialmente y accesible a las audiencias, presente, implícita o explícitamente, en el imaginario colectivo de las audiencias. Así, los personajes de *Los hombres de Paco* recogen los diferentes estereotipos de la imagen del policía típicamente español: un policía torpe y chapuza, pero valiente y decidido.
- b. Caricatura. Los estereotipos presentados en *Los hombres de Paco* deben ser considerados como caricaturas extremas de la imagen popular, muy probablemente ficticia, de la policía española.

Expuestas las características básicas de los personajes de *Los hombres de Paco*, analizaremos uno por uno los personajes protagonistas, atendiendo no sólo a su imagen profesional sino también a la personal y familiar.

Paco

Padre de familia y jefe de una unidad de policías, encarna el tópico de hombre torpe e influenciabile, cuyo carisma y liderazgo se fundamenta en sus cualidades morales (un temperamento valiente, profesional y decidido), en lugar de sus nulas cualidades. En el ámbito familiar representa el modelo de marido machista pero condescendiente y padre cariñoso y sobreprotector.

Lucas

Profesionalmente, representa el popular estereotipo de “poli malo”, siempre decidido a la acción. De acuerdo con esta actitud, a nivel personal se representa la imagen de hombre atractivo, varonil, duro y frío, pero de fondo sensible, romántico y apasionado.

Mariano

Profesionalmente encarna la imagen de policía blando e incapaz de tomar decisiones. En lo personal, manifiesta las cualidades propias de hombre cariñoso, sensible e inseguro.

Don Lorenzo

Comisario maduro, personifica el estereotipo de policía experimentado, exigente y perfeccionista. Es además el suegro de Paco, a quien vigila de cerca, tanto en lo personal como en lo profesional.

Gonzalo

Joven policía que hace acopio de las virtudes de eficacia, profesionalidad y responsabilidad, representando la antítesis de Lucas.

Silvia

Miembro de la policía científica, representa el estereotipo de mujer exitosa gracias a su capacidad, esfuerzo, trabajo e inteligencia.

Lola

Esposa de Paco e hija de Don Lorenzo, representa el estereotipo de ama de casa fuerte y dominante. Su trabajo como dueña del bar de las serie representa una prolongación de su casa.

Los hombres de Paco

Grupo de policías a las órdenes de Paco que encarnan el estereotipo de jóvenes trabajadores, encargados de llevar a cabo el trabajo duro y desagradecido.

2.2.4. Los Serrano.

Considerando la guerra de sexos y el conflicto generacional como ejes de *Los Serrano*, sus personajes se articulan en torno a una doble segmentación según edad y sexo. Con el fin de focalizar las diferencias entre los personajes, la estrategia fundamental adoptada es la del estereotipo y la caricatura de lo típicamente masculino y femenino.

- a. Estereotipo. Partiendo de la radical distinción, entre hombres y mujeres, el principal recurso para la configuración de personajes en tono de comedia es el estereotipo de caracteres tradicionalmente considerados como típicamente masculinos y femeninos. El resultado obtenido es una construcción de

personajes que reúnen rasgos tópicos y elementos socialmente aceptados de lo comúnmente asociado a lo masculino y lo femenino.

- b. Caricatura. La radical distinción de hombres y mujeres encuentra fuerte apoyo en la exageración de los rasgos más característicos, acentuando tal artificiosa demarcación.

Con el fin de ilustrar estas dos características, realizaremos una breve descripción de sus personajes adultos, partiendo de la mencionada distinción entre hombres y mujeres.

Hombres adultos

Representan la caricatura del típico hombre castellano cuyo machismo generacional, tradicionalismo y rígidas costumbres choca de manera manifiesta en su relación con sus mujeres y con sus hijos. Como excepción a estos personajes varones tenemos la figura de Fermín, homosexual de mediana edad con estudios universitarios (trabaja como psicólogo en la escuela donde son profesoras las mujeres de la serie –dato nada desdeñable), con una mentalidad abierta y comprensiva a quien acuden los hombres protagonistas en busca de guía y referente ante situaciones dilemáticas. En cierto modo, el personaje de Diego Serrano (padre de la familia protagonista de la serie) añade cierto nivel de complejidad a este estereotipo caricaturesco de lo típicamente masculino: consciente de sus carencias, está permanentemente decidido a mejorar para estar a la altura de su mujer, procurando moderar su carácter. Ésta tensa y no resuelta conflictividad entre lo tradicional y lo moderno es una de las más importantes fuentes de humor.

