



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información

y Nuevos Análisis de Comunicación Social

España

Bonaut Iriarte, Joseba; Grandío Pérez, María del Mar

Los nuevos horizontes de la comedia televisiva en el siglo XXI

Revista Latina de Comunicación Social, vol. 12, núm. 64, 2009, pp. 753-765

Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81911786060>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Edita: LABoratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 12º – 3ª época - Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad y Departamento de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara [Universidad de La Laguna](#)

38071 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Investigación – [forma de citar/how to cite](#) – [informe revisores/referees y 2](#) – [agenda](#) – [metadatos](#) – [PDF](#) – [Creative Commons](#)  
DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-859-753-765

## Los nuevos horizontes de la comedia televisiva en el siglo XXI

### The new Horizons of Television Comedy in the 21<sup>st</sup> Century

**Dr. Joseba Bonaut Iriarte** [\[C. V.\]](#) Profesor del Departamento de Comunicación Audiovisual - Universidad San Jorge, Zaragoza, España - [jbonaut@usj.es](mailto:jbonaut@usj.es)

**Dra. María del Mar Grandío Pérez** [\[C. V.\]](#) Profesora del Departamento de Comunicación - Universidad Católica San Antonio de Murcia, UCAM, España - [mgrandio@pdi.ucam.edu](mailto:mgrandio@pdi.ucam.edu)

**Resumen:** La comedia de situación, o también denominada *sitcom*, es uno de los formatos de televisión más convencionales ya que su estructura narrativa así como su producción no ha cambiado sustancialmente desde sus orígenes en la década de los 50. Cuando series como *Seinfeld* (NBC, 1990-1998), *Frasier* (NBC, 1993-2004) y *Friends* (NBC, 1994-2004) finalizaron sus emisiones sin un relevo generacional inminente, muchos críticos auguraron la muerte de este formato televisivo. Sin embargo, esta *crisis* propició un nuevo tipo de comedia de situación que ha revitalizado a la *sitcom* a día de hoy.

Con un sólido, aunque no masivo, apoyo popular y una gran admiración por parte de los críticos, series como *Arrested Development* (FOX, 2003-2006) y *Extras* (BBC-HBO, 2005-2007) son, sin lugar a dudas, el trampolín que marcarán las tendencias de la comedia televisiva en el siglo XXI. Para ello, este artículo tiene como objetivo principal definir las principales características de este nuevo modelo de comedias de situación analizando estas dos representativas *sitcoms*. Aspectos como la mezcla de ficción y realidad, la influencia del cine y del estilo documental así como la representación de personajes y un humor absurdo serán comentados en estas líneas.

**Palabras clave:** *Sitcom*; nueva comedia televisiva; EE.UU; Gran Bretaña; *Arrested Development*; *Extras*.

**Abstract:** The situation comedy or *sitcom* has always been considered one of the most classic television genres. Its narrative structure and the way of production have not changed substantially from its origins in the decade of the 50s. When *Seinfeld* (NBC, 1990-1998), *Frasier* (NBC, 1993-2004) and *Friends* (NBC, 1994-2004) ended up in the 90s without an immediate generational shift, many critics augured the death of the *sitcom*. However, that "crisis" encouraged a new kind of television comedy that has revitalized the genre at present times. The audience solidly, while not massively, supports these comedies and the critics greatly admire them. Therefore these TV series are undoubtedly the springboard that will mark the path of TV comedy in this 21st century.

This article points out the main characteristics of these new television comedies. There is an analysis of the first season of *Arrested Development* (FOX, 2003-2006) and *Extras* (BBC-HBO, 2005-2007). The characteristics include fiction-reality content, cinematic influence, documentary style, eccentric protagonist portrayal and an absurd humor.

**Keywords:** *Sitcom*; new television comedy; USA; UK; *Arrested Development*; *Extras*.

**Sumario:** 1. Introducción: Innovación y tradición: el futuro de la *sitcom* en el siglo XXI. 2. Marco teórico. 2.1. La *sitcom* clásica: radiografía de un modelo de éxito. 2.2. Hacia un nuevo modelo de *sitcom*: un cambio de tuerca en la creatividad 3. Metodología. 4. Análisis de caso. 4.1 *Arrested Development* 4.2.

**Summary:** 1. Introduction: Innovation and tradition: the future of the sitcom in the 21st century. 2. Theoretical Framework. 2.1. The classic sitcom: a picture of a successful model. 2.2. Towards a new model of sitcom: a change in the creativity 3. Methodology. 4. Case study. 4.1. Arrested Development 4.2. Extras 5. Discussion and conclusions. 6. Bibliography. 7. Annex

Traducción revisada por **Carol Nezzo**

## 1. Introducción: Innovación y tradición: el futuro de la *sitcom* en el siglo XXI

La ficción televisiva vive en la actualidad una época de esplendor con grandes producciones que igualan en muchos aspectos al cine en el cuidado de su realización y en la complejidad de sus tramas y personajes. En este sentido, el *drama* parece ser el género estrella en la actualidad en detrimento de la *comedia*. Tras el adiós televisivo en 2004 de dos *sitcoms* clásicas como *Frasier* (NBC, 1993) y *Friends* (NBC, 1994), algunos críticos televisivos auguraron la *muerte* de la comedia televisiva (Daily Telegraph, 2004) (The Otawan Citizen, 2004). El debate ha quedado abierto desde entonces, ¿ha muerto realmente este género televisivo? ¿Existe relevo generacional?

Ciertamente, desde entonces no se ha vuelto a ver ninguna gran *sitcom* exitosa en *prime time* siendo, para algunos analistas, la asignatura pendiente de la ficción televisiva mundial, en especial la estadounidense (El País, 2008). Sin embargo, este artículo parte de la hipótesis de que esta *crisis* ha propiciado una auténtica revolución formal dentro de este formato que se ha traducido en apuestas tan interesantes como *The Office* (BBC, 2001), *Extras* (BBC2, 2005), *Arrested Development* (FOX, 2003), *Curb Your Enthusiasm* (HBO, 2000) o *30 Rock* (NBC, 2006). La vanguardia en algunas de ellas demuestra cómo se han convertido en verdaderos *laboratorios de experimentación expresiva* innovando en elementos relacionados con la narrativa audiovisual más audaz y arriesgada. Aspectos tradicionales junto con interesantes aspectos novedosos presentan un panorama lleno de posibilidades creativas para la industria y de investigación para el mundo académico.

