CUADERNOS.INFO Nº 45 ISSN 0719-3661
Versión electrónica: ISSN 0719-367x
http://www.cuadernos.info
https://doi.org/10.7764/cdi.46.1804

CC BY-SA

Recibido: 30-07-2019 / Aceptado: 04-03-2020

La definición de una narrativa propia. La comedia televisiva española (1990-2018)

The definition of an own narrative. The Spanish television comedy (1990-2018)

A definição de uma narrativa própria. A comédia da televisão espanhola (1990-2018)

Beatriz Gómez Morales, Universitat de Lleida, Lleida, España (beatriz.gomez@udl.cat)

RESUMEN | A principios de la década de los noventa, la ficción televisiva española inició una evolución sin precedentes. El objetivo de esta investigación es examinar, mediante un análisis de contenido, los rasgos definitorios del género que lideró dicha evolución: la comedia. El estudio contempla toda la ficción cómica de producción española, de ámbito estatal, estrenada entre 1990 y 2018 (180 producciones), y la analiza en función de sus características narrativas y estilísticas. Los resultados demuestran que la comedia televisiva española, tras un breve periodo de fiel adaptación a la *sitcom*, empezó a desarrollar una identidad propia. Aunque conserva algunos de los rasgos definitorios del referente canónico norteamericano, como los personajes estereotipados, los escenarios interiores y la ambientación en la contemporaneidad, ha ignorado otros, entre los que destaca la duración de entre 22 y 24 minutos, la introducción de risas en directo o enlatadas y la estructura exclusivamente autoconclusiva. Además, el género, en su forma española, ha incorporado nuevos rasgos, como el desplazamiento de lo cómico a lo dramático, la ampliación del número de tramas y personajes principales, y la introducción de tramas de continuidad y otros elementos de serialización. Asimismo, la comedia televisiva española ha integrado parte importante de la tradición teatral y cinematográfica nacional.

PALABRAS CLAVE: comedia; televisión; ficción; *sitcom*; narrativa; España.

FORMA DE CITAR

Gómez Morales, B. (2020). La definición de una narrativa propia. La comedia televisiva española (1990-2018). *Cuadernos.info*, (46), 342-366. https://doi.org/10.7764/cdi.46.1804

ABSTRACT | *In the early nineties, Spanish television fiction began an unprecedented evolution. The aim of this research is to examine, through a content analysis, the defining features of the genre that led this evolution: comedy. The study includes all the comic fiction of Spanish production released between 1990 and 2018 (180 productions on State networks) and analyses it based on its narrative and stylistic characteristics. The results show that, after a brief period of faithful adaptation to the sitcom, the Spanish television comedy began to develop its own identity. Although it retains some of the defining features of the North American canonical reference, such as stereotypical characters, interior settings and the setting in the contemporary world, it has ignored others, like the average duration of 22 to 24 minutes, the introduction of live or prerecorded laughter and the exclusively episodic structure. In addition, the genre, in its Spanish form, has incorporated new features, such as the shift from the comic to the dramatic, the expansion of the number of plots and main characters, and the introduction of continuity plots and other elements of serialization. Likewise, the Spanish television comedy has integrated an important part of the national theater and film tradition.*

KEYWORDS: *comedy; television; fiction; sitcom; narrative; Spain.*

RESUMO | No início da década dos noventa, a ficção televisiva espanhola começou uma evolução sem precedentes. O objetivo dessa pesquisa é examinar, através de uma análise de conteúdo, as características definidoras do gênero que liderou essa evolução: a comédia. O estudo inclui toda a ficção cômica de produção espanhola, em nível estadual, lançada entre 1990 e 2018 (180 produções) e a analisa com base em suas características narrativas e estilísticas. Os resultados mostram que a comédia televisiva espanhola, após um breve período de adaptação fiel à *sitcom*, começou a desenvolver sua própria identidade. Embora mantenha algumas das características definidoras da referência canônica norte-americana, como personagens estereotipadas, ambientes interiores e o cenário do mundo contemporâneo, ignorou outros, entre os quais destacam a duração de 22 a 24 minutos, a introdução do riso ao vivo ou enlatado e a estrutura exclusivamente autônoma. Além disso, o gênero, em sua forma espanhola, incorporou novos recursos, como a mudança do quadrinho cômico para o dramático, a expansão do número de enredos e personagens principais e a introdução de enredos de continuidade e outros elementos de serialização. Do mesmo modo, a comédia televisiva espanhola integrou uma parte importante da tradição nacional de teatro e cinema.

PALAVRAS-CHAVE: comédia; televisão; ficção; *sitcom*; narrativa; Espanha.