Mujeres adultas

Se trata de personajes complejos, con mayores inquietudes, preocupaciones, sensibilidad y disposición al diálogo y a las muestras de afecto que los hombres. No obstante, no reflejan el estereotipo de mujer y ama de casa, correlato del modelo seguido por sus maridos, sino que representan al tópico de mujer moderna en proceso de liberación, pero obligada todavía a convivir el anacronismo de sus maridos y, por tanto, a conciliar sus roles domésticos tradicionales con sus intereses personales y profesionales, lidiando pacientemente con la incompreensión de sus maridos.

2.2.5. Conclusiones generales.

Expuestas y contrastadas las observaciones recogidas del proceso de visionado de las cuatro ficciones que conforman la muestra de análisis, puede establecerse como conclusión general que la telecomedia española se vale de personajes estereotípicos, cuyas características básicas quedan definidas caricaturescamente según modelos paradigmáticos y ampliamente reconocibles.

Dentro del juego del estereotipo, el tópico y el cliché que propone la telecomedia, advertimos asimismo que la caricatura, desarrollada a través de una manifiesta exageración de los rasgos más característicos y reconocibles de los estereotipos propuestos, sirve como recurso básico para la dotación del perfil cómico del personaje.

En tanto que el estereotipo y la caricatura deben ser definidas como una forma posible de imitación no realista de la realidad (aspectos en el que incidiremos más adelante), debe afirmarse en relación al modelo imitado que la elaboración de los personajes (estereotípicos y caricaturescos) considera siempre como referencia una realidad instalada en el imaginario popular colectivo de las audiencias, eludiendo una imitación de aquellos rasgos conflictivos y manifiestamente susceptibles de debate y controversia, optándose en su lugar por tomar como referencia la idea generalizada, comúnmente aceptada y políticamente correcta de la realidad que se pretende imitar.

Considerando las tres afirmaciones precedentes, podemos enumerar las siguientes tres observaciones generales relativas a los personajes de la telecomedia española contemporánea:

1. Son personajes estereotípicos: representan ciertos estereotipos, tópicos y clichés de la realidad urbana española.
2. Son personajes caricaturescos: exageran de forma abierta y manifiesta aquellos rasgos más característicos, reconocibles y diferenciables del estereotipo imitado.
3. Son representaciones del imaginario colectivo popular: en tanto que imitación estereotípica y caricaturesca, eluden tomar como referente aquellos

rasgos conflictivos y problemáticos de la realidad, acudiendo en su lugar a los lugares políticamente correctos y comúnmente aceptados y aceptables (implícita y explícitamente) de la realidad.

3. Desarrollo teórico: a modo de conclusión.

En este último bloque de nuestro escrito nos proponemos, tal y como se adelantaba en la introducción, un desarrollo teórico que nos lleve a considerar las relaciones entre comedia, ficción y realidad que propone la telecomedia española contemporánea, así como las propias condiciones de la comedia por imitación. Considerando la naturaleza eminentemente teórica de este último bloque, el desarrollo que llevaremos a cabo en las siguientes líneas puede considerarse como una exposición de las conclusiones del proceso investigador llevado a cabo.

3. 1. Comedia, ficción, realidad: realismo y pseudo realismo.

Considerando, tal y como sostiene nuestro análisis de caso, el estereotipo y la caricatura como principales recursos discursivos y creativos de la telecomedia española contemporánea para la configuración de sus personajes, y teniendo en cuenta que el estereotipo y la caricatura son, ante todo, una peculiar forma de recreación de la realidad en la que la realidad imitada es bien simplificada, bien deformada⁶, es preciso analizar en profundidad en qué sentido la telecomedia, aun partiendo de la propia realidad como horizonte creativo, se manifiesta como una imagen distorsionada de la realidad.