El objetivo de esta investigación es sistematizar científicamente las características principales de la comedia del siglo XXI desde el punto de vista de la estructura-narración, producción-realización y creación del humor con el fin de dejar sentadas las bases de hacia dónde se dirige la comedia de situación del XXI. En concreto, el presente trabajo pretende contribuir al estudio del género de la comedia. En este sentido, su popularidad no es proporcional a su investigación académica. En líneas generales, las perspectivas de estudio más interesantes de la *sitcom* se han centrado en el guión (Cooke, 1983; Curtis, 1982; Rannow, 2000; Schreiber, 2003), el contenido (Morris, 1999; Brook, 2004), la evolución histórica (Álvarez Berciano, 1999) o la recepción (Jhally y Lewis, 1992; Kuipers, 2006; Chitnis, Thombre y Rogers, 2006; Grandio, 2009), principalmente. También se han sistematizado cuestiones relacionados con aspectos formales de la *sitcom* clásica cercanas al guión (Taflinger, 1996) y, últimamente, se ha reflexionado sobre el cambio estructural dentro del género de la *sitcom*, tal y como muestra el trabajo de Mills (2005) o Hawkinson (2004), al explicar, por ejemplo, la influencia del *cinema-verité* en esta nueva tanda de comedias y acuñar el término de *sitcom-verité*. La investigación de este artículo se incluiría dentro de esta última área de estudio de la comedia televisiva que permite analizar las innovaciones formales y de contenido que se observan en las nuevas *sitcoms* del siglo XXI.

## 2. Marco teórico

### 2.1. La *sitcom* clásica: radiografía de un modelo de éxito

La comedia en televisión ha sido uno de los géneros más exitosos y también más variados de la historia de la televisión. Incluidos dentro de la tipología de comedia, se pueden encontrar en la parrilla televisiva formatos como la comedia de situación, *sketches*, *stand-ups*, productos de animación o *late shows*, entre otros (Creeber, 2001: 64). Sin embargo, probablemente sea la comedia de situación, popularmente conocida como *sitcom*, el formato con mayor tradición dentro del género de la comedia en la industria televisiva, tanto americana como británica, de los últimos tiempos.

Desde que *I love Lucy* (CBS, 1951-1957) inaugurara brillantemente la popularidad de este género televisivo en Estados Unidos, son muchos los títulos tanto americanos como británicos que han ido desfilando por la pequeña pantalla de medio mundo, llevándose el beneplácito general de crítica y público. *The Dick Van Dyke Show* (CBS, 1961), *The Mary Tyler Moore Show* (CBS, 1970), *MASH* (CBS, 1972), *Cheers* (NBC, 1982), *The Cosby Show* (NBC, 1984) o *Frasier* (NBC, 1993) son solamente algunas comedias de situación que han conseguido situarse, según la revista *Time*, entre los mejores programas televisivos de todos los tiempos (Time, 2008). Del mercado británico podemos citar *sitcoms*

tan reputadas como *Fawlty Towers* (BBC, 1975), *The Good Life* (BBC, 1975), *Only Fools and Horses* (BBC, 1981) o *Yes Minister* (BBC, 1980), las cuales forman parte ya del imaginario colectivo de Gran Bretaña.

El éxito del género de la *sitcom* entre 1950 y 2000 ha sido incuestionable. Aunque debido a su duración es un buen programa de acceso al *prime time*, muchas comedias de situación han sido programadas en horario de máxima audiencia y han conseguido, de esta manera, colocarse como los *shows* más vistos de la cadena. Por ejemplo, según el sistema de medición Nielsen, los cuatro episodios más exitosos en términos de audiencia de la historia de la televisión estadounidense son comedias de situación [1]. La década de los 90 fue especialmente dorada para este género televisivo, con títulos tan populares como *Seinfeld* (NBC, 1989) o *Friends* (NBC, 1994), cuyos episodios finales fueron auténticos eventos sociales y han sido considerados como un hito televisivo propio de la cultura del espectáculo actual (Morreale, 2000).

Conviene centrarse en las características más relevantes de este modelo clásico de *sitcom* que representan todas las series mencionadas para observar, posteriormente, las variaciones que surgen en las comedias del siglo XXI.

Herencia directa de la radio y del teatro, la comedia de situación es uno de los géneros televisivos más artificiales en términos formales. Algunos autores hablan incluso de una *transparente artificialidad* (Mills, 2004: 67) con fines humorísticos representada, principalmente, por el disco de risas enlatadas, la puesta en escena y la propia actuación teatral de los actores. Una de las particularidades más significativas de este género es que su modelo de producción, estructura narrativa y temática no se modificó sustancialmente hasta finales de los 90, un modelo que se rompió con el estreno de *Seinfeld* (NBC, 1989) y el resto de nuevas comedias a partir del año 2000. Se detallan a continuación las características principales de las denominadas *sitcoms* clásicas:

- *Sistema de producción estandarizado*. Es un producto audiovisual de entretenimiento a capítulo cerrado y de corta duración (22 minutos aproximadamente). Los sistemas de producción apuntan hacia una funcionalidad para simplificar estructuras y categorías narrativas y abaratar el producto (Gordillo, 1999: 24). Generalmente se rueda en interiores, con un público en directo, y utiliza un decorado de colores vivos único dividido en varios *sets*. De esta manera, las escenas se ruedan en escenarios fijos que se repiten a lo largo de todos los episodios. El formato se caracteriza por la inclusión de un disco de risas enlatadas para enfatizar los momentos de humor. De ahí que al género se le conozca también como *comedia enlatada*.
- *Estructura narrativa y realización fotográfica convencional*. La *sitcom* tradicional respeta la estructura clásica aristotélica de tres actos, aunque el guión está muy condicionado por los cortes publicitarios. De esta manera, normalmente se coloca un *cliffhanger* [2] en el momento anterior a la pausa publicitaria. Existe generalmente una trama principal y una o dos subtramas. Tal vez lo más característico de la estructura narrativa sea el *teaser*, el *tag* y el disco de risas enlatadas. El *teaser* o prólogo es una corta escena que sirve para captar la atención de la audiencia y asegurar que continuarán viendo la serie después del primer corte publicitario. El *tag* o epílogo que se emite durante los títulos de créditos es una breve escena que se presenta como chiste final. En la narración, hay un escaso número de escenas pero de larga duración. Desde el punto de vista de la realización, la grabación es multicámara, poco movimiento de cámara- juego plano/contraplano en los diálogos- y saturación lumínica.
- *El humor se consigue a través de chistes en el diálogo, y los gags visuales y sonoros*. Es frecuente la utilización de técnicas de la comedia cinematográfica clásica que han sido adaptadas a la televisión como la sorpresa, el malentendido verbal, el cambio de roles, el engaño o el enredo. Las comedias de situación son un género en el que los personajes hablan más que actúan y, por consiguiente, en la mayor parte de las ocasiones la comicidad recae en los diálogos. La concreción más popular para conseguir humor verbal es el chiste (Rannow, 2000). Según algunos manuales, un buen diálogo en una comedia de situación provee una ocurrencia o comentario gracioso cada 10 o 15 segundos (Root, 1979: 160). El esquema habitual sería el siguiente: un personaje prepara la situación (*set-up*) y otro remata con un chiste (*punchline*). También es muy habitual el chiste recurrente o también denominado *running gag*.
- *Temática tradicional y personajes basados en estereotipos*. Originariamente, la mayoría de las *sitcoms* eran comedias de situación domésticas protagonizada por una familia nuclear, lo que algún autor ha denominado *sitcom domesticus* (Horowitz, 1987). Por ejemplo, *Father Knows Best* (NBC, 1954) fue considerado un ícono de la familia norteamericana durante la posguerra, modelo tradicional reflejado también en *The Cosby Show* durante la década de los 80 (Frazer, 1993). Los