INTRODUCCIÓN

Este artículo nace en el marco de un proyecto de investigación más amplio, centrado en la historia de la programación y los programas de ficción televisiva en España entre 1990 y 2010[1]. En la primera fase de dicha investigación se exploraron todos los géneros y formatos de la ficción televisiva y los resultados evidenciaron diferencias importantes en la evolución de todos ellos. En el caso de la comedia, quedó patente su protagonismo en el proceso de renovación de la ficción televisiva española a partir de 1990, así como su distanciamiento del formato televisivo cómico más internacional, la *sitcom*. Este artículo tiene como objetivo identificar y analizar los rasgos definitorios de la comedia televisiva española desde la aparición de los operadores privados. Así pues, este trabajo se enmarca en los estudios del texto televisivo desde el punto de vista del género televisivo, lo que significa tratar de reconstruir el conjunto de reglas de su producción discursiva, el conjunto de rasgos distintivos que caracterizan sus mensajes: esquema actancial, escenarios, iconografía, narrativa y estilo (Wolf, 1984; Lacey, 2000).

Para avanzar en el objetivo señalado, el referente empírico de nuestro análisis lo constituyen todas las comedias estrenadas entre 1990 y 2018, un total de 180 producciones de ficción que serán sometidas a un análisis de contenido de carácter cuantitativo y cualitativo. Se trata de la primera aproximación sistemática al conjunto de ficciones cómicas de los últimos 29 años, un trabajo pionero en España. Allí radica, precisamente, la originalidad y la relevancia de este trabajo.

El fin del monopolio de TVE y la configuración de un nuevo tejido industrial televisivo marcaron la década de los noventa y el inicio de una etapa clave para el desarrollo de la ficción televisiva española. A finales de los ochenta, los operadores privados desembarcaron en España y el sistema televisivo inauguró un periodo de ardua competencia, que se extiende hasta nuestros días. La multiplicación de la oferta propició una creciente demanda de producción de contenidos, lo que impulsó la industrialización del sector, el surgimiento de las primeras productoras independientes especializadas en televisión, y la progresiva profesionalización de los equipos (Diego, 2010).

A partir de ese nuevo contexto, la comedia televisiva en España ha ido definiendo una identidad propia, condicionada por un contexto cultural e industrial específicos. Pero ¿cómo es esa identidad? ¿Qué rasgos la definen y cómo han evolucionado entre

---

1. Esta investigación se ha realizado dentro del proyecto de investigación *Historia de la Programación y de los Programas de Televisión en España (cadenas de ámbito estatal): de la desregulación al apagón analógico, 1990-2010* (CSO2015-66260-C4-1-P), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (España).

finales del siglo XX y principios del XXI? Estas son precisamente las preguntas a las que pretende responder este trabajo.

MARCO TEÓRICO

En el proceso de transformación del sistema televisivo español, la comedia juega un rol clave (Palacio, 2001), convirtiéndose en el producto estrella de la ficción de los noventa. Desde el inicio del periodo de competencia, TVE y Antena3 vieron en la comedia un género estratégico, tanto por razones presupuestarias como por su éxito de audiencia. La cadena privada se convirtió en líder de la producción nacional de ficción gracias a *Farmacia de guardia* (1991-1995), una gran apuesta de Antena3 que adaptó el modelo de la tradicional *sitcom*. TVE, en su afán por seguir siendo económicamente viable en un inédito escenario de competencia, desarrolló una estrategia marcada por la reducción de costes de producción y fundó el Taller de Telecomedias (1990-1994), un laboratorio de producción interna que tampoco se apartaba del referente internacional: la *sitcom*.

En términos generales, la producción de ficción televisiva sufrió cambios importantes. Como parte de una estrategia principalmente económica, se generalizó el soporte videográfico (Barroso & Tranche, 1996). Además, se introdujo la vocación de largo recorrido. En un nuevo escenario, marcado por la competencia, la fidelización de la audiencia se convirtió en una necesidad, hecho que impulsó a las cadenas a presentar propuestas que pudieran perdurar en antena más de una temporada.

Sin embargo, la evolución sin precedentes del sistema televisivo, iniciada en la primera mitad de los noventa, no llega a su clímax hasta la segunda mitad, cuando se consolida uno de los cambios más significativos: el interés del público español por las producciones de ficción nacionales (Contreras & Palacio, 2001), cambio que las posiciona en los horarios de máxima audiencia (García de Castro, 2002; Puebla Martínez, 2012), desplazando a las producciones norteamericanas (Bustamante & Álvarez Monzoncillo, 1999). El triunfo de la ficción propia definió la segunda mitad de los años noventa (Rueda Laffond & Chicharro Merayo, 2006) y su enorme presencia en el *prime time* constituyó un hecho inédito (Palacio, 2001; García de Castro, 2002).

