

**TELEVISIÓN CRÍTICA O INDUSTRIA DE LA RISA:
EL CASO DE LA COMEDIA TELEVISIVA ESPAÑOLA
(1990-2018)¹**

CRITICAL TELEVISION OR LAUGHING INDUSTRY:
THE CASE OF THE SPANISH TELEVISION COMEDY (1990-2018)

Beatriz GÓMEZ MORALES

Universidad de Lleida

beatrizgomez@filcat.udl.cat

Resumen: El potencial crítico del humor en la comedia televisiva ha generado un extenso debate entre los investigadores de la ficción televisiva. La *sitcom*, su principal exponente, ha sido valorada como vehículo reproductor de la ideología dominante por un número significativo de estudiosos. Otros, en cambio, han destacado su capacidad transgresora. En este artículo se analizan las significaciones críticas o conservadoras de la comedia televisiva española de los últimos 30 años centrándonos, principalmente, en la introducción de temáticas de actualidad y problemáticas que conectan con las preocupaciones de la audiencia y su respectivo tratamiento narrativo.

Palabras clave: Televisión. Comedia. Potencial crítico. Parodia carnavalesca. Estereotipo.

Abstract: The critical potential of humour in television comedy has generated an extensive debate among researchers of television fiction. The sitcom, its main exponent, has been valued as a reproductive vehicle of the

¹ Este artículo ha sido elaborado en el marco del proyecto *Historia de la programación y programas de ficción televisiva en España (cadenas de ámbito estatal): de la desregulación al apagón analógico, 1990-2010* (CSO2015-66260-C4-4-P), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad. Los datos de la producción de ficción española entre 2008 y 2018 proceden de los respectivos informes elaborados por el equipo español de Obitel (Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva).

dominant ideology by a significant number of scholars. However, others authors have highlighted their transgressive capacity. This article analyses the critical or conservative meanings of the Spanish television comedy of the last 30 years focusing, mainly, on the introduction of current issues and problems that connect with the concerns of the audience and their respective narrative treatment.

Key Words: Television. Comedy. Critical potential. Carnival parody. Stereotype.

1. INTRODUCCIÓN

El estudio del potencial trasgresor de la comedia tiene sus raíces en Bajtín (1974) y su teoría del carnaval. En su análisis histórico y literario de la obra de Rabelais, el crítico literario ruso explora la naturaleza del jolgorio precuaresmal del siglo XVI y destaca la relevancia de su función social: reunir a la comunidad para confrontar y ridiculizar, a través de la risa festiva popular, inclusiva y ambivalente, las figuras de autoridad.

La adaptación del potencial crítico de la comedia carnavalesca a la comedia televisiva, con la *sitcom* como principal representante, ha sido ampliamente cuestionada y ha generado un intenso debate. Un nutrido grupo de autores recupera postulados teóricos de la Escuela de Frankfurt sobre la imposición de intereses comerciales en la creación cultural (Horkheimer y Adorno, 1998) y argumenta que las presiones del sistema de producción y distribución industrial han despojado a la comedia televisiva de su naturaleza trasgresora (Berman, 1987; Hamamoto, 1989; Marc, 1989). En palabras de Grote (1983: 105): “Everything the traditional comedy stood for, at every level of art, psychology, philosophy, and myth, has been overthrown in this New Comedy of American television”.

En sentido contrario, el trabajo de Rowe (1995) sobre la *unruly woman* indica que la comedia televisiva puede cuestionar el rol social de la mujer, así como también otras pautas sociales y culturales. En la misma línea, Rabinovitz (1999: 145) señala que la comedia de situación “has been the television genre most consistently associated with feminist heroines and with advocating a progressive politics of liberal feminism”. Mellencamp (1992) y Andrews (1998) también defienden el esfuerzo de

la *sitcom* por retar la versión patriarcal o dominante de la feminidad. En paralelo, Abelman (1998), Corner (1999) y Feuer (2001) sugieren que la comedia es particularmente sensible al cambio social y a presentar los actuales conflictos ideológicos; mientras Paterson (1995: 114) sostiene que “comedy offers a safe space within a society from which to witness social transgression. Jokes destroy hierarchy and order and denigrate dominant systems of value”.

Una tercera tendencia la conforman quienes han intentado superar el debate conciliando aspectos de las dos posiciones anteriores, al señalar que la comedia televisiva tiene un potencial ideológico ambiguo: puede cuestionar y reafirmar ideas dominantes y/o conservadoras (King, 2002; Morreale, 2003; Medhurst, 2007). Esta última corriente conecta con los esfuerzos de Palmer (1987: 182) por teorizar la efectividad del humor, esfuerzos que acaban concluyendo que el humor es ambivalente: “humour is both subversive and conservative, offensive and inoffensive, serious and ridiculous; it is its nature as semiotic process that ensures that this is so, and thus semiotics demonstrates why common sense is both paradoxical and correct in this instance”.

En el contexto de este debate, el presente estudio se plantea la misma pregunta de investigación del trabajo de Greene sobre la comedia estadounidense:

The critical issue is whether, and to what degree, American television comedy has provided a space to not only comically amuse the intellect but humorously assault the viewer's perceptions and conceptions of reality, to confound audience expectations of entertainment, to shatter any confidence in a rational world, and to not only challenge what the viewer thought, but how the viewer thought – perhaps the most revolutionary prospect of all (Greene, 2008: 5).

En nuestro caso, el objeto de estudio es la comedia televisiva española de los últimos 28 años. Al inicio de la década de los noventa se produjo la eclosión definitiva de la ficción televisiva española como consecuencia del fin del monopolio de TVE y la entrada de los operadores privados. A partir de ese momento se multiplica la oferta televisiva y se inicia el periodo de mayor productividad y competencia del sistema

televisivo español, periodo que se extiende hasta nuestros días. De allí que el presente estudio se concentre en dicha etapa y contemple las 174 comedias estrenadas en la televisión española de ámbito estatal entre 1990 y 2018.

Con el objetivo de responder a la pregunta planteada por Greene, el análisis de dichas comedias se centra en su *potencial emancipador* (Kellner, 1982). Tal y como señala el propio Kellner, el concepto de *cultura popular emancipadora* no se confunde con el de *arte revolucionario*, puesto que de la primera no se espera un movimiento social real, ni la transformación de la forma, el contenido y los significados de la producción cultural. La cultura popular emancipadora, como producto inserto en una lógica comercial, no tiene aspiraciones tan radicales, pero sí que puede llegar a ofrecer una reflexión crítica de los valores hegemónicos y las formas de vida de la sociedad del capitalismo avanzado. La cultura popular emancipadora dirige la atención de la audiencia hacia principios y aspectos de la vida social que forman parte del acervo compartido del sentido común para despojarlos de su fachada ideológica. Estas propuestas culturales evitan participar en el proceso de naturalización de las representaciones sociales hegemónicas: interrumpen dicho proceso y reclaman distancia crítica para cuestionar y desafiar el imaginario social y los prejuicios del espectador. Algunas incluso llaman la atención sobre la necesidad de cambio y sugieren otras formas de vida posible. Según Kellner, entre las formas culturales para conducir la crítica social destacan la comedia y la parodia. Razón de más para que el estudio se centre precisamente en dicho género.