Centrándonos en primera instancia en el estereotipo, ya habíamos advertido cómo la telecomedia española optaba por él como recurso para que en un mismo personaje estuviesen recogidos todos los rasgos identificativos del segmento o región social que quería representar. Para ello se acudía a la acentuación de imperfecciones, defectos, hábitos, formas de relacionarse e incluso aspectos físicos. Como resultado, se obtenía la representación no tanto de la realidad sino, en un notable ejercicio de simplificación, de una realidad poco conflictiva y políticamente correcta instalada en el imaginario colectivo de los espectadores. Debe entonces reconocerse que, a pesar de que en la telecomedia española la realidad misma se establezca como amplio horizonte mimético y representativo, dicho margen resulta notablemente rebasado, en aras de ofrecer una condensación simbólica y discursiva, la cual actúa de forma directa como primer momento de distorsión del realismo.

Por otra parte, considerando a la caricatura como segundo momento de distorsión, debe señalarse que, si bien la recreación de los personajes parte, como decíamos, de la propia realidad, la deformación caricaturesca de sus rasgos (exageración de los vicios, defectos y rasgos arquetípicos, ya estereotipados, con intención de ridículo y broma), fuerza un segundo momento de perversión, dando lugar a personajes que pretenden resultar cómicos y risibles. De tal modo, los rasgos realistas que ya habían sido previamente distorsionados a través del estereotipo, sufren de nuevo una segunda torsión en la que los tópicos y clichés son manipulados con la intención de que, a ojos de las audiencias, puedan resultar cómicos y risibles.

La telecomedia española contemporánea plantea así una fuerte tensión entre realismo y ficción puesto que, si bien es cierto que la realidad es punto de partida e inspiración, cierto es también, según hemos advertido, que tal realismo sufre, a través de los mecanismos propios del estereotipo y la caricatura, una serie de distorsiones, las cuales nos permiten hablar, tal y como formalmente se hace, de la telecomedia como género de ficción (considerando en este sentido que no existe en ella una voluntad de reflejo documental de la realidad, sino una intencionalidad eminentemente cómica, destinada al entretenimiento de las audiencias).

Con el fin de profundizar en tal tensión dilemática, acudiremos en primera instancia al concepto de «pseudo realismo» (*fake realism, pseudo realism*), tal y como aparece en el texto de R. W. Adorno “How to look at television” (Adorno, 1954), pudiendo identificar con él la estrategia discursivo-creativa de la telecomedia española contemporánea como un modo de comprender el imaginario colectivo realista a partir de un proceso de mistificación de la realidad cotidiana. En este sentido, el estereotipo y la caricatura adquieren, como veíamos, un lugar manifiestamente protagonista:

- Por una parte, en el lado del estereotipo, la característica básica consistiría en la fijación de modelos sociales escasamente problemáticos y políticamente correctos así como su propuesta de economía de recursos discursivos, argumentales y estilísticos a través de la condensación en escasos personajes de todo el amplio espectro de los diferentes caracteres integrados en el seno de la sociedad actual.

- Por otra parte, en el lado de la caricatura, la exageración de aquellos elementos, características y situaciones, ya aisladas y focalizadas a través del estereotipo, se convierte en una mirada con lupa a parcelas de lo real ya definidas como familiares y reconocibles, sirviendo así la matriz cómica de refuerzo de la petrificación del cliché, a modo de potenciador de las propias características del estereotipo antes aludidas.

En este sentido, debemos también aludir al concepto de «nuevo realismo» o «neorrealismo» acuñado por Mario García de Castro, quien afirma lo siguiente:

“Este realismo moral que percibimos tiene su base en el hecho de que sus historias estén impregnadas de los nuevos valores morales o sociales de la modernidad, lo que constituirá a su vez una narrativa conservadora y de consenso, que expresa el punto de vista de la comunidad, o de lo políticamente correcto” (García de castro, 2003).

De tal modo, la doble articulación estereotipo-caricatura que opera en la telecomedia española, lejos de manifestar una distorsión de la realidad a modo de deformación surrealista o figurativa que aumente las distancias entre ficción y realidad, redundando en una mistificación hiperrealista de carácter conservadora, en tanto que simplifica, condensa a través de escasos elementos los rasgos y lugares comunes más reconocibles, definitorios y consensuados de la realidad imitada.