Nacho G. Velilla, creador de *7 vidas* (Tele5, 1999-2006) y su *spin off*, *Aída* (Tele5, 2005-2014), también subraya la importancia de la segunda mitad de la década de los noventa, recordando el progreso, inédito en Europa, que experimentó la ficción televisiva española:

> Nadie ha invadido su *prime time* de series, ningún país, Inglaterra un poquito, pero no fue como la ficción española que, de pronto, pasamos de ver *Hombre*

> *rico, hombre pobre* o *Starsky y Hutch* y empezamos a ver *Médico de familia, Farmacia de guardia, Periodistas, Compañeros, 7 vidas*... Eso ocurrió en muy poco tiempo y hubo una demanda de talento [...]. (Mendíbil, 2013, pp. 158-159).

Ahora bien, a raíz del éxito y de la consolidación de la ficción nacional, la comedia en particular también experimentó una significativa transformación a partir de 1995: los *remakes* de comedias de situación norteamericanas y los intentos por encajar historias locales en la estructura de dicho formato dieron paso a un nuevo tipo de producto televisivo cómico. Diego y Grandío (2014) señalan que, desde sus inicios, la comedia televisiva en España se configuró a partir de la mezcla de tres tradiciones: el género teatral del sainete, la comedia cinematográfica de los años 60, 70 y 80, y la *sitcom*. Sobre la producción cómica estrenada tres décadas después (entre 1990 y 1995), Barroso y Tranche (1996) destacan prácticamente las mismas tradiciones: un híbrido entre la comedia de situación anglosajona, las telecomedias clásicas de TVE y la comedia cinematográfica del desarrollismo (*landismo*). En definitiva, la *sitcom* ha sido determinante para la configuración del género cómico en España. Sin embargo, el formato anglosajón no ha llegado a consolidarse en la parrilla nacional. Gordillo Álvarez (2015) lo atribuye al escaso eco de las *sitcoms* españolas estrenadas entre 1990 y 1994, aunque hay otros motivos, como la evidente incompatibilidad de su duración (22-24 minutos aproximadamente) con la tendencia de las cadenas españolas de dedicar el *prime time* a un único programa para aumentar su rentabilidad comercial.

La comedia televisiva española ha despertado un gran interés académico. Sin embargo, se han priorizado los análisis de casos. Por ejemplo, *Médico de familia* (Tele5, 1995-1999) y *Los Serrano* (Tele5, 2003-2008) han sido abordadas por Medina (2008), mientras que Smith (2006) y Fernández y Abajo (2007) han analizado la producción de *Aquí no hay quien viva* (Antena3, 2003-2006). *7 vidas* ha sido el centro del trabajo de Grandío y Diego (2009) y Puebla Martínez (2015), mientras que su *spin off*, *Aída*, ha sido analizada, desde diversas perspectivas, por Capel (2007), Biscarrat y Meléndez Malavé (2014), González de Garay y Alfeo (2012) y Pao (2014). Otras comedias televisivas de éxito, como *Plats bruts* (TV3, 1999-2002) o *El fin de la comedia* (Comedy Central, 2014-2017), también ha sido objeto de estudio académico (Martínez García, 2009; Adarve Martínez, 2017).

Otros trabajos se han concentrado en periodos temporales limitados o subgéneros específicos. En el primer grupo figurarían los trabajos presentados por Diego y Grandío (2014) e Hidalgo Marí y Ferrer (2018): el primero aborda las producciones cómicas de TVE entre 1956 y 1975, mientras el segundo se concentra en los estrenos producidos entre 1990 y 1995. En el segundo grupo podemos destacar los estudios de Hidalgo Marí (2018) e Hidalgo Marí, Tous Rovirosa y Morales Morante (2019), dedicados, exclusivamente, al subgénero de la comedia televisiva familiar.

Finalmente, es preciso destacar el trabajo recopilatorio de Puebla Martínez (2012) centrado principalmente en la *sitcom*, así como los ejercicios de clasificación propuestos por Diego y Grandío (2011) y Gordillo Álvarez (2015). En este trabajo, sin embargo, se pretende abarcar la totalidad de la producción cómica de los últimos 30 años.

METODOLOGÍA

El propósito de la investigación es identificar y determinar las características definitorias de la comedia televisiva española en las últimas tres décadas. Para ello, se propone un análisis centrado en la estructura de los relatos audiovisuales. No obstante, no se trata de un análisis narratológico (Barthes, 1977; Genette, 1989) en el que se disecciona, en función de la estructura narrativa, una reducida muestra de las producciones de dicho periodo. El objetivo es abordar toda la comedia televisiva española de los últimos treinta años para identificar, cuantificar y analizar la presencia de ciertos rasgos estilísticos y narrativos recurrentes, y determinar si, en función de su frecuencia de aparición, resultan definitorios o no para el conjunto del género y su evolución a lo largo del periodo estudiado. Por ello, la investigación se sustenta sobre el análisis de contenido "como investigación" (Cassetti & Di Chio, 1999), una técnica que, además de contemplar datos de forma numérica, "los sostiene e integra con un mayor esfuerzo interpretativo" (p. 246). Así pues, el carácter cuantitativo del análisis de contenido nos permitirá identificar, en términos de frecuencia de aparición, la relevancia o excepcionalidad de una variable para determinar su relevancia como rasgo definitorio, mientras que el análisis cualitativo de los datos nos permitirá comprender como dicho rasgo definitorio se incorpora en el conjunto del texto y su evolución a lo largo de las tres décadas.