Puesto que el propósito del estudio es explorar el potencial emancipador de la comedia televisiva, es decir, la dimensión social e ideológica del discurso cómico televisivo, se ha llevado a cabo un análisis sociosemiótico (Semprini, 1990; Landowski, 1997). La investigación se ha realizado en dos fases: 1) el visionado de los programas y construcción de un guion de análisis socio-semiótico; y 2) el análisis cualitativo de los resultados. La metodología es heredera de la propuesta de Lacalle y Gómez (2016) aunque, dadas las diferencias entre ambos estudios, la definición de algunas variables es original. El guion de análisis se estructura en siete apartados: tipo de humor; temáticas dominantes; referencias explícitas e implícitas a sujetos, situaciones y/o temáticas del ámbito político, histórico, económico y/o social; tratamiento del discurso; perspectiva ideológica; uso de estereotipos y época de ambientación. A continuación se presenta

el modelo de guion de análisis completo:

Título de la ficción		
Número de episodio/capítulo		
Fecha de emisión		
Cadena de emisión		
1. Tipo de humor	Visual	<i>Slapstick</i> /violencia física
		<i>Clowning</i> /payasadas
		Mímica y/o imitaciones
		Gags visual
		Otros
	Verbal	Blanco
		Absurdo
		Irónico
		Sarcástico
		Negro
		Escatológico y/o obsceno
		Paródico
		Satírico
		Metahumor
Otros		
2. Temática dominante	Familia (<i>Domcom</i>)	
	Amistad (<i>Palcom</i>)	
	Laboral (Workplace comedy)	
	Amor romántico (Comedia romántica)	
	Otras	
3. Referencias explícitas e implícitas a sujetos, situaciones y/o temáticas del ámbito político, histórico, económico y/o social	Ámbito político	Partidos y movimientos políticos
		Ideologías
		Corrupción política
		Regulación legal de impacto social (tabaco, aborto, etc.)
		Credibilidad institucional
		Violencia política
		Otros
	Ámbito histórico	Republicanismo
		Franquismo
		Nacionalismo
		Guerra civil
		Exilio

		Transición democrática
		Memoria histórica
		Otros
	Ámbito económico	Crisis
		Desempleo
		Precariedad laboral
		Dificultades económicas
		Negocios ilegales
		Fraude fiscal
		Polarización social
		Otros
	Ámbito social	Clasismo
		Machismo
		Diferencias generacionales
		Xenofobia y/o racismo
		Identidad religiosa
		Maternidad
		Salud
		Ecología
Identidad sexual		
Mundo del espectáculo		
Criminalidad		
Conciliación familiar y laboral		
Conflictos familiares		
4. Tratamiento del discurso relativo a los sujetos, procesos y/o temáticas identificados previamente	Tono	Cómico (segmentado por tipo de humor. Ver variable 1)
		Dramático
		Irónico
		Otros
	Papel en la estructura de la historia	Broma puntual
		Introducido como temática secundaria
		Introducido como argumento principal o detonante del conflicto

TELEVISIÓN CRÍTICA O INDUSTRIA DE LA RISA:
EL CASO DE LA COMEDIA TELEVISIVA ESPAÑOLA (1990-2018)

5. Perspectiva ideológica (valoraciones explícitas e implícitas de/ sobre los sujetos procesos y/o temáticas identificados previamente)	No se identifica (introducción neutral o descriptiva/referencia puntual)			
	Juicios verbales de identificación positiva	Pronunciado por:		
		Tipo de personaje	Protagonista o principal	
			Secundario	
			Episódico	
		Rol del personaje	Activo	Pasivo
			Modificador	Conservador
	Protagonista		Antagonista	
	Juicios verbales de identificación negativa	Pronunciado por:		
		Tipo de personaje	Protagonista o principal	
			Secundario	
			Episódico	
		Rol del personaje	Activo	Pasivo
			Modificador	Conservador
Protagonista	Antagonista			
6. Uso de estereotipos	No (ausencia de estereotipos)			
	Si	Universales		
		Regionales/locales		
		De género		
		Étnicos		
		De identidad nacional		
		De identidad sexual		
		Otros (religiosos, de clase, físicos, etc.)		
7. Época de ambientación/temporalidad	Pasado	Remoto		
		Reciente		
	Presente			
	Futuro			

Tabla 1. Guion de análisis

Respecto a la muestra de análisis, de las 174 producciones cómicas estrenadas en la televisión española de ámbito estatal de los 28 años analizados, 115 cuentan con una única temporada. Las 59 restantes si han tenido continuidad en pantalla (dos o más temporadas en antena). El visionado de las 115 primeras incluye el primer y último episodio emitido; mientras que, en el caso de las segundas, se ha analizado la primera temporada completa y el primer y último episodio de cada temporada posterior. De esta manera, ha sido posible identificar el tono general y tipo de humor de la producción, así como las temáticas sociales que han tenido continuidad, la perspectiva ideológica y el resto de variables contempladas en el guion de análisis.

2. LA COMEDIA TELEVISIVA EN ESPAÑA ENTRE 1990 Y 2018: UN MODELO PROPIO

Entre 1990 y 1995, la comedia televisiva en España adoptó de forma fiel el modelo clásico de la *sitcom*. No obstante, a partir de 1995, el género comenzó a desarrollar una identidad propia mediante una adaptación *sui generis* del formato estadounidense. Por un lado, conservó algunos de sus rasgos definitorios, pero, al mismo tiempo, eliminó otros e introdujo unos nuevos. Entre las diferencias, la más evidente es la duración, que, a su vez, ha determinado la omisión de otros rasgos. Básicamente, porque la extensión de las entregas ha supuesto una notable ampliación del número de tramas y personajes principales, así como la introducción de tramas de continuidad y otros elementos de serialización.

El liderazgo de la comedia de protagonismo coral (113 de 174) en España ha provocado que, con frecuencia, el grupo de personajes fijos supere los cinco o seis miembros característicos de la *sitcom*. En el caso español, este rasgo definitorio del formato original sólo se identifica entre las comedias que respetan la duración canónica del formato, es decir, la mayoría de producciones cómicas entre 1990 y 1995 y las adaptaciones más fieles a títulos originales norteamericanos, como *Juntas pero no revueltas* (TVE1, 1995-1996) y *Las chicas de oro* (TVE1, 2010), ambas versiones locales de *The Golden Girls* (NBC, 1985-1992). Estos dos tipos de comedias son, además, prácticamente los únicos que cumplen la obligatoriedad de la estructura cíclica, en la que al final se restablece el equilibrio inicial.

El aumento del número de personajes fijo exige, a su vez, la introducción de un mayor número de líneas argumentales por episodio: entre cuatro y cinco. Dichas líneas argumentales acostumbra a tener el mismo peso narrativo, comparten personajes y mezclan tramas autoconclusivas y tramas multiépisódica. La mayoría de arcos narrativos extensos suelen estar relacionados con tramas románticas que, como en la vida real, no se agotan en un día. Este tipo de estructura se puede apreciar en producciones tan populares como *Manos a la obra* (Antena3, 1998-2001), *7 vidas* (Tele5, 1999-2006), *Aquí no hay quien viva* (Antena3, 2003-2006), *Doctor Mateo* (Antena3, 2009-2011) o *Allí abajo* (Antena3, 2015-).

La introducción de tramas de continuidad con el objeto de mantener la atención del telespectador durante una hora o más puede provocar un desplazamiento de lo cómico a lo dramático. De ahí que España sean abundantes las producciones que oscilan entre la comedia y el drama, tales como *Médico de familia* (Tele5, 1995-1999), *Ana y los 7* (TVE1, 2002-2005) o *Los Serrano* (Tele5, 2003-2008), mejor catalogadas como comedias dramáticas o *dramedies*.