3.2. Las caras de lo risible: el modelo de comedia de la telecomedia española actual.

Considerando la combinación de personajes pseudo realistas o neorrealistas con la pretensión de entretenimiento en clave de diversión como marcas distintivas de la telecomedia española contemporáneas, el modelo de humor que propone debe reconocerse, ante todo, como un humor por imitación. En tanto que comedia por imitación, el primer objetivo a determinar es cuál es el objeto imitado en la telecomedia española.

De forma genérica, habíamos establecido ya que dicha imitación se ejecutaba con respecto a personajes de la vida cotidiana, bajo un tratamiento accesible y familiar. No obstante, queda todavía por analizar en qué sentido puede ser dicha imitación de la realidad objeto de la comedia pretendida. Rescatando lo ya dicho, indicaremos que siendo la caricatura el principal recurso cómico de los personajes de la telecomedia

española contemporánea, el carácter risible de dichos personajes se obtiene, ante todo, a través de la exageración de sus características más reconocibles y distintivas, precisando a su vez que son siempre exagerados los elementos más ridículos y defectuosos. Así, los vicios y las imperfecciones conforman los elementos más distintivos y risibles de todos los personajes de la telecomedia.

Destacando entonces el empleo de la mimesis de lo ridículo y lo defectuoso como punto de partida del humor por imitación del que se vale la telecomedia española contemporánea, pero reconociendo asimismo que aquello ridículo y defectuoso que se imita está presente, de un modo u otro (en clave de imitación pseudo realista), en la propia realidad, debemos descifrar cómo es posible que se pretenda la risa a través del retrato de los vicios que están presentes en la propia realidad, en tanto qué modelo imitado. Para comprender esta particularidad, acudiremos a la *Poética* de Aristóteles, quien propuso la siguiente caracterización de la mimesis de la que se vale la comedia.

“La comedia es, como hemos dicho, imitación de hombres inferiores, pero no en toda la extensión del vicio, sino que lo risible es parte de lo feo. Pues lo risible es un defecto y una fealdad que no causa dolor ni ruina (*sine dolore*)” (Aristóteles, 1974: 141-142; 1449a 30-35).

De esta afirmación debemos rescatar específicamente la última parte, en la que se referencia para que la imitación de los vicios y defectos pueda llevarse a cabo en clave de comedia es necesario que ésta se realice “sin dolor ni ruina”. Se trataría, por tanto, de una forma de imitación de la que queda fuera todo pesar, dolor o pena; una forma de imitación que, según Henri Bergson, debe estar dirigida a la “inteligencia pura”, exigiendo de tal modo dejar de lado cualquier tipo de sentimiento de dolor o compasión por lo representado, a modo de “anestesia momentánea del corazón” (Bergson, 1939: 14).

Según lo dicho, para que la imitación de lo real de la que se vale la telecomedia pueda resultar risible, si bien es cierto que debe hacerse cargo de los vicios y defectos que acontecen en la propia realidad, debe hacerlo de tal modo que esa imitación quede fuera de los márgenes del dolor, la piedad, el temor y la compasión (pasiones propias de la tragedia, según el mismo Aristóteles). De tal modo, a pesar de que para que los personajes puedan resultar risibles la imitación de lo real de la que se valen debe tomar

como eje los vicios y defectos de la realidad imitada, se impone como necesarios ciertos niveles de distancia entre las audiencias y los contenidos televisados:

- En primer lugar, una distancia estética derivada de la misma acción mediadora de la pantalla del televisor.
- En segundo lugar, una distancia fáctica, en relación a los propios contenidos, capaz de tomar ciertos elementos (viciosos y defectuosos, según veíamos) de la propia realidad, pero deformando esa realidad, en tanto que modelo, hasta el punto de que, si bien podamos reconocer como realmente existente lo que es representado (en virtud de su similitud material), no podamos llevar a cabo un proceso activo y consciente de identificación directa.

Discursivamente hablando, la pretensión de comedia por imitación propia de la telecomedia española contemporánea se situaría en torno a una delgada línea que separa la posibilidad del reconocimiento de sus personajes como cercanos, accesible y familiares, de la identificación directa y consciente de sus vicios y defectos como parte de nuestra propia realidad e identidad.