problemas familiares han sido, por lo tanto, uno de los contenidos más habituales de las *sitcoms*. Sin embargo, poco a poco se fueron incorporando otras temáticas como las profesionales en series como *Mary Tyler Moore Show* (CBS, 1970) o *Murphy Brown* (CBS, 1988), comedias que han transformado el estereotipo de mujer utilizado en la ficción televisiva (Spangler, 2003). Por ejemplo, en 1970 apareció un personaje que podría ser el precursor de una nueva mujer televisiva en las comedias. Se trató de Mary Richards en *The Mary Tyler Moore Show*. Treintañera, con un trabajo como periodista, fue la primera protagonista soltera en una comedia de situación tras dejar plantado a su novio formal en el primer episodio. Le siguieron otras como *Murphy Brown* o *Rachel, Mónica y Phoebe* de *Friends*, mujeres que, aún estando estereotipadas, reflejaban parte de la evolución que las mujeres estaban viviendo en la sociedad. Aunque hayan sido uno de los géneros más convencionales desde el punto de vista del contenido, se observa por tanto cómo las *sitcoms* han ido también reflejando las evoluciones temáticas de la sociedad.

Vemos, por tanto, un conservadurismo formal, de producción y de contenido en la *sitcom* clásica, con algunas ligeras evoluciones- sobre todo temáticas- que alcanzarán su cenit con la llegada de estas nuevas comedias que se comentan a continuación.

## 2.2. Hacia el nuevo modelo de *sitcom*: un giro de tuerca en la creatividad

Como se ha explicado anteriormente, la finalización de dos grandes *sitcoms* clásicas y referenciales como fueron *Frasier* (NBC, 1993-2004) y *Friends* (NBC, 1994-2004) marcó el fin de una etapa en la comedia televisiva mundial. El modelo clásico de comedia había llegado a su punto más álgido y el siguiente paso sólo podía ser la renovación a través del camino de la innovación creativa. Los orígenes de este nuevo tipo de comedia están motivados por razones industriales así como por las transformaciones televisivas derivadas de la hibridación de formatos televisivos en el panorama actual televisivo.

En este punto, no podemos olvidar dos fenómenos televisivos esenciales que facilitaron la llegada de la nueva comedia: el éxito crítico de la ficción de los canales de cable –HBO, Showtime, TNT, FX– y su apuesta por temas más arriesgados y polémicos como el sexo, la violencia, la destrucción de los valores familiares, la homosexualidad, etc. (Leverette, Ott y Buckley, 2008: 83). Y, por otro lado, la aparición de nuevos géneros televisivos fruto del mestizaje de estilos que cambiaron el panorama del medio internacionalmente: los “*reality shows*” especialmente, los “*docu-dramas*”, las “*docu-soaps*”, etc.

Con la irrupción de estas nuevas tendencias que influyeron directamente en la comedia televisiva, el debate sobre la nueva comedia no se centró únicamente en el ámbito de la crítica periodística y entró rápidamente en un plano académico. En 2004 Brett Mills afirmó que nos encontrábamos ante lo que él denominó *comedy vérité* (Mills, 2004) en clara alusión al *cinema vérité* originado por la *nouvelle vague* francesa, una etiqueta que ponía sobre la palestra la aparición en las parrillas de una comedia híbrida que se obtenía al fusionar las convenciones de la *sitcom* tradicional con un subgénero de la telerrealidad: el *docusoap*. En ella, se mezclaba la aparente artificialidad de la puesta en escena con las situaciones de la vida real construidas en los *docusoaps*. En este sentido, *The Office* (BBC, 2001-2003) representa el caso más claro de mestizaje de estilos dentro del género de la comedia de situación al utilizar la técnica del *mockumentary* y del *docusoap* con fines humorísticos. En concreto, prescindiendo de las risas enlatadas y de la puesta en escena teatral propia del género, logra cambiar el concepto de *situación* y lo acerca a la fascinación contemporánea del medio televisivo por la telerrealidad (Walters, 2005: 3). Significativo también fue el caso de *The Osbourne* (MTV, 2002), piedra angular de lo que algunos han denominado *reality star sitcom*, al combinar la grabación propia de los *realities shows*, la rapidez en la edición de ese material y las entrevistas en profundidad con los problemas internos de una familia (Holmes y Jemyn, 2004: 57).

En este contexto, y con el importante antecedente de *Seinfeld* como ejemplo de ruptura del modelo clásico de comedia televisiva, fueron apareciendo con el nuevo siglo una serie de programas de ficción que cambiaron la forma de concebir el humor en televisión. Encontramos aquí gran cantidad de ejemplos: *Extras* (BBC-HBO, 2005-2007), *Spaced* (Channel 4, 1999-2001), *Curb your enthusiasm* (HBO, 2000-), *Scrubs* (NBC, 2001-2008) (ABC, 2008-), *Arrested Development* (Fox, 2003-2006), *30 Rock* (NBC, 2006), *The IT Crowd* (Channel 4, 2006-), *Little Britain* (BBC, 2003-2006), etc.

Pero, ¿de qué manera innovaron y están innovando estas series? ¿Cuáles fueron sus principales aportaciones en la construcción de un nuevo modelo de comedia televisiva?

A continuación, se ofrecen unas consideraciones generales sobre este nuevo fenómeno en el nivel narrativo, de realización y construcción del humor que se concretarán posteriormente en la plantilla de análisis de *Arrested Development* y *Extras*.

Las primeras rupturas en esta nueva *sitcom* las encontramos en el nivel narrativo. Se quiebra la narración tradicional de la comedia televisiva y se enriquece de otros géneros así como modifica algunos elementos decisivos de su propio relato (Savorelli, 2008). Estas son las características más importantes:

- Incremento en la duración de los episodios (en concreto, en las cadenas de cable se pasa de los 22 minutos a los 30, eliminando las pausas publicitarias).
- Aumento del número de escenas que provoca un incremento del ritmo de la narración y, por lo tanto, un mayor número de elementos dramáticos.
- Desaparición de la banda sonora con risas "enlatadas".
- Mayor presencia de un narrador de la historia.
- Incremento y variedad temática: se abordan temas más arriesgados y polémicos (homosexualidad, sexo, violencia, racismo, discapacidades físicas y psíquicas, etc.).
- Mezcla de géneros audiovisuales y formatos: *reality show*, *docu-soap*, dramedia, documental, *mockumentary*, etc.