3. LA COMEDIA COMO REFLEJO DE LA ACTUALIDAD

En el contexto de la comedia televisiva estadounidense se identifican numerosas producciones caracterizadas por abordar temas polémicos o incluso tabú, de ahí que Paterson (1995: 114) afirme la existencia de “a remarkable parallel between the themes of successful situation comedies and the social history of modern society”. La introducción de temas controvertidos y de actualidad en una comedia televisiva permite conectar con la audiencia a partir de sus propias preocupaciones, pero no supone necesariamente un tratamiento progresista, ni despliegue de potencial crítico. Dichas temáticas pueden ser introducidas simplemente para insertar una broma puntual, para ser banalizadas o, incluso, para reforzar una visión estereotipada.

Siguiendo los pasos del modelo norteamericano y de otras manifestaciones humorísticas locales, como las chirigotas gaditanas (Fernández Jiménez, 2015), la ficción televisiva nacional también ha introducido temas polémicos, así como cuestiones sociales que preocupan a la ciudadanía, aunque mayoritariamente han sido abordados con un tono blando y ligero. En su estudio sobre la comedia española estrenada

entre 1956 y 1975, Diego y Grandío (2014: 107) señalan que las primeras producciones de dicho periodo se caracterizaban por “ofrecer una visión amable y edulcorada de la realidad con el fin de entretener al espectador”. En la misma línea, sobre las producciones de ficción de los sesenta, Antona Jimeno (2017: 42) afirma que recurrían “al humor, la ironía y la sátira, pero siempre concluyendo con un mensaje optimista y positivo”. Sin sobrepasar el enfoque superficial de las situaciones.

Sobre la ficción del periodo comprendido entre 1975 y 1982, Chicharro Merayo (2018: 388-389) destaca algunas comedias por su vocación crítica: *Ese señor de negro* (TVE, 1975-1976) y *La señora de García se confiesa*. Según la autora, la primera destacaba negativamente el conservadurismo trasnochado de su protagonista, mientras que la segunda realizaba “una sutil crítica hacia las élites burguesas”. La obra específica de los guionistas Jaime de Armiñán y Adolfo Marsillach también ha sido subrayada por su potencial crítico. Catalina Buezo (2002) señala que Armiñán fue pionero en la utilización de la televisión como medio de denuncia y difusor de ideas reformistas; mientras Gordillo Álvarez (2015: 80) afirma que las producciones de Marsillach en los años sesenta marcaron una tendencia humorística “mucho más sarcástica y acida”, que “vendría a ser una crítica de la sociedad española de la época”.

En relación a un contexto más coincidente al que aborda este estudio (1990 y 2006), Rueda Laffond y Chicharro Merayo (2006: 357) señalan que los temas de actualidad introducidos en la comedia han sido “dibujados de manera muy sencilla y reducida, no necesariamente rigurosa, ocultándose buena parte de sus dimensiones más espinosas, y resaltándose sin embargo sus aspectos más sentimentales y emocionales”. Y añaden que “los personajes tienden a solventar sus crisis de la manera socialmente más deseable, planteando un discurso conservador”. También Palacio (2001: 181) señala la ausencia de crítica social en la comedia televisiva destacando que “*Farmacia de guardia* fijará el canon para muchas telecomedias posteriores: contenidos políticamente correctos con el contrapunto de personajes secundarios conservadores”.

El análisis de las primeras comedias del periodo aquí analizado, la década de los noventa, confirman este canon. Por ejemplo, ¡Ay, Señor, Señor! (Antena3, 1994-1995) aspiraba a ser vista como trasgresora presentando como protagonista a un sacerdote moderno: no usaba sotana, era deportista y comprensivo. La serie abordó numerosos temas delicados

(el embarazo no deseado durante la adolescencia, la prostitución, la delincuencia, el consumo de drogas, la homosexualidad, etc.), pero siempre desde una perspectiva muy tradicional, con personajes que caían en el maniqueísmo y la obligatoriedad de un final feliz. El mismo tratamiento de las problemáticas de actualidad lo encontramos, por ejemplo, en *Querido maestro* (Tele5, 1997-1998), que además incluyó la corrupción política, la reinserción social y el maltrato doméstico, entre otros.

En paralelo, algunas comedias de la misma década renunciaron deliberadamente al empleo del humor como herramienta de crítica social. Es el caso, por ejemplo, de *Ni contigo, ni sin ti* (TVE1, 1998), comedia que su protagonista, el actor Pedro Osinaga, presentaba afirmando: “No tiene mensaje ni está hecha para pensar. Son 55 minutos de entretenimiento gracias a las situaciones cómicas y equívocas que generan sus relaciones sentimentales” (Gallo, 1998). Otras comedias, sin posicionarse explícitamente, basaron su comicidad en un tipo de humor banal e inofensivo, principalmente visual, potenciado por el histrionismo de sus protagonistas y la abundancia de gestos cómicos. El caso paradigmático fue *Hostal Royal Manzanares*, pero este tipo de humor también fue predominante en otras comedias menos exitosas del mismo periodo como, por ejemplo, *Kety no para* (TVE1 1997-1998). El humor visual no ha perdido vigencia y ha estado presente en la comedia española en las décadas siguientes, destacando en títulos como *El botones Sacarino* (TVE1, 2000), *El mundo de Chema* (Cuatro, 2006), *Manolo y Benito Corporeision* (Antena3, 2006-2007), *Ella es tu padre* (Tele5, 2017 - FDF, 2018), entre muchas otras. Volviendo a los años noventa, también se identifica una tendencia hacia la broma fácil basada en el doble sentido sexual, que destaca en comedias como *Hermanos de leche* (Antena3, 1994-1996), *La noche de Ozores* (Antena3, 1997) o *Todos los hombres sois iguales* (Tele5, 1996-1998).

Como el resto de comedias protagonizadas por Lina Morgan (*Una de dos*, TVE1, 1998-1999, *Academia de baile Gloria*, TVE1, 2001 y *¿Se puede?*, TVE1, 2004), *Hostal Royal Manzanares* se caracteriza por presentar prácticamente todos los rasgos definitorios del género del sainete, entre los que destacamos la “tendencia a la idealización de los ambientes sin hacer hincapié en los aspectos más negativos de la realidad social del momento” (Ríos Carratalá, 1997: 22). La comedia enfrentaba a la audiencia con temas polémicos y de actualidad, pero no la invitaba

a una reflexión crítica. Todo lo que podía resultar potencialmente crítico o transgresor acababa siendo neutralizado con una broma. Perfectamente coherente con una lógica, la del sainete, que “no suele conllevar a una reflexión moral ni una tensión utópica” (Ríos Carratalá, 1997: 44). En el segundo episodio de la serie, por ejemplo, Sonsi (Ana Obregón) explica a Reme (Lina Morgan) que quedó embarazada siendo adolescente y fue obligada a dar en adopción a la criatura: “Son *chorrás* que se hacen cuando se tiene esa edad, Reme. Si yo volviera a tener un hijo te juro que no habría nadie en el mundo que me separara de él”. En este momento, la serie tiene la oportunidad de posicionarse acerca del embarazo adolescente, sus causas y/o consecuencias. No obstante, en lugar de ello, Sonsi cierra su relato añadiendo: “Ni siquiera Antonio Banderas, y mira que está bueno el tío!”, con lo que se desatan las risas del público.