La metodología empleada es deudora de la propuesta de Lacalle y Gómez (2016) y, por tanto, se ha llevado a cabo en dos fases: 1) la construcción de un guion de análisis y la codificación de los datos a partir del visionado de los programas, y 2) el cómputo de los datos y el análisis cualitativo de los resultados. De esta manera, la primera fase nos ha proporcionado una base de datos descriptiva, mientras que la segunda nos ha permitido *interrogar* los textos examinados sobre aquellos aspectos relevantes en su construcción narrativa.

El guion de análisis se estructura a partir de una variable independiente, el año de estreno de la producción, y 14 variables dependientes: cadena de emisión, duración por entrega, formato, franja horaria de emisión, ubicación temporal, estructura temporal del relato, rodaje y ambientación, protagonismo, subgénero, estructura narrativa, número de tramas por entrega, tipos de personajes, idea original o adaptación e introducción de risas en directo o enlatadas (ver tabla 1). La

base de datos descriptiva, derivada del proceso de codificación, nos ha permitido ejecutar el análisis univariable, a través de las variables nominales y de las tablas de frecuencia, así como un análisis bivariable, que nos permite cruzar la variable año de estreno (independiente), la cadena, el formato y el subgénero con el resto de variables e iniciar el análisis de datos propiamente dicho.

Mientras las primeras nueve variables, así como la número 14 (idea original), son de carácter general y proceden de la propuesta metodológica antes mencionada (Lacalle & Gómez, 2016), el resto responde a las principales características de la *sitcom* identificadas por los estudiosos del formato, tales como Mintz (1985), Marc (1989), Neale y Krutnik (1990), Abelman (1998), Álvarez Berciano (1999) y Mills (2001, 2005 & 2009). Partimos de dicho formato dado que los estudios anteriores ya han indicado su alta incidencia en la configuración de la identidad de la comedia televisiva española. No obstante, el conjunto de los resultados también se interpretará en función de las otras tradiciones, locales y extranjeras, que han condicionado la identidad y evolución de este género.

Es preciso señalar que la variable nivel de audiencia también ha sido contemplada y recogida, pero no analizada de forma independiente. Las enormes diferencias experimentadas por el sistema televisivo español entre 1990 y 2018 no permiten comparar, en igualdad de condiciones, los resultados de audiencia de las ficciones cómicas. Dicha variable, no obstante, ha sido determinante a la hora de definir la muestra de estudio. La investigación aborda las 180 producciones cómicas estrenadas en la televisión española de ámbito estatal en los últimos 29 años. Es preciso mencionar que en este estudio también se incluyen seis producciones seriales que, a pesar de su alto contenido dramático, fueron presentadas como comedias, hecho que explica la diferencia en el número de estrenos señalado en un estudio anterior.

En línea con el elevado índice de fracasos característicos del sector audiovisual (García de Castro, 2002), 119 producciones, es decir, el 66,1% del total de la muestra, no cumplieron las expectativas de las cadenas y, o bien fueron retiradas antes de concluir su primera temporada, o no fueron renovadas para una segunda. Las 61 restantes sí han tenido continuidad en pantalla (dos o más temporadas en antena). El visionado de las 119 primeras incluye, como mínimo, la primera y última entrega emitida, mientras que en el caso de las segundas, se ha analizado la primera temporada completa y la primera y última entrega de cada temporada posterior. De esta manera, ha sido posible identificar todas las variables contempladas en el guion de análisis, así como detectar posibles variaciones en una misma producción a lo largo de su trayectoria en antena. Las *TV movies* y miniseries, dada su brevedad, han sido visionadas en su totalidad.

1. Año de estreno	Expresado en números enteros entre 1990 y 2018		
2. Cadena de emisión	Televisión en abierto	Generalistas	TVE1
			TVE2
			Antena3
			Cuatro
			Tele5
			LaSexta
		Temáticas	Neox
			Nitro
			FDF
			Otras
	Televisión de pago	Canal+	
		Movistar+	
		Comedy Central	
		Amazon Prime Video	
		Otras	
3. Duración por entrega	Hasta 30 minutos		
	Entre 30 y 60 minutos		
	Más de 60 minutos		
4. Formato	Serie		
	Serial		
	Miniserie		
	TV movie		
	Shortcom[2]		
	Microserie		
	Antología		

2. Término que se ha popularizado para distinguir los programas de sketches basados en personajes originales y ficticios de los programas de sketches humorísticos que satirizan figuras o circunstancias mediáticas. Así pues, esta categoría excluye programas de imitaciones, como *HomoZapping* (Antena3, 2003-2007; Neox, 2016-2018) o *Polònia* (TV3, 2006-), entre otros.