En segundo lugar, las rupturas más importantes tienen lugar, como consecuencia lógica, en el ámbito de la realización. En este sentido, la diversificación temática y la mezcla genérica van a permitir a la *sitcom* que abandone el clásico estilo de realización multicámara y la grabación en estudio para asimilar ciertos modos de producción más cercanos al cine y al documental (Dunleavy, 2008). Estas son las características más importantes:

- Se abandonan los decorados del estudio para rodarse un mayor número de escenas en localizaciones exteriores.
- Se utiliza principalmente la realización con una cámara (al estilo cinematográfico) y se deja de trabajar con el clásico estilo multicámara de estudio.
- Se asimilan estrategias de realización del documental y del docu-soap: la cámara en mano, movimientos desordenados, referencias directas a la cámara, testimonios y entrevistas, mayor naturalidad en la luz, etc.
- Clara influencia cinematográfica con un mayor cuidado en la puesta en escena y con la introducción de movimientos de cámara complejos (travellings, grúas, steady-cam, etc.).
- Uso de nuevas cámaras digitales de alta definición que facilitan los movimientos y la agilidad en la producción.

Por último, es esencial hablar de las rupturas que se producen en la construcción del humor, elemento clave del formato analizado en este artículo. El clásico humor creado a base de chistes y repetición de fórmulas (frases hechas o "leit motivs") se abandona a terrenos más subjetivos como la ironía y el cinismo, dando gran importancia no únicamente al texto sino también al subtexto (Savorelli, 2007). Estas son las características más importantes:

- Importancia de la ironía y del subtexto.
- Relevancia de lo anecdotólico y del absurdo.
- Presencia activa del espectador en la construcción del humor: la cámara es visible y presente y el espectador es un agente más en la situación humorística.
- Como consecuencia de lo anterior, el silencio adquiere una presencia vital. El silencio acrecienta el absurdo de las situaciones e incomoda al espectador. Es la respuesta más lógica de la nueva comedia televisiva a la risa "enlatada" de la *sitcom*.
- El narrador cumple una función clave en la construcción del humor: tiene una función de clásico relator omnisciente pero a la vez juega una función crítica que crea la situación humorística y la condiciona (en una clara influencia del *reality show*).

### 3. Metodología

Una vez expuesto el origen y características del modelo clásico de *sitcom* así como los rasgos de las nuevas comedias televisivas, pasamos a continuación a concretar este nuevo modelo con el fin de sintetizar las tendencias actuales del género. Para ello y basándonos en el esquema tradicional de la *sitcom* explicado en el marco teórico y las características de la nueva comedia televisiva enunciadas en el epígrafe anterior, vamos a analizar la primera temporada de dos series que pueden considerarse representativas de esta incipiente generación de comedias de televisión: *Arrested Development* (FOX, 2003-2006) y *Extras* (BBC-HBO, 2005-2007).

Estos programas representan a los dos principales mercados televisivos del contexto internacional, el estadounidense y el británico, así como a las principales fuentes creativas de la producción de ficción televisiva actual. A pesar de sus importantes diferencias en cuanto a la regulación del negocio televisivo, estos dos mercados han mostrado en los últimos años importantes trasvases de talento creativo (un ejemplo sería la colaboración entre el creador de *The Office*, Ricky Gervais, y el de *Curb your enthusiasm*, Larry David) y nuevas iniciativas económicas que fomenten ese nuevo camino de innovación televisiva (como por ejemplo la unión entre las cadenas BBC y HBO en la producción de múltiples series reconocidas como *Roma* (2005-2007), *House of Saddam* (2008), *The Passion* (2008), *Five Days* (2007) o la propia *Extras* (2005-2007)). Por ello, parece lógico elegir una serie representativa de cada uno de estos dos mercados para poder tener una visión más clara del nuevo modelo de comedia televisiva: *Arrested Development* en Estados Unidos y *Extras* en Reino Unido.

En este sentido, la elección de estas series como objeto de estudio no es baladí. Ambas han recibido un gran apoyo crítico así como un importante número de premios en sus años de emisión. En sus tres temporadas en pantalla, *Arrested Development* obtuvo tres premios *Emmy* y un globo de oro. Respecto a *Extras*, sus creadores Ricky Gervais y Steve Merchant lograron repetir los buenos resultados de su primera serie, *The Office*, y obtuvieron un *Emmy* a mejor actor de comedia en el año 2007 (el propio Gervais), un Globo de Oro a la mejor comedia del año 2008, un BAFTA y tres galardones en los premios de la comedia televisiva británica. Además, a pesar de no haber cosechado grandes audiencias, han sido programas que han obtenido importantes beneficios en el extranjero tanto en la venta de los formatos como en la explotación comercial de las propias series.

Si nos centramos en el análisis de las dos series, para poder dar con un patrón que sintetice las tendencias de la nueva comedia televisiva, a efectos de esta investigación se ha diseñado una plantilla original de análisis que tiene en cuenta clasificaciones previas para el estudio del contenido de las comedias de situación clásica. A la hora de analizar una *sitcom* clásica, anteriores estudios han reflexionado sobre los personajes, la situación, el chiste verbal (*verbal funnies*), el humor visual (*visual gags*) (Kelsey, 1990: 117) así como recursos sonoros como la entonación, las cacofonías, onomatopeyas o los guiños musicales (Grandío, 2006: 123). Debido al gran clasicismo y estandarización reinante en la comedia de situación hasta finales del siglo XX, ha sido siempre fácil sistematizar los recursos humorísticos utilizados en la comedia de situación tradicional.

Obviamente, debido a los nuevos matices que ofrece la nueva generación de comedias, estas clasificaciones que hasta ahora habían resultado muy operativas son ya insuficientes. Por ello, en este estudio se ha optado por agrupar las cinco categorías antes mencionadas e incorporar otras nuevas. De esta manera, hemos sistematizado tres niveles de análisis (contextualizados en el punto anterior): la estructura narrativa, la producción-realización y la construcción del humor.

En el primer nivel, interesa sobre todo definir cuál es la estructura narrativa de la *sitcom* del siglo XXI en la que se presentan las acciones de los personajes, es decir, el orden y forma de exposición de los hechos. En el segundo nivel, es importante descubrir las innovaciones que tanto en el terreno de la producción como de la realización se observa en la nueva generación de comedias, algo que hasta ahora se presentaba muy estandarizado en la *sitcom* clásica. En último lugar, interesa también descubrir qué tipo de humor se genera en estas series a través de los personajes protagonistas y de las situaciones creadas en torno a ellos. En esta categoría se incluirá, por tanto, todos los recursos relacionados con el chiste verbal, visual y sonoro. La aproximación a este análisis será cualitativo-descriptivo. La plantilla utilizada se incluye como anexo al final del artículo.