Más preocupante que la banalización resulta la introducción de temas conflictivos o polémicos para reforzar visiones conservadoras o normalizar estereotipos de discriminación negativa. La famosa serie estadounidense *All in the family* (CBS, 1971-1979), adaptación de la británica *Till Death Us Do Part* (BBC1, 1965-1975), “se convirtió en un gran foro nacional por el que desfilaron todos y cada uno de los conflictos que hasta ese momento solo habían sido noticia en los informativos” (Álvarez Berciano, 1999: 77). Numerosos autores han llamado la atención sobre su innovación en términos de exploración de terreno temático antes desconocido en el *prime time*: homosexualidad, movimiento antibélico, impotencia sexual, menopausia, aborto, etc. (Gitlin, 1983; Abelman, 1998). Ello no implica, en cualquier caso, que dicha serie sea considerada ejemplar en el uso del humor como mecanismo de cuestionamiento del *status quo*. Para muchos autores es justo lo contrario. *Till Death Us Do Part*, así como su sucesora, ha sido fuertemente criticada por estar protagonizada por un entrañable y simpático fanático, xenófobo, machista y racista (Hartley, 2001; Malik, 2002). Su creador, Johnny Speight, afirmaba haber diseñado el personaje para ridiculizar dicho perfil social, pero buena parte de la audiencia lo interpretó como una exaltación de los valores que encarnaba y vio en el personaje una validación de sus propios prejuicios (Husband, 1988; Wells, 1998; Malik, 2002; Lockyer y Pickering, 2005).

A diferencia de la comedia televisiva de la década de los noventa, la producción cómica española desarrollada a partir de 2000, además de introducir temáticas socialmente relevantes, ha sido elogiada por presentar

un mayor apego a la cotidianidad y la actualidad, así como “un humor mucho más irónico, descreído e inmerso en el dialogo” (Puebla Martínez, 2015: 118). Diversos autores han señalado como ejemplo de crítica social la popular comedia *La que se avecina* (Tele5, 2007-). Gordillo Álvarez (2015: 87), por ejemplo, celebra su estrategia al compararla con su antecesora, *Aquí no hay quien viva* (Antena3, 2003-2006): “es mucho más satírica y crítica, y el tipo de humor es bastante más negro y gamberro que el de su predecesora”. En la misma línea, Puebla Martínez y Navarro Sierra (2016: 93) citan un fragmento de su octogésimo episodio para afirmar que la serie “hace una crítica a la política española” e ilustrar la idea de que la comedia es el recurso ideal para cuestionar diversos aspectos de la realidad. En el ejemplo citado, el personaje de Coque (Nacho Guerreros) defiende a Amador (Pablo Chiapella) y Maite (Eva Isanta), quienes están a punto de ser desahuciados. Coque interviene a favor de ellos señalando que la culpa, realmente, es de los políticos y banqueros en general, que con su codicia han hundido el país. Ahora bien, ¿hasta qué punto la serie invita a tomar en serio las palabras de un personaje que lleva, en ese momento, seis años siendo representado como el *tonto gracioso*; un personaje de buen corazón, pero con capacidades intelectuales limitadas por el consumo regular de drogas? ¿Porque la crítica no es vehiculada a través de un personaje asociado a la autoridad, la credibilidad o la inteligencia? ¿Es que acaso la serie, en una especie de homenaje a *Don Quijote de la Mancha*, vincula las ideas más lúcidas a un personaje excéntrico? No parece el caso. La crítica genérica a políticos y banqueros puede ser recurrente y tópica. Lo que es relevante es el contexto de interpretación. Y ni Coque, ni Amador, ni Maite son unos idealistas enloquecidos cargados de razón. El perfil humano de los tres invita, por lo contrario al enfoque fútil y frívolo ¿Qué implicaciones tiene la elección de Amador y Maite para desarrollar la trama del desahucio? ¿Acaso sólo son víctimas de desahucios perfiles sociales identificables con categorías como holgazán o irresponsable?

Algo parecido pasa con el desarrollo del perfil cómico de Antonio Recio (Jordi Sánchez), caracterizado como franquista, xenófobo, homófobo, machista y racista. Se trata de un personaje entrañable, interpretado por un actor cuya “única consigna es que tenía que caer bien como sea” (Gasca, 2016). El retrato tan amable del personaje franquista niega la capacidad crítica o reflexiva de esta serie. Tal como señalaba Malik (2002: 93) para el caso de Alf Garnett, el problema no es presentar dicho perfil en televisión,

sino la forma en la que se hace: como un personaje particularmente empático, con el que la audiencia se llega a sentir identificado. En el caso de *La que se avecina*, el personaje de Antonio Recio se asocia a multitud de latiguillos pegadizos que consiguen extender su influencia más allá de los límites de la ficción, ya sea en el habla cotidiana o a través de diversas formas promocionales, por ejemplo, camisetas con su imagen. El mismo proceso de búsqueda de empatía entre la audiencia y este perfil cómico se evidencia en *Aída* (Tele5, 2005-2014). A través del personaje de Mauricio Colmenero (Mariano Peña), se acerca a la audiencia al perfil cómico del ignorante y sin estudios que tiene éxito económico; del sinvergüenza triunfador. Tal como señalan Biscarrat y Meléndez Malavé (2014: 332), el propio tono humorístico de la serie “permitiría denunciar un estereotipo a través de una presentación crítica del personaje de Mauricio”; sin embargo, se opta por no hacerlo, reforzando implícitamente representaciones tópicas hegemónicas de la inmigración.

Tanto *Aída* como *La que se avecina* han abordado algunas de las principales problemáticas sociales de la España contemporánea: la crisis económica, el desempleo, la precariedad laboral, la estafa inmobiliaria o la corrupción política. No obstante, tal como ya hemos señalado, dicha introducción puede responder a diversos propósitos. En el caso de *Aída*, por ejemplo, Pao (2014: 502) reconoce la presencia habitual de temáticas sociales, pero advierte que “the series does not engage these real and pervasive problems in any meaningful way”. Y añade:

Aída's sisters [Roseanne (ABC, 1988-1997) & Grace Under Fire (ABC, 1993-1998)] demonstrated that even apparently low-brow cultural products can take on serious issues without sacrificing humor. Their Spanish look-alike failed in this regard, however (Pao, 2014: 507).

La introducción de las principales problemáticas sociales permite a estas comedias conectar mejor con la audiencia, creando una aparente impresión de verosimilitud. Con la inclusión de comentarios supuestamente mordaces se pretende dar una pátina de credibilidad a la banalización: con la proliferación de frases de tono irónico, satírico o políticamente incorrecto se crea un engañoso envoltorio de transgresión.

Propuestas televisivas como de *The Simpsons* (Fox, 1989-) o *South*

Park (Comedy Central, 1997-) no vehiculan una crítica ideológica sistemática o coherente, pero consiguen ofrecer “wonderful acts of smuggling” (Terry Gilliam cit. en Wells, 2002: 5); brechas o *intersticios* en la cosmovisión del sistema de ideas dominante (Gubern, 2000: 77). Intersticios en forma de frases mordaces o de destacable lucidez crítica que, aunque no forman parte de un plan para sugerir otras formas de vida posibles, cuestionan propuestas de la ideología prevalente presentadas como inevitables. Estos comentarios puntuales brillantes nos permiten ser más conscientes de nuestra realidad, aunque, como afirma Eco (1984: 8), solo sea por un instante: “We smile because we feel sad for having discovered, only for a moment, the truth”. La lógica carnavalesca puede tener una función ambivalente. El mismo Eco (1984) propone comprender la inversión carnavalesca no tanto como una rebelión temporal en contra de la norma, si no como una transgresión autorizada o tolerada que subvierte los valores solo en apariencia. Bajtín (1974), por su parte, señala que el carnaval sólo interrumpía provisionalmente el funcionamiento del sistema oficial y la efímera victoria de la transgresión popular no sobrepasaba los límites de las fiestas. Aunque esa ocasión de liberación y escape acotada en el tiempo y el espacio, el carnaval, permitía a los siervos un cambio en la percepción social: relativizaba el imaginario rígido e incuestionable del orden social estamental. Una relativización del imaginario social que en las comedias española antes citadas no se produce nunca o casi nunca. Lejos de buscar la transgresión, estas producciones tienden a reforzar un posicionamiento conservador, revalidando todo tipo de estereotipos de discriminación negativa.