5. Franja horaria de emisión	Mañana	
	Sobremesa/tarde	
	Access prime time	
	Prime time	
	Late night	
6. Ubicación temporal	Pasado	
	Presente	
	Futuro	
	Otros	
7. Estructura temporal del relato	Lineal	
	Uso recurrente de anacronías	
8. Rodaje y ambientación	Interior	
	Mixto (interiores y exteriores)	Exteriores:
		Urbano
		Rural
9. Protagonismo	Individual	Femenino
		Masculino
	Coral	Mixto
		Exclusivamente femenino
		Exclusivamente masculino
	Pareja	Sentimental
		No sentimental o dúo cómico
10. Subgénero	Comedia familiar, *domestic comedy* o *domcom*	
	Comedia laboral, *workplace comedy* o *workcom*	
	Comedia de amigos o *palcom*	
	Comedia romántica o *couplecom*	
	Comedia de opuestos	
	Comedia de vecinos	
	Comedia de variedades	
11. Estructura narrativa	Episódica y autoconclusiva (estructura cerrada)	
	Capitular y serializada (estructura abierta)	
12. Número de tramas por entrega	Expresado en números enteros entre 2 y 6	

13. Tipos de personajes	Planos y estereotipados		
	Redondos y tridimensionales		
14. Idea original	Idea original		
	Adaptación	Origen	Televisivo
			Cinematográfico
			Literario
			Otros
15. Introducción de risas	Inclusión de risas enlatadas		
	Inclusión de risas en directo (presencia del público en el plató)		

Tabla 1. Guion de análisis

Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

Año de estreno

En el periodo analizado se observa una disminución sostenida del número de estrenos cómicos: 68 entre 1990 y 1999; 64 entre 2000 y 2009, y 48 entre 2010 y 2018 (ver gráfico 1). En las dos primera décadas, más del 60% de los estrenos se concentran en el segundo lustro: entre 1995 y 1999 se estrena el 63,2% (43 producciones) de las comedias de toda la década, mientras que entre 2005 y 2009 se repite la situación con un 60,9% (39 producciones). En el primer caso, como ya se ha mencionado, se debe a que la ficción televisiva española experimenta su eclosión definitiva a partir de 1995. En el segundo caso, el aumento de estrenos responde a la introducción de dos nuevos competidores, Cuatro y LaSexta, quienes también estrenan ficción cómica. Estos dos lustros también representan los de mayor frecuencia de éxitos de audiencia. Durante el primero coincidieron en antena, por ejemplo, *Médico de Familia*, *Hostal Royal Manzanares* (TVE1, 1996-1997), *Manos a la Obra* (Antena3, 1998-2001) y *7 vidas*, mientras que en el segundo se estrenaron producciones tan populares y recordadas como *Aída*, *La que se avecina* (Tele5, 2007-) o *Doctor Mateo* (Antena3, 2009-2011). Por el contrario, el lustro intermedio (2000 y 2004) ofrece el menor número de éxitos cómicos de las tres últimas décadas, como consecuencia de la profusión y éxito de los *reality shows*.

Cadena

La cadena líder en número de estrenos es Antena3 (54 producciones), aunque seguida muy de cerca por TVE1 (50 producciones). Estas dos cadenas concentran la mayor parte de los estrenos cómicos entre 1990 y 2004 (77,7% y 70 producciones). Sin embargo, el impulso al género por parte de Tele5 y de los dos nuevos competidores (Cuatro y La Sexta), aumentan el número de estrenos y equilibran las propuestas

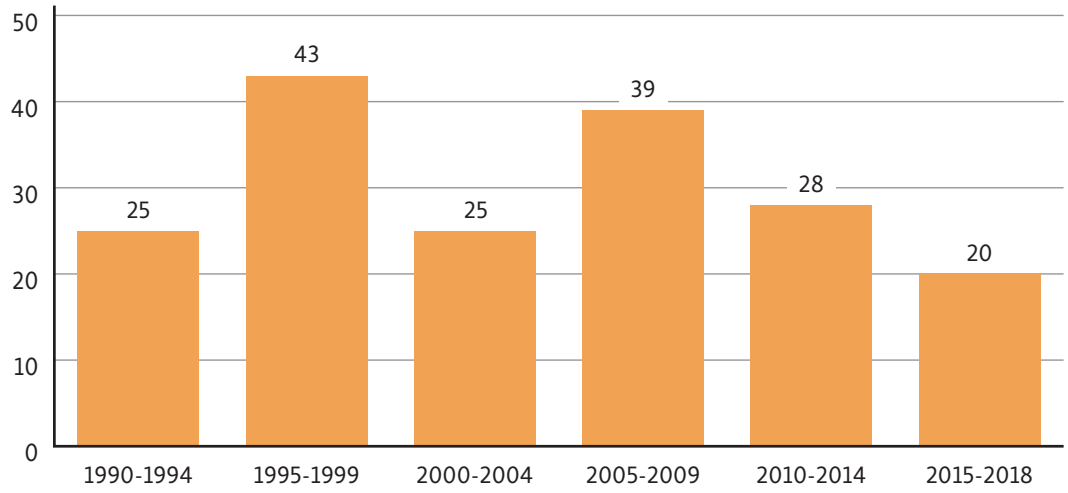

Gráfico 1. Estrenos cómicos por lustro (N)
Fuente: Elaboración propia.