#### 4. Análisis de caso

##### 4.1. *Arrested Development* (FOX, 2003-2006)

*Arrested Development* es una comedia de situación creada por Mitchell Hurwitz y que empezó a emitirse en el 2003 por la cadena estadounidense Fox. Esta serie narra la historia de una familia del condado de Orange en California. La acción del piloto arranca con el encarcelamiento del padre por sospechosas prácticas económicas en la cuentas de su compañía, lo que provoca que congeleen los ingresos de la familia. El hijo menor y protagonista de la serie, Michael, se ve obligado a hacerse cargo de la empresa y de su propia familia. Esta comedia se presenta con matices novedosos hasta el momento, aunque sigue siendo heredera de la comedia de situación clásica en algunos aspectos, como veremos a continuación.

Nos centraremos en primer lugar en el plano narrativo. Desde el punto de vista de la estructura general de la serie, *Arrested Development* seguiría la más estricta tradición del género: cada capítulo se presenta como una unidad cerrada de acción de unos 22 minutos de duración. Cada episodio es

autoconclusivo aunque también existen tramas de continuidad que abarcan toda esta primera temporada como, por ejemplo, el enamoramiento que sufre Michael con la novia de su hermano o de su hijo George Michael con su propia prima.

Respecto al número de historias que se plantean y siguiendo la costumbre, la evolución de las tramas es narrativa. En cada episodio se plantea una situación principal y varias sub-tramas que se evolucionan en introducción, nudo y desenlace. Las metas deseadas por los protagonistas normalmente no son satisfechas y su *status quo* no se ve alterado. Sin embargo, el relato de las historias está más fragmentado que en las *sitcoms* tradicionales subrayando la importancia de lo anecdótico frente a la evolución de la situación. En este sentido, la fragmentación de la narración se pone de manifiesto en la cantidad de escenas que configuran cada capítulo, en torno a 50, cifra muy superior a las comedias de situación clásicas. El montaje es, en consecuencia, más rápido, llegando a ser en algunos momentos frenético al agolpar 7 escenas, por ejemplo, en 20 segundos, tal y como ocurre en la escena en la que Gob, hermano mayor del protagonista, intenta tirar una carta al mar sin éxito en el capítulo titulado *Top Banana*.

Otras de las novedades más importantes de *Arrested Development* se centran en la realización y producción. La serie fue grabada siguiendo el estilo del *cinema verité* con el objetivo de dotar a la *sitcom* el realismo típico del documental. El realismo de la narración se observa en varios aspectos estéticos. En primer lugar, existen gran cantidad de localizaciones en exteriores, algo que rompe con la tradición del género que era grabado en su mayoría en interiores. La grabación de los capítulos se realiza con cámaras Panasonic VariCams de alta definición que, además, son más ligeras y permiten mayor movilidad del operador (Hawkinson, 2004: 108). De ahí que también se observe una mayor variedad en la utilización de los planos generales en exteriores cuando, tradicionalmente, la *sitcom* clásica se ha basado en primeros planos y planos medios. En aras del mayor realismo, se utilizan también otro tipo de materiales gráficos como fotos o imágenes de informativos que se van incluyendo al hilo de la narración de la voz en *off*. De esta manera, se deja de lado la grabación multicámaras para dar más protagonismo a la construcción del relato, rompiendo así la tradicional artificialidad propia del género. La iluminación en tonalidades claras es, tal vez, una de las pocas cosas que *Arrested Development* tiene en común con la *sitcom* tradicional en términos de realización.

En relación a la construcción del humor en esta serie, *Arrested Development* utiliza constantemente técnicas clásicas del guión para construcción de situaciones cómicas (por ejemplo, la sorpresa, el malentendido, el enredo o el engaño) así como en la construcción de humor visual (chiste físico o gestual) y verbal (chiste recurrente, juego de palabras, estructura del *sep-up* y *punch...*) y sonoro (onomatopeyas o guiños musicales). Además, sigue manteniendo la estructura del guión de la *sitcom* del *teaser* y el *tag*. Sin embargo y teniendo en cuenta todo lo expuesto, su principal aportación en este terreno es la construcción de un humor negro, satírico e incluso absurdo así como la utilización novedosa de la grabación y el montaje con clara finalidad humorísticas. El humorismo del relato parte del potencial cómico de los protagonistas que, aún basándose en estereotipos, se caracterizan por rozar lo irracional y absurdo. Se podría mencionar a Gob, hermano del protagonista, que se dedica a la magia y que en su mundo de fantasía es el originario de cantidad de situaciones esperpénticas. Aunque casi todos los personajes tienen un punto bizarro, como la madre o la hermana-joven guapa y tonta que está casada con actor frustrado, poco agraciado físicamente. Michael y su hijo George Michael son el contrapunto de normalidad de estas vidas.

Desde el punto de vista de la edición, la comicidad reside en un montaje ágil, de escenas cortas, que matiza continuamente la acción principal. Esto se consigue a través del uso principalmente de la voz en *off* que hace variar la acción del presente al pasado- incluso a un posible futuro que nunca ocurre- y el uso de material gráfico como fotos o rotulación.

El recurso de la voz en *off* es utilizado con claros fines cómicos en esta serie y no se limita exclusivamente a ser descriptivo con las acciones. En concreto, es un narrador omnisciente que va explicando las acciones presentes de la familia Bluth. El efecto cómico se consigue porque aporta información complementaria a la acción presente. Por ejemplo, en el episodio piloto y antes de que el padre sea arrestado, toda la familia posa feliz en un barco. Sin embargo, mientras esta idílica escena familiar aparece en pantalla, la voz en *off* afirma: "Sí, esta es su familia. Pero, por qué está tan feliz Michael. (Silencio). Porque ha decidido no volver a hablar a esa gente nunca más". Por ejemplo, en una escena del episodio piloto, vemos cómo Michael recrimina a su madre porque favorece más a unos hijos que a otros. Ella le responde: "Si estás sugiriendo que tengo favoritos, te equivocas. Yo quiero a todos mis hijos por igual". Justo cuando termina esa frase, se intercala en la narración un primer plano de la madre con un rótulo que dice *un poco antes esa mañana* diciendo: "Me da igual Gob", refiriéndose a su hijo mayor. Es un fotograma de apenas 4 segundos que colocado en un montaje rápido ofrece matices muy cómicos.

En este afán por proporcionar información complementaria, la historia salta del presente al pasado constantemente. Por ejemplo, el episodio piloto empieza en la fiesta familiar en el barco, hace un primer *flashback* hacia atrás con un rótulo que dice *Pronto esa mañana* para volver a la fiesta del barco, ahora ya sabiendo el espectador más información sobre la familia protagonista, e incluso se repiten diálogos exactos que, al volver a ser escuchados por el espectador, le ofrece matices cómicos nuevos.