Otras series más recientes, como *Stamos okupa2* (TVE1, 2012), *Con el culo al aire* (Antena3, 2012-2014) y *Buscando el norte* (Antena3, 2016), partían de premisas que prometían crítica social. Durante los peores años de la crisis económica, estas comedias abordaron las hipotecas basura y los desahucios, los recortes en materia de sanidad y educación, el movimiento *okupa* y la fuga de talento, entre otros. Pero, si bien es cierto que el punto de partida era potencialmente crítico, el tratamiento de los temas careció de mordacidad: la necesidad de un final feliz y la mitificación de las relaciones familiares diluyó los conflictos y los arrastró al terreno de enfoques blandos y previsibles. En definitiva, en muy pocos casos se identifica un tratamiento arriesgado, novedoso o al menos tridimensional de temáticas polémicas en la comedia televisiva española. De hecho, este género

solo da verdaderas muestras de su potencial crítico cuando es enriquecido con elementos propios del drama, tal como sucede en *Mujeres* (TVE2, 2006) o *Cuestión de sexo* (Cuatro, 2007-2009). En *Mujeres*, por ejemplo, es destacable la crítica al nacionalcatolicismo de la extrema derecha española a través del personaje de Covadonga (Imma Colomer); así como la representación realista de la homosexualidad, sin amaneramientos exagerados o remedos de travestis, a partir del personaje de Jaime (Aitor Merino). *Mujeres*, además, fue reconocida por la crítica por su representación de la mujer en todas las etapas de la vida; una representación que se aleja del modelo tradicional, presentando mujeres que no responden al modelo dominante de fantasía cinematográfica y que celebra la amistad femenina (Menéndez Menéndez, 2014: 75). *Cuestión de sexo*, en cambio, se esforzó por desmontar tópicos relacionados con la sexualidad humana y presentar la verdadera complejidad de las relaciones sentimentales. Abordando, por ejemplo, la infidelidad no como una cuestión de buenos o malos, sino como una situación de la que pueden ser responsables tres, y no solo dos, o planteado el debate sobre las diferencias sociales y culturales establecidas para que hombres y mujeres vivan y exploren su sexualidad. Diferencias resumidas por el personaje de Sofía (Ana Fernández) como: “ellos pueden fardar de chicas, pero si nosotras lo hacemos somos llamadas guarras”.

4. LA SÁTIRA

Uno de los recursos más eficaces que emplea la comedia para hacer crítica social es la sátira, un género *extramural* que puede referirse a cualquier ámbito de la vida social (Hutcheon, 1985). Al margen de los programas de *sketches* satíricos, como *Monty Python's Flying Circus* (BBC1, 1969-1973; BBC2, 1974), o los diversos formatos de imitaciones humorísticas televisivas (Fernández Jiménez, 2018), la ficción cómica también puede adoptar como hilo argumental un aspecto de la vida social y retratarlo desde el prisma de la sátira, tal como hacía, por ejemplo, *Yes, Minister* (BBC Two, 1980-1984) o *The Thick of It* (BBC Four, 2005; BBC Two, 2009-2012) con la política. No obstante, en España, dicho recurso cómico no ha gozado de popularidad. Por ejemplo, *Moncloa, ¿dígame?* (Tele5, 2001), la única comedia que se ha centrado precisamente en la política, renunció, desde el inicio, a la sátira. Su director, Oriol Grau, afirmaba que su “intención no ha sido hacer una serie crítica con el poder ni

un seguimiento de los políticos” (M. R. , 2001). “La política sólo aparecerá como una pincelada” (Cendrós, 2000), añadía Grau, quien descartaba una sátira como la de *Yes, Minister* por dudar que España estuviera preparada para un producto de ese estilo. *Moncloa, ¿dígame?* falló en su representación de un grupo de altos funcionarios que *salvaba el pellejo* a los políticos, para caer en el estereotipo: el de los funcionarios inútiles, que solo piensan en *escaquearse* del trabajo. Se trataron algunos temas espinosos, pero no contó con el humor mordaz de otras comedias políticas anteriores, desaprovechando por completo las posibilidades satíricas del género.

Otro aspecto de la realidad contemporánea que suelen satirizar las comedias es el de los medios de comunicación. En Estados Unidos de América hay una larga tradición de comedia autoreflexiva y caracterizada por el metacomentario, en la que destacan las producciones de MTM Enterprises. En España, por el contrario, las comedias relacionadas con la esfera mediática han sido minoritarias. Por ejemplo, *Famosos y familia* (TVE1, 1999) revelaba los entresijos de una producción televisiva de ficción, de la misma manera que *Locos por la tele* (TVE1, 1991) lo hacía con los concursos de televisión. La trama de *Fuera de control* (TVE1, 2006) giraba alrededor de la producción de un programa informativo, mientras *7 días al desnudo* (Cuatro, 2005-2006) se centraba en la sala de redacción de una revista sensacionalista. Esta última renunció a ofrecer una reflexión crítica sobre la profesión. Mireia Acosta, productora ejecutiva de Videomedia, responsable de la serie, afirmaba que el proyecto nacía “con la única pretensión de hacer reír”, mientras que su director, Jesús Font, declaraba que la trama “se podría extrapolar a cualquier otra profesión” (Baragaño, 2005). Casi una década después, Telecinco recuperaba la premisa de *7 días al desnudo* con el estreno de *B&B, de boca en boca* (Tele5, 2014-2015). El resultado fue el mismo: como en las otras cuatro series, el peso de las tramas románticas y/o de amistad fue muy superior al de las laborales, reduciendo significativamente los márgenes para hacer crítica autoreflexiva de los medios de comunicación.

Finalmente, la Iglesia, una de las instituciones más criticadas en la tradición carnavalesca, tampoco se ha convertido en fuente relevante de sátira para la comedia televisiva española. Al margen de algún comentario crítico puntual, la figura del sacerdote ha recibido una caracterización positiva, siendo representado como consejero y voz de la razón. En la

búsqueda de su revalidación como una figura positiva se ha recurrido, con frecuencia, a la trama del hermano gemelo malo, mujeriego y problemático, tal como se observa en *Como el perro y el gato* y *Aquí hay Paz y después Gloria* (Tele5, 2015). Incluso el padre Luis, protagonista de ¡Ay, Señor, Señor!, tenía un gemelo malvado. El único párroco fuera del canon es el padre Miguel (Manuel Millán), de *Aquí no hay quien viva* (Antena3, 2003-2006), un personaje más próximo a la lógica de la picaresca, determinado en convencer a los vecinos para que compren su último disco, dinamizar su carrera musical y obtener beneficio económico.

5. LA PARODIA

La parodia, según Bajtín (1974: 10), constituye uno de los géneros más apropiados para vehicular la noble tradición del carnaval: “La parodia es orgánicamente ajena a los géneros ‘puros’ (la epopeya, la tragedia) y, por el contrario, es orgánicamente propia de los géneros carnavalizados” (Bajtín, 2003: 185-186). Y es precisamente esta herramienta la que emplean algunas comedias televisivas en su intento por invitar a la audiencia a cuestionar aspectos de la vida cotidiana. Como en el caso de la sátira, la parodia en televisión no acostumbra a servir de base de líneas argumentales en forma de narrativas autónomas, sino de programas de *sketches*, como *Saturday Night Live* (NBC, 1975-), que también incluye segmentos satíricos. Los programas dedicados a parodiar un género o formato específico no han sido muy numerosos, pero existen ejemplos muy destacados, como es el caso de *Get Smart* (NBC, 1965-1970). No obstante, el subgénero que más ha explotado la parodia como estrategia cómica es la comedia animada de *prime time* (Gómez Morales, 2014).