En este sentido vuelve a recuperar fuerza el carácter pseudo realista y neorrealista de la telecomedia, en tanto que sólo a través de las aludidas deformaciones y distorsiones de la realidad imitada es posible convocar esa distancia necesaria para que no se produzca la identificación directa de las audiencias con los defectos de los personajes. Puesto que siempre es difícil que podamos reírnos de nuestros propios vicios y defectos, pero es fácil que nos riamos de ellos al verlos en los demás, la doble distancia que propone la telecomedia (distancia estética, en tanto que producto televisivo, y distancia fáctica, en tanto que producto pseudo realista), se desvela como artificio necesario para la comedia por imitación que pretende.

Bibliografía

Adorno, T. W. (1954): "How to look at television", *The Quarterly of Film, Radio and Television*. Vol. 8, nº 3.

Adorno, T. W. (1975). "Culture industry reconsidered", *New German Critique*, nº 6, pp. 12-19.

Adorno, T. W. y Horkheimer, M. ([1944] 1994). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid, Trotta.

Ang, I. (1985). *Watching Dallas*. London: Methuen.

Aristóteles (1974): *Poética*. Madrid: Gredos. Edición trilingüe a cargo de Valentín García Yebra.

Bergson, H. (1939): *La risa*. Buenos Aires: Losada.

Carmona, L. M. (2009): *Diccionario de series españolas de televisión: los cien mejores títulos*. Granada: Cacitel.

Carrasco, Á. (2010): "Teleseries: géneros y formatos. Ensayo de definiciones", *Miguel Hernández Communication Journal*, nº 1, pp. 174-200.

Cascajosa Virino, C. (2005): *Prime time: las mejores series de TV americanas: de «C.S.I.» a «Los Soprano»*. Madrid: Calamar ediciones.

García Canclini, N. (1994). "Los estudios sobre comunicación y consumo. El trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores", *Diálogos de la Comunicación*, nº 32.

García de Castro, M. (2003): "Propiedades de la hegemonía de la ficción televisiva doméstica en España entre 1995-2000", *Zer: revista de estudios de comunicación*, nº 14.

Hall, Stuart (1980). "Encoding and decoding in television discourse", en Hall, S. et alii (ed.). *Culture, media, language*, London: Hutchinson, pp. 129-139.

Huerta Floriano, M. A. y Sangro Colón, P. (2007): *De los Serrano a cuéntame. Como se crean las series de televisión en España*. Madrid: Arkadin.

Martín-Barbero, J. (1987a). *De los medios a las radiaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili, Barcelona.

Martín-Barbero, J. (1987b). "La telenovela en Colombia: televisión, melodrama y vida cotidiana", *Diálogos de la Comunicación*, 17.

Martín-Barbero, J. (1999). *Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa.

Morley, D. (1980). *The 'Nationwide' Audience: Structure and Decoding*, London: BFI.

Morley, D. (1986). *Family Television*, London: Routledge.

Orozco, G. (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Buenos Aires: Norma.

Orozco, G. (2002). *Historias de la televisión en América Latina*. Barcelona: Gedisa.

Palacio, M. (2001). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.

Pastor, S. (2006): *7 años de 7 vidas*. Madrid: La esfera de los libros.

Real Academia Española (2001): *Diccionario*. Edición on-line www.rae.es, consultada en mayo de 2010.

Trueno, P. (2005): *La televisión es fantástica. Breve historia de las series que nos invadieron*. Málaga: Centro de Ediciones de la Diputación Provincial de Málaga.

Van Dijk, T. A. (2003). “La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato a favor de la diversidad”, en Wodak, R. y Meyer, M. *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona: Gedisa.

5. FICCIONES CITADAS

7 VIDAS: Nacho García Velilla; Globomedia – Telecinco, 1999-2006.

AÍDA: Nacho García Velilla; Globomedia - Telecinco, desde 2005.

AQUÍ NO HAY QUIEN VIVA: Iñaki Ariztimuño y Alberto Caballero; Miramón Mendi - Antena 3, 2003 – 2006.