#### 4.2. *Extras* (BBC-HBO, 2005-2007)

Tras haber triunfado de forma rotunda con la serie *The Office*, sus creadores Ricky Gervais y Steve Merchant decidieron continuar apostando por el riesgo creativo en el ámbito del humor. La visión cínica, descarnada pero a la vez totalmente humana de la vida, se materializó esta vez en la serie *Extras*. El objetivo no era muy diferente a *The Office*, retar y remover los cimientos de la comedia clásica televisiva creando, probablemente, la comedia de situación más dramática de la historia. Esta nueva aventura nació fruto de la nueva alianza televisiva entre la emisora pública de referencia en Europa, la BBC, (y en concreto su segundo canal) y la cadena más importante de televisión de pago de todo el mundo y principal impulsora de la ficción televisiva de calidad en la última década, la HBO (*The Hollywood Reporter*, 2005). *Extras* nació como una reflexión de sus creadores sobre los mecanismos de creación de la ficción cinematográfica y televisiva, centrándose muy especialmente en aquellos que se encargan de protagonizar las historias, los actores. Sin embargo, la serie abandona el enfoque clásico del relato televisivo convencional y se acerca al interés de la nueva ficción contemporánea por los perdedores, aquellos que se encuentran tras los focos de los grandes artistas, los extras.

Gervais y Merchant se alejan de la tradicional apuesta de la comedia televisiva y entremezclan de forma muy hábil las risas y los llantos, consiguiendo un hito en la historia de la comedia televisiva (y en especial en la *sitcom*): crear la primera y verdadera comedia de situación trágica.

*Extras* nos cuenta la historia de Andy Millman, un actor con poca suerte en el mundo de la interpretación que dedica toda su vida a pequeños papeles como extra en películas de grandes presupuestos. Millman está siempre acompañado por Maggie Jacobs, su mejor amiga y actriz que le acompaña en todos los “sets” de rodaje en su sueño por crear una serie de calidad que dignifique la profesión así como convertirse en una verdadera estrella de Hollywood. El sueño de la fama se truncará habitualmente con una cruda realidad que desmitifica los sueños creados por la ficción cinematográfica y televisiva.

Si empezamos analizando la dimensión narrativa de *Extras*, tenemos en primer lugar que abordar la estructura episódica en la que está dividida. Al igual que en el caso de *The Office* (y siguiendo la tradición del mercado británico), *Extras* se extiende a lo largo de dos temporadas de seis capítulos cada una para finalizar en el año 2007 con un episodio especial de Navidad. La duración de los episodios se aleja de la *sitcom* clásica estadounidense pero respeta el modelo tradicional británico, media hora por episodio sin pausas publicitarias. Es curioso que la cadena de pago HBO haya apostado por este mismo esquema en muchas de sus comedias televisivas, relacionando la necesidad de una mayor duración y un menor número de capítulos para asegurar la “calidad” del producto, la misma filosofía que una cadena pública como la BBC (Leverette, Ott y Buckley, 2008: 85).

*Extras* no responde a los nuevos cánones de la comedia televisiva en cuanto al número de escenas y la corta duración de éstas. En este sentido, esta serie británica se acerca más al modelo clásico de *sitcom*: pocas escenas en el capítulo (entre 15-25) y de una duración prolongada. Por otro lado, continúa la tradición de la comedia televisiva clásica al plantear una trama clara y diversas subtramas relacionadas habitualmente con los personajes secundarios. La trama principal siempre está vinculada con un actor famoso que es el protagonista del capítulo (Ben Stiller, Kate Winslet, Ross Kemp y Vinnie Jones, ) y que, además, da su nombre al título del episodio. Por otro lado, esta serie consigue una mezcla extraña entre el clasicismo y la innovación en cuanto a las localizaciones se refiere. El “set” de rodaje se configura como lugar común de los personajes de la serie (en una clara referencia a la *sitcom* tradicional), sin embargo, son habituales los escenarios en exteriores y otras ubicaciones de la vida de los personajes que varían con cada episodio. Sí que existe un elemento común entre *Extras* y su anterior programa, *The Office*, y es el protagonismo del lugar de trabajo como escenario del drama diario, desprotagiendo a los personajes de la seguridad del hogar, del que la *sitcom* clásica siempre ha tomado como elemento nuclear.

*Extras* rompe con la comedia clásica de forma radical en la temática de sus historias y, especialmente, en la forma en las que la aborda. Como se ha explicado anteriormente, esta serie narra el drama de los personajes protagonistas desde una perspectiva humorística, sin esconder en ningún momento el patetismo y la desgracia en las que viven. Un ejemplo muy claro es el que se puede apreciar en el capítulo “Les Dennis” (1.4), donde se ofrece un retrato patético de una mujer de más de 30 años

(Lizzie) que vive con su padre “gay” que, además, le obliga a dedicarse al mundo del espectáculo sin tener casi talento. Maggie asiste a la patética fiesta de cumpleaños de Lizzie en la que descubre que todos sus amigos tienen 30 años más que ella y que vive completamente sola y apartada de la realidad.

Sin embargo, donde más se aleja *Extras* de la comedia clásica es en los polémicos temas que aborda y en la forma en la que lo hace. Temas como la homosexualidad, el racismo, la egolatría, la amistad, la fama, la soledad, la insatisfacción en las relaciones (especialmente las amorosas), la incapacidad de comunicación, la frustración de los sueños personales, la libertad creativa, etc. Temas universales y profundos que chocan con la aparente superficialidad de la *sitcom* clásica. Por otro lado, la forma de reflejar los temas es como en *The Office*, totalmente radical. Se abandona la visión documental anterior pero se incide en la mezcla de géneros y, especialmente, se ahonda en la metaficción. Probablemente, el verdadero logro de la serie está en su eficaz apuesta por la metaficción, una actitud reflexiva ante un medio que devora personas con grandes objetivos y con muy pocos escrúpulos. La metaficción es otro de los rasgos que define a la nueva comedia televisiva, en una clara postura postmoderna y con la madurez de una trayectoria consolidada, este género televisivo reflexiona sobre lo que debe ser, qué objetivo debe cumplir en la sociedad. Aquí el caso más claro es el de Andy Millman cuyo sueño es realizar una comedia televisiva *inteligente*, abandonar las risas enlatadas y los personajes estereotipados con *muletillas* recordadas por la audiencia constantemente. Como se ha comentado anteriormente, *Extras* acaba convirtiéndose en la gran tragedia de la nueva comedia de situación televisiva ya que el sueño de Andy Millmann se convierte en su gran pesadilla: acaba protagonizando una *sitcom* con bromas fáciles, risas enlatadas y que todo el mundo recuerda por la *muletilla* que utiliza, *Are you 'avin' a laugh? (¿Te estás riendo?)*.

En el terreno de la realización, *Extras* abandona la cámara visible de estilo documental que caracterizaba a *The Office*, pero se aleja claramente del estilo clásico de realización de la *sitcom*. Desaparece en todos los episodios la realización multicámara (excepto en los momentos en los que Andy Millman pasa a protagonizar la clásica *sitcom* que siempre había odiado), no existen risas enlatadas que facilitan el desarrollo del componente trágico de la historia, los personajes se mueven con comodidad y soltura por escenarios interiores y exteriores de corte natural, y la iluminación refuerza el carácter de realismo que es propio de estas nuevas comedias televisivas.