En España, las parodias también han encontrado en el *sketch* su mejor formato, destacando en programas como *Homo Zapping* (Antena3, 2003-2007; Neox, 2016-) o *Teletipos* (Tele5, 2006), entre otros. Por el contrario, como estrategia central del relato sólo se identifica en dos producciones; dos *workplace comedies* basadas en géneros de ficción tradicionales. La primera, *Agente 700* (TVE1, 2001), recuperaba el motivo narrativo de *Get Smart*: Josema Yuste, en el papel de un despistado agente secreto de la Megagencia, luchaba contra KASPA, una organización que tiene como objetivo acabar con la paz y el equilibrio mundial. La segunda, *Plutón BRB Nero* (TVE2, 2008-2009), dirigida por Álex de la Iglesia,

relataba las aventuras de la tripulación de una nave espacial en busca de un planeta habitable para la raza humana. Esta comedia de autor también era una *sci-fi comedy* (o *sci-ficom*), dado que al parodiar la franquicia *Star Trek* se apropiaba de la mayoría de sus elementos definitorios.

6. LA COMEDIA SOBRE EL PASADO

La ficción ambientada en el pasado ofrece la oportunidad de reflexionar sobre periodos o épocas anteriores desde la distancia crítica que posibilita el presente. Y, simultáneamente, también permite reflexionar sobre el presente partiendo de una visión crítica de la propia historia. Con el cambio de siglo, el drama de época ha experimentado un resurgir (Salvador Esteban, 2016), mientras la comedia se ha mantenido en las coordenadas de la proximidad temporal. En las tres últimas décadas sólo se identifican cuatro comedias inspiradas en el pasado: *La banda de Pérez* (TVE1, 1997), *Plaza de España* (TVE1, 2011), *Los quien* (Antena3, 2011) y *Arde Madrid* (Movistar+, 2018). Las dos primeras están ambientadas en la Guerra Civil española, mientras la tercera se ubica en 1981 y la cuarta, dos décadas antes, en 1961.

Inspiradas por producciones como *'Allo, 'Allo* (BBC, 1982-1992), *Hogan's Heroes* (CBS, 1965-1971) o *M*A*S*H* (CBS, 1972-1983), *La banda de Pérez* y *Plaza de España* también se centran en un conflicto bélico, la guerra civil española. Pero, a diferencia de sus referentes internacionales, ambas producciones aparcan cualquier intención crítica, abordando la guerra civil desde una perspectiva condescendiente con los valores del franquismo, banalizando su naturaleza represiva y ridiculizando a los personajes identificados con valores republicanos.

En lo que se refiere a *Los quien*, el detonante de la acción es el divorcio de la pareja protagonista, la primera en España en acogerse a la ley de divorcio de 1981. A primera vista podía parecer que el pasado jugaba un rol determinante en el desarrollo del relato. Sin embargo, las diversas tramas desarrolladas podían haber sido abordadas en la actualidad con el mismo resultado. El pasado sólo cobra relevancia en forma de broma puntual y contextual. Con frecuencia, la comicidad de los diálogos recae en su carácter falsamente predictivo. Por ejemplo, en el primer episodio, mientras Susana (María Pujalte) y Candela (Cristina Alcázar) siguen la retransmisión televisiva de la celebración de la boda de Diana

Spencer y Carlos de Gales, Candela bromea sobre la posibilidad de que, en España, el príncipe también se casará con una plebeya y, además, periodista. La escena es una muestra clara de empatía activa con la imagen supuestamente modernizadora o democratizadora que representa el enlace matrimonial entre un príncipe y una plebeya. Un esquema muy alejado de las posibilidades de distancia satírica del poder y sus representaciones que ofrece la comedia.

Arde Madrid es la excepción. A través de las figuras antagónicas de Ava Gardner (Debi Mazar) y su criada Ana Mari (Inma Cuesta), el relato explora la represión social franquista y las diferencias culturales. A diferencia de las comedias anteriores, *Arde Madrid* explota las posibilidades críticas de su ambientación histórica y ofrece una lúcida reflexión sobre el nacionalcatolicismo. Esta comedia, otra muestra de la arriesgada apuesta de ficción de la plataforma de pago, nos presenta unos protagonistas, Ana Mari y Manolo (Paco León), que sufren una profunda transformación, hecho casi inédito en la comedia televisiva.

7. LOS ESTEREOTIPOS

La comedia televisiva española, tal como señalábamos antes, excluye algunos rasgos definitorios de la *sitcom* tradicional, pero también conserva otros, como la puesta en escena puramente teatral y, más característico aún, los personajes estereotipados. Desde los orígenes del formato, el estereotipo se ha convertido en unos de sus mejores aliados. De hecho, una parte importante de la comicidad de la *sitcom* tiene su origen en la rigidez de sus personajes. Unos personajes exagerados, fácilmente reconocibles, previsibles y estáticos.

La comedia ha sido pionera en la introducción de nuevos perfiles sociales, aunque mayoritariamente lo ha hecho desde el prisma del estereotipo. Como el mismo humor, los estereotipos pueden ser ambiguos: “[...] depending upon the extent to which it is used either as a norm to be transgressed or as the ready-made embodiment of the unusual, the eccentric, and the deviant” (Neale y Krutnik, 1990: 4). Su uso para subvertir ciertos perfiles sociales es una característica de la “cultura popular emancipadora” (Kellner, 1982). Su reafirmación constante, por el contrario, extiende y perpetua la discriminación y los prejuicios. En el caso concreto de la comedia, su uso, aunque generalizado, también resulta

más preocupante, puesto que el humor ha demostrado un enorme poder en el proceso de transmisión de ideologías (Lockyer y Pickering, 2008). Así pues, el uso de ciertos estereotipos puede resultar más nocivo que la misma invisibilización del perfil representado.

En la comedia televisiva española, como la norteamericana (Martinez y Ramasubramanian, 2015; Ávila-Saavedra, 2011; Valdivia, 2010), la británica (Husband, 1988; Ahmed, 2013) y la australiana (Mitchell, 1992), los inmigrantes constituyen uno de los grupos sociales más estereotipados. Entre ellos destacan los sudamericanos, quienes han sido representados, principalmente, bajo la figura del cubano vividor y/o *sabrosón*, el argentino psicoanalista y/o psicólogo y el colombiano narcotraficante o sicario. Otros estereotipos de discriminación negativa recurrente son el del norte africano *trapichero* y el inmigrante de Europa del Este cuya comicidad deriva de su incapacidad para hablar castellano correctamente. Finalmente, los asiáticos suelen ser caracterizados como vendedores de baratijas y falsificaciones. Sobre este último grupo llama la atención el caso atípico de Kim Ki Yong, personaje de *Pelotas*. En este *dramedy*, Alberto Jo Lee interpreta a un alto ejecutivo surcoreano caracterizado con todo tipo atributos positivos.

La simplificación estereotipada de la homosexualidad masculina representa otra fuente inagotable de comicidad. Su amaneramiento excesivo y promiscuidad suelen ser los rasgos predominantes. Una mención especial merecen, por popularidad e impacto en la audiencia, Fidel (Eduardo Casanova) y Tony (Secun de la Rosa) de *Aída* y Mauri (Luis Merlo) y Fernando (Adrià Collado) de *Aquí no hay quien viva*. Los dos primeros, aunque representados bajo el estereotipo tradicional, son prácticamente los únicos personajes de la serie retratados como emocionalmente inteligentes y con estudios universitarios. Mauri y Fernando, por su parte, constituyeron la primera pareja gay protagonista de una ficción española. Como en el caso de Willy (*Tío Willy*, TVE1, 1998-1999), Mauri y Fernando también se alejaron del tratamiento caricaturizado y no asociaron el tópico de la promiscuidad a su representación.