por cadena en la segunda mitad de los años 2000. Durante la última década, las cadenas temáticas en abierto (Neox, FDF y Nitro) y de pago (Canal+, Comedy Central, Movistar+ y Amazon Prime Video) también han apostado por la comedia y, aunque no han conseguido aumentar el número total de estrenos por década, han ampliado el mapa de cadenas que emiten ficción cómica nacional.

TVE1, Antena3 y Tele5 acaparan la mayoría de éxitos pero, mientras las comedias de Antena3 y Tele5 continúan funcionando en antena, la principal cadena pública no ha vuelto a estrenar una producción cómica de éxito desde *Ana y los 7* (2002-2005).

Duración

En España, la duración de la comedia televisiva está lejos de ajustarse a la norma de la *sitcom*. El 63,3% (114 producciones) de los estrenos ha tenido una duración superior a los 30 minutos: 73 producciones tienen una duración de entre 40 y 60 minutos, mientras que las 41 restantes superan la hora de duración. Es a partir de 1995 cuando se comienza a manifestar la progresiva diferenciación entre la duración de las comedias nacionales y las de su referente norteamericano. Mientras en el primer lustro predominaron los títulos de menos de 30 minutos (64% y 16 producciones), en la segunda mitad de la década de los noventa la duración media se extiende hasta los 48 minutos. La tendencia al alargamiento sistemático de las entregas continua en alza entre 2000 y 2009, situando la duración media alrededor de los 60 minutos. Un ejemplo paradigmático del alargamiento de las entregas es *¡Ala...Dina!* (TVE1, 2000-2002), ficción con una duración media de 30 minutos en sus primeras tres temporadas y de 70 en la cuarta y última.

Finalmente, aunque entre 2010 y 2018 ha aumentado el número de producciones con entregas superiores a los 60 minutos, la duración media se ha mantenido en 50 gracias a las *shortcoms* y las producciones de cadenas temáticas en abierto y de pago, mayoritariamente inferiores a los 30 minutos.

Mientras que en TVE1 destacan las producciones de menos de 30 minutos y de entre 30 y 60 (82% y 41 producciones), en las dos grandes cadenas privadas, Antena3 (51,8% y 28 producciones) y Tele5 (81% y 30 producciones), son mayoritarias las de entre 30 y 60 minutos o de más de 60, en línea con la tendencia general de cubrir todo el *prime time* con un único programa, aumentar su rentabilidad comercial y evitar la *fuga* de los espectadores.

Formato y franja horaria

La serie es, sin duda, el formato líder de la comedia televisiva española (80% y 144 producciones). A mucha distancia le sigue la *shortcom* (11,6% y 21 producciones), un formato particularmente prolífero entre 2005 y 2014 (80,9% y 17 producciones). La *TV movie* (1,6% y tres producciones), la microserie[3] (1,6% y tres producciones), la antología (1,1% y dos producciones) y la miniserie (0,5% y una producción) son minoritarias. La comedia en formato serial (3,3% y seis producciones) tampoco ha sido muy frecuente. Dicho formato favorece los relatos dramáticos, de allí que los escasos seriales cómicos se hayan caracterizado por el constante desplazamiento de un género a otro. De hecho, tres de los seis seriales cómicos son adaptaciones de telenovelas, un género marcadamente dramático. El serial y la *shortcom* son, además, los dos formatos que ha permitido situar a la comedia fuera de los límites del *prime time*, la franja horaria preferente de la ficción cómica (84,4% y 152 producciones). Mientras todos los seriales han sido programados en horario de sobremesa, las *shortcoms*, un formato de carácter fragmentado y de gran flexibilidad programática, se ha ubicado, además del *prime time*, en la franja de tarde y *access prime time*.

Ubicación temporal y estructura temporal del relato

La comedia se ambienta, mayoritariamente, en la contemporaneidad (97,2% y 175 producciones). El protagonismo del presente también se identifica en el mismo orden del texto, dado que el uso reiterado de anacronías es prácticamente inexistente (1,1% y dos producciones). Solo se identifica una producción cómica ubicada en el futuro (*Plutón BRB Nero*, La2, 2008-2009) y cuatro en el pasado: dos en la Guerra Civil (*La banda de Pérez*, TVE1, 1997, y *Plaza de España*, TVE1, 2011), una en la década de los sesenta (*Arde Madrid*, Movistar+, 2018) y una en los años ochenta (*Los Quién*, Antena3, 2011).