LA QUE SE AVECINA: Alberto Caballero, Laura Caballero y Daniel Deorador; Miramón Mendi – Telecinco, desde 2007).

LOS HOMBRES DE PACO: Daniel Écija y Álex Pina; Globomedia - Antena 3, desde 2005-2010.

LOS SERRANO: Daniel Écija y Álex Pina; Globomedia - Telecinco, 2003 – 2008.

¹ Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Rey Juan Carlos (2009) con la tesis doctoral “Clases medias urbanas y tiempo libre a través de la telecomedia española”. Su formación académica se completa con una licenciatura en Filosofía (Universidad Autónoma de Madrid, 2004), y una licenciatura en Humanidades (Universidad de Alcalá de Henares, 2007). Actualmente realiza tareas investigadoras de apoyo y colaboración en el Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación (GEAC) de la Universidad Rey Juan Carlos, desarrollando como principales líneas de investigación el análisis de discursos mediáticos, el estudio sistemático de teorías de la comunicación y el desarrollo de metodologías de investigación en comunicación social.

²A pesar de que para ciertos autores resulte excesivo hablar de una «Escuela Latinoamericana de Comunicación», sí podemos situar los estudios latinoamericanos bajo una misma corriente (o «Vía Latinoamericana de Comunicación») en tanto que denotan cierta voluntad de, al menos, contacto permanente (León Duarte, 2002).

³Si bien es cierto que la ficción televisiva en general (tanto española como extranjera) se ha constituido en los últimos años como objeto de estudio emergente (Cascajosa Virino, 2005; Trueno, 2005; Carmona, 2009, son sólo algunos ejemplos), la programación de ficción destinada al entretenimiento divertido de las audiencias ha sido relegada siempre a un segundo plano, considerada como un producto de menor calidad artística y estética. No obstante, ha de remarcar que esta tendencia está actualmente en cambio, habiendo aparecido en los últimos años varios estudios que sí toman a la telecomedia española como objeto de estudio (Huerta Floriano y Sangro Colón, 2007; Pastor, 2006).

⁴ “Multa histórica a Telecinco por contraprogramar” <http://www.vertele.com/noticias/multa-historica-a-telecinco-por-contraprogramar> (08/10/2004. Consultada en marzo de 2011).

“Diego no supera su separación de Lucía en *Los Serrano*. La serie de T-5 vuelve a enfrentarse con *Aquí no hay quien viva*”

<http://www.lasprovincias.es/valencia/pg060111/prensa/noticias/Ocio/200601/11/VAL-OCI-186.html> (11/1/2006. Consultada en marzo de 2011).

“*Aquí no hay quien viva* se renueva para hacer frente a *Los Serrano*”

<http://www.hoy.es/pg060330/prensa/noticias/Televisión/200603/30/HOY-TEL-238.html> (30/3/2006. Consultada en marzo de 2011).

Dicha pugna sólo finalizaría con el fin de emisiones de *Aquí no hay quien viva*, provocado por la compra de Telecinco a la productora Miramón Mendi de los derechos del concepto de dicha ficción (como resultado, Telecinco comenzaría la emisión de *La que se avecina*, siguiendo la idea original de *Aquí no hay quien viva* y contando en el elenco con muchos de sus actores).

⁵ Así, en el caso de la pareja de hombres, en la que más marcada es esta polarización, Fernando es un varonil abogado, escasamente romántico, que intenta huir de la tradicional imagen del homosexual afeminado, mientras que Mauri es un periodista de crónica social, sentimentalmente inseguro y abiertamente afeminado; en el caso de la pareja de mujeres, Bea es una joven veterinaria, insegura de la sexualidad y fidelidad de su pareja, mientras que Ana, polo “masculino”, es una joven y atractiva, modelo cuya fidelidad y recién descubierta homosexualidad son siempre puestas en entredicho.

⁶ Así, el propio *Diccionario* de la Real Academia Española define «estereotipo» como “imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable” (http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=estereotipo, consultada en marzo de 2011), y «caricatura» como “dibujo satírico en que se deforman las facciones y el aspecto de alguien” y, en su segunda acepción, como “obra de arte que ridiculiza o toma en broma el modelo que tiene por objeto” (http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=estereotipo, consultado en marzo de 2011).