8. CONCLUSIONES

Con este artículo se aborda, por primera vez, el potencial crítico de la comedia televisiva española. Un género que ha resultado clave en

la configuración de las parrillas televisivas y la consolidación de la producción de ficción en España, pero que se ha decantado de forma preferente por estrategias argumentales orientadas al entretenimiento acrítico. El recorrido por la historia reciente del género en España indica que no se ha buscado o encontrado una perspectiva narrativa inspirada en la larga tradición del carnaval descrita por Rabelais, heredero de las festividades Dionisiacas de los griegos y romanos. Ni siquiera se ha explotado dicha posibilidad desde una óptica conservadora, como mero simulacro de reflexión crítica. La comedia española, debido, en parte, a su necesidad de atraer la mayor cantidad de audiencia posible, ha preferido ser conservadora en sus planteamientos ideológicos y narrativos. Ha buscado la complicidad de públicos mayoritarios sugiriendo una imagen de modernidad con la inclusión de temas de actualidad que preocupan a los ciudadanos. Cierto. Pero la mayoría de las veces lo ha hecho con el propósito de vestir de transgresión la banalización de dichas temáticas. La comedia televisiva española han evitado asumir riesgos en la crítica, prefiriendo ofrecer historias amables de fácil digestión.

Sólo en casos puntuales, principalmente entre las producciones que combinan comedia y drama, se han identificado expresiones del potencial crítico del humor. En líneas generales, los personajes y tramas a través de los cuales se ha abordado la identidad de género o la orientación sexual son los que han recibido el tratamiento más tridimensional. Mientras que las temáticas relativas a la corrupción política, la crisis económica, la guerra civil y la diversidad cultural y religiosa han sido representadas exclusivamente desde el prisma de los tópicos.

Por otra parte, los subgéneros cómicos con más potencial transgresor o vanguardista, como la comedia negra o la comedia anárquica, no han estado presentes en la parrilla televisiva española. Y la sátira y la parodia son minoritarias. Por el contrario, el uso de estereotipos de discriminación negativa, uno de los elementos más nocivos de la *sitcom*, se ha normalizado. Particularmente en el caso de la representación de la inmigración. A través de los estereotipos, y en contra de su naturaleza carnavalesca, la comedia televisiva española hace que la lógica del humor invite a la audiencia a reírse preferentemente de los grupos sociales más vulnerables, instalándose en una tendencia señalada por Mills (2009: 79):

Running throughout the academic analysis of sitcom is an assump-

tion that the genre problematically upholds power structures within society and is a useful tool for normalising the demonisation of certain social groups. It is therefore very definitely not the tool of the downtrodden, and sitcom humour may instead be one of the most powerful ways in which unequal social distinctions remain upheld.

De esta manera, la comedia televisiva española ha actuado, preferentemente, como instrumento de legitimación del poder. El potencial de doble filo, propio de la comedia, ha obviado la dimensión crítica para decantarse por una función divisoria y excluyente. Una función divisoria que no solo apoya las desigualdades sino que, como apunta Medhurst (2007: 19), también las encubre con una “aura de inevitabilidad”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABELMAN, R. (1998). *Reaching a Critical Mass. A Critical Analysis of Television Entertainment*. Mahwah: L. Erlbaum.
- AHMED, A. A. (2013). “Faith in Comedy: Representations of Muslim Identity in British Comedy”. *South Asian Popular Culture* 11.1, 91-96.
- ÁLVAREZ BERCIANO, R. (1999). *La comedia enlatada: de Lucille Ball a Los Simpson*. Barcelona: Gedisa.
- ANDREWS, M. (1998). “Butterflies and Caustic Asides: Housewife, Comedy and the Feminist Movement”. En *Because I tell a joke or two: Comedy, politics and social difference*, S. Wagg (ed.), 50-64. London: Routledge.
- ANTONA JIMENO, T. (2017). “El entretenimiento como pilar de la programación televisiva durante el periodo 1958-75”. *Communication & Society* 30.2, 31-45, https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=617 [10/03/2019].
- AVILA-SAAVEDRA, G. (2011). “Ethnic otherness versus cultural assimilation: U.S. Latino comedians and the politics of identity”. *Mass Communication and Society* 14.3, 271-291, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15205431003650478> [10/03/2019].
- BAJTÍN, M. (1974). *La cultura popular en la Edad Media y en el*

- Renacimiento*. Barcelona: Barrals.
- ____ (2003). *Problemas de la poética de Dostoievski*. México, D. F: Fondo de Cultura Económica.
- BARAGAÑO, T. (2005). “Cuatro estrena ‘7 días al desnudo’, comedia en estado puro para su horario estelar”. *El País*, 22 de diciembre, https://elpais.com/diario/2005/12/22/radiotv/1135206003_850215.html [25/02/2019].
- BERMAN, R. (1987). *How Television Sees Its Audience: A look at the Looking Glass*. Newbury Park (CA): Sage.
- BISCARRAT, L. y MELÉNDEZ MALAVÉ, N. (2014). “De la exclusión a la heteronomía. Inmigrantes en la ficción televisiva *Aída*”. *Icono 14* 12.1, 319-346, <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/566> [10/03/2019].
- BUEZO, C. (2002). “Jaime de Armiñán y los medios de comunicación social como difusores de ideas reformistas”. *Espéculo. Revista de estudios literarios* 20, <https://webs.ucm.es/info/especulo/numero20/arminan.html> [25/02/2019].
- CENDRÓS, T. (2000). “‘Moncloa, ¿dígame?’ parodia al funcionariado del palacio presidencial”. *El País*, 30 de diciembre, https://elpais.com/diario/2000/12/30/radiotv/978130803_850215.html [25/02/2019].
- CHICHARRO MERAYO, M. M. (2018). “La ficción de producción propia entre 1975 y 1982”. En *Una televisión con dos cadenas, la programación en España (1956-1990)*, J. Montero (dir.), 381-393. Madrid: Cátedra.
- CORNER, J. (1999). *Critical Ideas in Television Studies*. Oxford: Oxford University Press.
- DIEGO, P. y GRANDÍO, M. M. (2014). “Producción y programación de series cómicas de TVE en la época franquista: Jaime de Armiñán y las primeras comedias costumbristas”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 20, 105-120, <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/45093> [10/03/2019].
- FERNÁNDEZ JIMÉNEZ, E. (2015). “Acercamiento a la creatividad de las chirigotas gaditanas”. *Creatividad y Sociedad* 24, 64-88.
- ____ (2018). “Las imitaciones humorísticas televisivas en España: propuesta de clasificación”. *Signa. Revista de la Asociación Española de Semiótica* 27, 293-321, <http://revistas.uned.es/index.php/signa/article/view/19017/17897> [10/03/2019].