Por último, la construcción del humor determina definitivamente las características de *Extras* dentro de la nueva *sitcom*. En toda la serie, el diálogo es el motor de la acción y no sólo lo que se dice, sino lo que se quiere decir. Se observa aquí también una combinación de recursos clásicos con otros más novedosos. Respecto a lo tradicional, es recurrente el uso de técnicas clásicas de construcción de situaciones como el malentendido, la sorpresa o el *running gag*; así como la estructura de *set-up* y *punch-line* para la creación del chiste verbal. También aparecen juegos con cacofonías o onomatopeyas, propias del mundo de los actores que están representando, no obstante no es un recuerdo tan utilizado como en la *sitcom* clásica.

Sin embargo, el subtexto es clave para entender el verdadero objetivo de la serie y revelar el drama que caracteriza a todos los personajes. A este respecto, el humor visual es fundamental porque da pistas y revela, en cierta medida, el subtexto y la presencia del silencio con fines humorísticos que caracteriza a todos los capítulos. *Extras* incide en la ironía y el cinismo dentro del humor. Se derriban las barreras de lo políticamente correcto, y esta situación siempre desvela el patetismo de los protagonistas y la anteriormente citada incapacidad para relacionarse con los demás. Un buen ejemplo lo encontramos en el capítulo piloto de la serie, titulado *Ben Stiller* (en Estados Unidos se emitió primero el capítulo *Kate Winslet*). Ahí podemos observar cómo Maggie se ríe y finalmente frustra su relación sentimental con un hombre porque tiene una pierna más corta que la otra, un aspecto sin importancia a priori pero cruel y atroz al final.

El capítulo piloto de *Extras* resume la esencia del nuevo humor televisivo: personajes disfuncionales, ironía, sarcasmo y una clara presencia del silencio que refuerza la incomprendición del espectador ante lo que se muestra. En el capítulo podemos ver cómo Ben Stiller dirige una película basada en un personaje real de la guerra de los Balcanes y los extras pretenden aparecer en ella acercándose a ese personaje. La glamourosa aparición de la estrella no revela más que una tiranía atroz. El juego cómico de los temas más serios tiene, de nuevo, una presencia esencial. La falsa honradez, la amistad, la soledad, la homosexualidad y la incapacidad de comunicarse se mezclan entre chistes que no reciben una correspondencia en forma de risas y silencios.

En el fondo, *Extras* es una tragedia que reflexiona con ironía sobre el mundo de la fama, de hecho no es extraño que nos encontremos con la contradicción de una historia en la que los protagonistas sean extras y los capítulos lleven el título de grandes actores cinematográficos y televisivos que aparecen como invitados. Estos dos mundos sirven para plantear conceptualmente y formalmente la diferencia

entre el terreno de la ficción y la realidad (la ficción representada en cada comienzo de capítulo en el que vemos a la estrella protagonista en formato cinematográfico, y la realidad cristalina del set de rodaje). La fama no es graciosa, es falsa y el único camino hacia el estrellato es la libertad. No es de extrañar que los personajes se refugien en la amistad y finalmente escapen en coche en busca de su destino. Es el único momento en el que puede aparecer la música, en los títulos de crédito.

## 5. Discusión y conclusiones

Tras haber comentado en los epígrafes anteriores algunos de los rasgos más importantes de la nueva comedia televisiva y haber analizado los ejemplos de *Arrested Development* y *Extras*, ha llegado el momento de señalar algunas conclusiones que puedan aportar interesantes reflexiones para posteriores investigaciones sobre el futuro de la comedia televisiva en el siglo XXI:

- El modelo de la *sitcom* tradicional prácticamente ha desaparecido y las comedias actuales se desarrollan bajo estándares de producción, realización y narración totalmente diferentes a lo acometido durante más de 50 años.
- La duración de los capítulos aumenta, se incrementa también el número de escenas y el ritmo de la narración.
- Se introducen novedades narrativas como la desaparición de las risas enlatadas o la introducción del narrador.
- Se apuesta por temas más controvertidos y arriesgados y se produce una mezcla genérica por influencia de otros formatos como los "reality" o los "docu-dramas". Con todo esto, la importancia e implicación del espectador es mayor y la importancia de la metaficción es clave.
- Se abandona el estudio y los escenarios exteriores y reales aumentan. Existe un mayor interés por la realidad filmada que se refleja en el uso de una sola cámara, muchos movimientos de cámara y la presencia de la cámara en mano.
- Por otro lado, se cambia los métodos de construcción del humor. Aunque continúan mecanismos típicos como la sorpresa, el malentendido o los cambios de roles, ahora son el cinismo, la ironía, la importancia del humor visual, el subtexto, el silencio y el absurdo los elementos predominantes.
- La nueva comedia televisiva está en una fase de exploración, dejándose influir por otras artes visuales (especialmente el cine e Internet), pero todavía necesita encontrar su conexión con el público ya que son pocos los ejemplos de series exitosas en términos de audiencia (pero sí de crítica).
- Probablemente, la nueva comedia camine más hacia un público más especializado y segmentado que hacia un público generalista que siempre ha caracterizado a la *sitcom* tradicional.

## 6. Bibliografía

- Álvarez Berciano, R. (1999): *La comedia enlatada. De "Lucille Ball" a "Los Simpson"*. Barcelona: Gedisa.
- Brook, V. (2004): "Myth or consequences: Ideological fault lines in The Simpsons" en Alberti, J. (Ed.), *Leaving Springfield. The Simpsons and the possibility of Oppositional culture*, Wayne State University Press, Detroit, 2004.
- Cooke, B. (1983): *Writing Comedy For Television*. London: Methuen.
- Creeber, G. (2001): *The television genre book*. London: BFI.
- Chitnis, K., Thombre, A. Rogers, E. (2006): '(Dis)similar readings: Indian and American Audiences' Interpretation of Friends". *Internacional Communication Gazette*, 68 (2), pp. 131-145.
- Curtis, B. (1982): "Aspects of sitcom", en AA.VV., *Television Sitcom*. London: British Film Institute, London, pp. 10-11.
- Frazer, J.; Frazer, T. (1993): "Father Knows Best and The Cosby Show: Nostalgia and the sitcom tradition". *Journal of Popular Culture*, 27 (3), pp. 163-172.
- Jhally, S.; Lewis, J. (1992): *Enlightened Racism: The Cosby Show, Audiences and The Myth of the American dream*. Boulder:Westview Press.

Gordillo, I.: *Narrativa y televisión*. Sevilla: Editorial Mad.

Grandío, M. (2009): *Audiencia, fenómeno fan y ficción televisiva. El caso de Friends*. Buenos Aires: Libros en Red.

---- (2006): “¿A qué se debe el éxito de *Friends* en España? Las claves de un humor que ha cruzado fronteras”, en Cascajosa, C., *La caja lista: televisión norteamericana de culto*. Barcelona: Laertes.