3. Producción de emisión autónoma con una duración inferior a los 10 minutos.

Entorno

En línea con los referentes norteamericanos, la comedia española (64,4% y 116 producciones) mantiene la puesta en escena teatral convencional y la economía espacial: uso exclusivo y limitado de espacios escenográficos artificiales, mayoritariamente interiores, con saturación lumínica. Esta característica del género ha limitado las tramas, de forma casi exclusiva, al entorno familiar, doméstico o laboral, destacando la comicidad basada en el diálogo y la caracterización de los personajes antes que la acción. Este modelo también ha limitado las innovaciones estilísticas, perpetuando el clásico estilo de realización multicámara. Sin embargo, sin abandonar el plató, algunas comedias han ofrecido una ambientación más natural gracias a la creación expresa de grandes escenarios que permiten desplazar la cámara de formas novedosas, tal como hicieron *Ellas y el sexo débil* (Antena3, 2006) y *Cuestión de sexo* (Cuatro, 2007-2009). En paralelo, con el paso del tiempo, se identifica una tendencia a abandonar los decorados del estudio para rodar un mayor número de escenas en localizaciones exteriores. Durante los años noventa, solo 16 producciones combinaron plató y exteriores, mientras que en la década siguiente lo hicieron 19 y en la última, 29. La ambientación en exteriores también mantiene una estrecha relación con la extensión por entrega: el 76,5% (49 producciones) de las comedias que incluyen entornos naturales tiene una duración media superior a los 45 minutos. El incremento presupuestario que implica el rodaje en exteriores necesita amortizarse optimizando la rentabilidad en el *prime time*.

Ahora bien, las 64 comedias que combinan interiores y exteriores lo hacen en diferentes proporciones. La mayoría presenta escenarios reales de forma puntual (84,3% y 54 producciones) y, entre las que son recurrentes, destaca la ambientación en entornos rurales, tal como sucede en *Querido maestro* (Tele5, 1997-98), rodada en Villaviciosa de Odón y Boadilla del Monte (Madrid); *Doctor Mateo*, grabada en Lastres (Asturias), u *Olmos y Robles* (TVE1, 2015-2016), ambientada en Ezcaray y otras localidades de Logroño. Por su diversidad de paisajes también destaca *Compuesta y sin novio* (Antena3, 1994), rodada en Benavente, Madrid, Marbella, Mallorca, Benidorm, Villajoyosa y la Isla de la Toja.

Protagonismo y subgéneros

El alargamiento excesivo de las entregas y la necesidad de mantener el ritmo humorístico ha multiplicado el número de tramas y personajes protagonistas. Este fenómeno explica, en gran medida, el aumento progresivo y la amplia representación televisiva de la comedia de protagonismo coral en España entre 1990 y 2018 (62,7% y 113 producciones). En segunda posición, a mucha distancia, encontramos las comedias con protagonismo individual (21,1% y 38 producciones), y, por último, las parejas de protagonistas (16,1% y 29 producciones), que incluyen las parejas sentimentales (15 producciones) y los dúos cómicos (14 producciones) (ver gráfico 2).

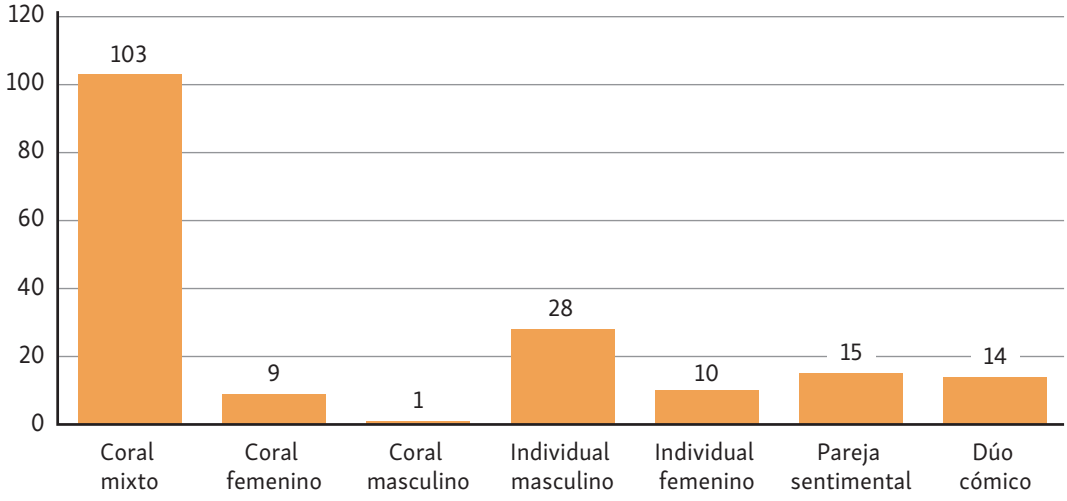

Gráfico 2. Protagonismo cómico (N)

Fuente: Elaboración propia.