- FEUER, J. (2001). "Situation Comedy, Part 2". En *The Television Genre Book*, G. Creeber (ed.), 67-70. London: BFI.
- GALLO, I. (1998). "TVE estrena una comedia para lucimiento personal del actor Pedro Osinaga". *El País*, 12 de febrero, https://elpais.com/diario/1998/02/12/radiotv/887238007_850215.html [25/02/2019].
- GASCA, J. (2016). "Jordi Sánchez (Antonio Recio): 'LQSA no va contra los gays'". *Shangay*, 12 de diciembre, <https://shangay.com/2016/12/12/jordi-sanchez-antonio-recio-lqsa-no-va-contra-los-gays/> [25/02/2019].
- GITLIN, T. (1983). *Inside Prime Time*. New York: Pantheon.
- GÓMEZ MORALES, B. (2014). "La comedia animada de *prime time* en Estados Unidos. Un subgénero paródico, autorreflexivo e intertextual". *Comunicación y Sociedad* 27.1, 127-142, https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=483 [10/03/2019].
- GORDILLO ÁLVAREZ, I. (2015). "La comedia televisiva: clichés, gags y estereotipos como base para el 'buen' humor". En *Ficciónando en el siglo XXI. La ficción televisiva en España*, B. Puebla Martínez, N. Navarro Sierra y E. Carrillo Pascual (coords.), 79-101. Madrid: Icono14.
- GREENE, D. (2008). *Politics and the American Television Comedy: A Critical Survey from I Love Lucy Through South Park*. Jefferson (NC): McFarland.
- GROTE, D. (1983). *The End of Comedy: The Sit-com and the Comedic Tradition*. Hamden: Archon.
- GUBERN, R. (2000). *El eros electrónico*. Madrid: Taurus.
- HAMAMOTO, D. Y. (1989). *Nervous Laughter: Television Situation Comedy and Liberal Democratic Ideology*. New York: Praeger.
- HARTLEY, J. (2001). "Situation Comedy, Part 1". En *The Television Genre Book*, G. Creeber (ed.), 65-67. London: BFI.
- HORKHEIMER, M. y ADORNO, T. (1998). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.
- HUSBAND, C. (1988). "Racist Humour and Racist Ideology in British Television, or I Laughed Till You Cried". En *Humour in Society: Resistance and Control*, C. Powell y G. E. C. Paton (eds.), 149-178. New York: St. Martin's Press.
- HUTCHEON, L. (1985). *A Theory of Parody: The Teachings of Twentieth-*

- century Art Forms*. New York: Methuen.
- KELLNER, D. (1982). "TV, Ideology, and Emancipatory Popular Culture". En *Television: The Critical View*, H. Newcomb (ed.), 386-421. New York: Oxford University Press.
- KING, G. (2002). *Film Comedy*. London: Wallflower.
- LACALLE, Ch. y GÓMEZ, B. (2016). "The Representation of Workingwomen in Spanish Television Fiction". *Comunicar* XXIV.47, 59-67, <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=47&articulo=47-2016-06> [10/03/2019].
- LANDOWSKI, E. (1997). *Présences de l'autre: essais de socio-sémiotique II*. Paris: Presses Universitaires de France.
- LOCKYER, S. y PICKERING, M. (2005). "Introduction. The Ethics and Aesthetics of Humour and Comedy". En *Beyond a Joke: The Limits of Humour*, S. Lockyer & M. Pickering (eds.), 1-24. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- ____ (2008). "You Must Be Joking: The Sociological Critique of Humour and Comic Media". *Sociology Compass* 2.3, 808-820.
- M. R. (2001). "Tele 5 estrena esta noche la serie 'Moncloa, ¿dígame?'". (2001). *La voz de Galicia*, 9 de enero, http://media.lavozdegalicia.es/noticia/television/2001/01/09/tele-5-estrena-noche-serie-moncloa-digame/0003_367932.htm [25/02/2019].
- MALIK, S. (2002). *Representing Black Britain: Black and Asian Images on Television*. London: Sage.
- MARC, D. (1989). *Comic Visions: Television Comedy and American Culture*. Boston: Unwin Hyman.
- MARTINEZ, A. R. & RAMASUBRAMANIAN, S. (2015). "Latino Audiences, Racial/Ethnic Identification, and Responses to Stereotypical Comedy". *Mass Communication and Society* 18.2, 209-229.
- MEDHURST, A. (2007). *A National Joke: Popular Comedy and English Cultural Identities*. New York: Routledge.
- MELLENCAMP, P. (1992). *High Anxiety: Catastrophe, Scandal, Age and Comedy*. Bloomington: Indiana University Press.
- MENÉNDEZ MENÉNDEZ, M. I. (2014). "Ponga una mujer en su vida: análisis desde la perspectiva de género de las ficciones de TVE 'Mujeres' y 'Con dos tacones' (2005-2006)". *Área abierta* 14.3,

- 61-80, <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/45722> [10/03/2019].
- MILLS, B. (2009). *The Sitcom*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- MITCHELL, T. (1992). "Wogs Still out of Work: Australian Television Comedy as Colonial Discourse". *Australasian Drama Studies* 20, 119-133, http://www.multiculturalaustralia.edu.au/doc/mitchell_1.pdf [10/03/2019].
- MORREALE, J. (2003). "On the Sitcom. Introduction". En *Critiquing the Sitcom: A Reader*, J. Morreale (ed.), xi-xix. Syracuse: Syracuse University Press.
- NEALE, S. & KRUTNIK, F. (1990). *Popular Film and Television Comedy*. London: Routledge.
- PALACIO, M. (2001). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- PALMER, J. (1987). *The Logic of the Absurd: On Film and Television Comedy*. London: BFI.
- PAO, M. T. (2014). "Views and Voices of the Working Class: Aída and Rosario". *Hispania* 97.3, 498-509.
- PATERSON, R. (1995). "Drama and Entertainment". En *Television. An International History*, A. Smith (ed.), 95-117. Oxford: Oxford University Press.
- PUEBLA MARTÍNEZ, B. (2015). "7 vidas, la sitcom con color castizo". En *Ficcionando en el siglo XXI. La ficción televisiva en España*, B. Puebla Martínez, N. Navarro Sierra y E. Carrillo Pascual (coords.), 103-123. Madrid: Icono14.
- PUEBLA MARTÍNEZ, B. y NAVARRO SIERRA, N. (2016). "Perspectivas de las teorías clásicas de la comunicación frente a las 'olvidadas' referencias a la actualidad en la telecomedia española". *Index comunicación* 6.2, 83-99, <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/224> [10/03/2019].
- RABINOVITZ, L. (1999). "Ms. -Representation: The politics of feminist sitcoms". En *Television, History, and American Culture: Feminist Critical Essay*, M. B. Haralovich & L. Rabinovitz (eds.), 144-167. Durham: Duke University Press.
- RÍOS CARRATALÁ, J. A. (1997). *Lo sainetesco en el cine español*. Alicante: Universidad de Alicante.

- ROWE, K. (1995). *The Unruly Woman: Gender and the Genres of Laughter*. Austin: University of Texas Press.
- RUEDA LAFFOND, J. C. y CHICHARRO MERAYO, M. M. (2006). *La televisión en España 1956-2006: política, consumo y cultura televisiva*. Madrid: Fragua.
- SALVADOR ESTEBAN, L. (2016). “Historia y ficción televisiva, la representación del pasado en ‘Isabel’”. *Index Comunicación* 6.2, 151-71, <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/231> [10/03/2019].
- SEMPRINI, A. (1990). “Introduzione”. En *Lo sguardo sociosemiotico. Comunicazione, marche, media, pubblicità*, A. Semprini (ed.), 15-30. Milano: Angeli.
- VALDIVIA, A. N. (2010). *Latina/os and the Media*. Malden, MA: Polity Press.
- WELLS, P. (1998). “‘Where everybody knows your name’. Open convictions and closed context in the American situation comedy”. En *Because I Tell a Joke or Two: Comedy, Politics and Social Difference*, S. Wagg (ed.), 180-201. London: Routledge.
- _____. (2002). *Animation and America*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Recibido el 25 de febrero de 2019.

Aceptado el 8 de abril de 2019.