Hawkinson, J. (2004): “Breaking sitcom rules on *Arrested Development*”, en *American Cinematographer*, pp.107-108.

Horowitz, S. (1987): “Sitcom Domesticus: An endangered species” en *Television: The Critical View*. New York: Oxford UP.

Holmes D., Jermyn D. (2004): *Understanding reality television*, Abingdon-New York: Routledge.

Kelsey, G. (1990): *Writing for Television*. London: A and C Black publishers.

Kuipers, G. (2006): “Television and Taste Hierarchy: the Case of the Dutch Television Comedy”, en *Media, Culture and Society*, 28(3), pp. 359-378.

Mills, B. (2004): “Comedy Vérité: Contemporary Sitcom Form”, en *Screen* (45)2, 2004, pp. 63-78.

Morreale, J. (2000): “Sitcoms say goodbye: the cultural spectacle of Seinfeld’s last episode”, en *Journal of Popular Film and Television*, 28 (3).

Morris, B. S. (1999): “Why is George so Funny? Television Comedy, Trickster Heroism, and Cultural Studies”, en *English Journal* 88(4), pp. 47-52.

Rannow, J. (2000): *Writing Television Comedy*. New York: Allworth Press.

Root, W. (1979): *Writing the Script. A Practical Guide for Films and Television*. New York: Henry Holt and Company, New York.

Screiber, B. (2003): *What Are You Laughing at? How to Write Funny Stories, Screenplays, Stories and More*. Saline: McNaughton and Gunn.

Taflinger, R. F. (2009): *Sitcom: What It Is, How It Works*, en: <http://www.wsu.edu/~taflinge/sitcom.html>. Fecha de consulta: 4 de junio de 2009.

Leverette, M., Ott, B. y Buckley, C. (2008): *It's not TV: watching HBO in the Post-Television Era*. New York: Routledge.

Savorelli, A., *Comedy Vérité* (2009): *The Observational Documentary Meets the TV Sitcom*, en: <http://antoniosavorelli.it/it/system/files/New+American+Comedy+%5BA4%5D.pdf>

-----(2008) *Oltre la sitcom. Indagine sulle nuove forme comiche della televisione Americana*, Roma: Franco Angeli Edizioni.

Dunleavy, T. (2009): *Hibridity in TV Sitcom: The Case of Comedy Vérité*, disponible en *Flow TV*: <http://flowtv.org/?p=2244>.

Walters, B. (2005): *The Office. A critical reading of the series*. Londres: British Film Institute.

### Otras fuentes de consulta

*The Ottawa Citizen*, “Sad days for sitcoms: With Friends and Frasier checking out this spring and no other breakout hits on the television horizon, where are the laughs?”. 15 de marzo 2004.

*Daily Telegraph*, “The last laugh? It's the end of an era: three of American television's most successful sitcoms ever - *Friends*, *Frasier* and *Sex and the City* – are about to come to an end. Replacing them is a new and altogether darker televisual strand”. 24 de enero de 2004.

*The Hollywood Reporter* , “BBC, HBO Deal With ‘Office’ Duo”, 28 de abril de 2005.

*Time* (2008): “The best TV shows of ALL-TIME”, en <http://www.time.com/time/specials/2007/completelist/0,,1651341,00.html>.

## 7. Anexo

Plantilla de análisis:

- ESTRUCTURA NARRATIVA
  - Número de escenas
  - Número de historias que se plantean (historia principal y subtramas)
  - Lugar donde se desarrolla la acción
  - Análisis de las historias planteadas (esto será un análisis del personaje en la acción por trama planteada, es decir, se repetirá por cada una de las tramas que aparezcan en el episodio)
    - ¿Cuál es el tema planteado en la trama? (relaciones de pareja, relaciones de amistad, relaciones familiares o relaciones laborales).
    - ¿Qué quiere el personaje o los personajes en la situación planteada (meta)? ¿Cómo actúa el personaje ante la situación planteada (acción y palabras)? Descripción de lo que hace y dicen.
    - ¿Cuál es el conflicto que se plantea al protagonista para alcanzar su objetivo?
    - ¿Cómo reacciona el resto de los personajes? ¿Qué hacen o dicen?
    - ¿Cómo acaba la historia? ¿Ha habido alguna transformación en el personaje
- PRODUCCIÓN-REALIZACIÓN

2.1. Tipo de grabación (una cámara, multicámara)

2.2. Tipos de planos

2.3. Iluminación (blanca, oscura...)

### 3) LA CONSTRUCCIÓN DEL HUMOR

3.1. Aportación humorística de la construcción de los personajes principales y secundarios: descripción del personaje principal y de los secundarios. ¿Qué aportación humorística ofrece la caracterización por medio de ese estereotipo?

3.2. Aportación humorística de la situación creada

- 3.2.1. ¿Se valen de la sorpresa para crear humor?
- 3.2.2. ¿Y del malentendido?
- 3.2.3. ¿Engaño y enredo?
- 3.2.4. ¿Identidades e información oculta?
- 3.2.5. ¿Cambio de roles?
- 3.2.6. ¿Los *flashbacks* y las escenas auto-referenciales?

3.3. Análisis chiste visual. ¿Hay algún tipo de chiste físico, realizado con el cuerpo del personaje? ¿Gestos?

3.4. Los chistes verbales

- 3.4.1 La estructura del chiste: ¿Existe *set-up* y *punch-line*?
- 3.4.2 ¿Hay algún *running gag* o chiste recurrente?
- 3.4.3. ¿Juegos de palabras o puns?

3.4.4. ¿Malentendido verbal?

3.4.5. ¿One-liner y las *catch-phrases*?

3.5 Análisis chiste sonoro

3.5.1. ¿Se ha conseguido chistes a través de la entonación?

3.5.2. ¿Cacofonías?

3.5.3. ¿Las onomatopeyas y los guiños musicales?

## 7. Notas

[1] En 1983, *MASH* consiguió 105,4 millones. En 1993, *Cheers* alcanzó 80,3 millones de espectadores, *Seinfeld* 76,2 millones en 1994 y *Friends* 56,2 millones en 2004. Los datos provienen de *Nielsen Media Research*.

[2] *Cliffhanger* es un recurso de guión habitual en el drama para la creación de suspense y que consiste en mantener una trama central de la serie abierta, inacabada, para fomentar la fidelización entre los espectadores.

### FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS - HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIES / REFERENCES:

Bonaut Iriarte, Joseba y Grandío Pérez, María del Mar (2009): "Los nuevos horizontes de la comedia televisiva en el siglo XXI", en RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, 64, páginas 753 a 765. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de 2\_\_\_\_\_, de [http://www.revistalatinacs.org/09/art/859\\_USJ/60\\_87\\_Bonaut\\_y\\_Grandio.html](http://www.revistalatinacs.org/09/art/859_USJ/60_87_Bonaut_y_Grandio.html)  
DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-859-753-765