Durante la década de los noventa, numerosas producciones continuaron erigiéndose sobre el carisma de un protagonista individual, una figura veterana, ampliamente reconocida por la audiencia, que determinaba el éxito de la producción. Sin embargo, a finales de la década e inicios de los años 2000, *7 vidas* y *Aquí no hay quien viva* iniciaron una evolución hacia un protagonismo cada vez más coral. Este tipo de protagonismo, además de ayudar a mantener el ritmo cómico durante más minutos, minimiza el riesgo de finalización de la producción por el abandono de un intérprete en específico. De allí que sea la primera opción en todas las cadenas.

Protagonismo coral

Las comedias corales suelen repartir el peso del argumento entre todos sus personajes, mezclando protagonistas femeninos y masculinos. No obstante, entre estas comedias destacan aquellas en las que, aun siendo corales, sobresale una figura masculina (17 producciones, frente a las 12 lideradas por una figura femenina). Por el contrario, se identifica un mayor número de comedias corales con protagonistas exclusivamente femeninas (nueve producciones) que masculinos (una producción).

El subgénero cómico más abundante entre las producciones de protagonismo coral ha sido la *domestic comedy*, o comedia centrada en un núcleo familiar biológico o ensamblado (42,4% y 48 producciones). En segundo lugar, se ubica la *workplace comedy* o comedia laboral (21,2% y 24 producciones), seguida de la *palcom* o comedia de amigos (19,4% y 22 producciones). La cuarta posición es para la comedia de vecinos (7,9% y nueve producciones) que, a pesar de su enorme popularidad gracias a *Aquí no hay quien viva* y su trasvase a Tele5, *La que se avecina*, ha constituido un subgénero secundario de la comedia televisiva española. Finalmente, entre las comedias corales, figuran también las *shortcoms* de variedad (6,2% y siete

producciones), que combinan diversas temáticas, y la comedia romántica (2,6% y tres producciones), también en formato *shortcom*.

Es preciso señalar el carácter heurístico de la clasificación propuesta, concebida únicamente para estructurar el análisis, pues los diferentes subgéneros cómicos no son mutuamente excluyentes. Así pues, la clasificación indica el subgénero con el que cada comedia comparte mayor número de rasgos definitorios, sin que ello impida que también pueda compartir rasgos con otros subgéneros (para una clasificación general de las producciones en función del subgénero, ver el gráfico 3).

Protagonismo individual

Las comedias que giran alrededor de un único protagonista mezclan, a partes iguales, la faceta profesional, familiar y sentimental de dicho personaje. En estos casos, el detonante de la trama suele ser un drástico giro en la vida del personaje principal: un cambio de profesión, lugar de residencia, situación sentimental, etc.

Como en el protagonismo coral, entre las producciones de protagonismo individual destacan las comedias que giran alrededor de una figura masculina (73,6% y 28 producciones). En estos casos, la faceta laboral del protagonista es determinante para el conjunto del relato. Su profesión es revelada en el mismo título de la ficción, tal como sucede en *El sexólogo* (TVE1, 1994), *Señor alcalde* (Tele5, 1998) o *Jacinto Durante representante* (TVE1, 2000), o resulta crucial para su caracterización. De hecho, en algunos casos, como *Tercera planta. Inspector de hacienda* (TVE1, 1992), *Agente 700* (TVE1, 2001) o *Psicodriving* (Nitro, 2012-2013), es prácticamente la única faceta que se aborda.

A diferencia de la comedia masculina, la femenina ha sido minoritaria y la caracterización de sus protagonistas no se ha centrado en su faceta profesional. Las tramas románticas o familiares cobran mayor relevancia en estos casos. Algunas protagonistas ni siquiera tienen una profesión definidas, como Kety (*Kety no para*, TVE1, 1997) o Reme (*Hostal Royal Manzanares*). Teresa (*Para qué sirve un marido*, TVE2, 1997), Júlia (*Maitena. Estados alterados*, LaSexta, 2008-2009), Lola (*Lalola*, Antena3, 2008-2009) y Lucía (*Ciega a citas*, Cuatro, 2014) sí desarrollan una profesión y esta es parte importante de su caracterización. No obstante, en los cuatro casos, la trama amorosa cobra mayor protagonismo. La única excepción es *Paquita Salas* (Neox, 2016; Netflix, 2018-), cuya protagonista despliega, principalmente, su faceta laboral.

Parejas protagonistas

La comedia protagonizada por una pareja sentimental, todas heterosexuales, se inscribe, mayoritariamente (66,6% y 10 producciones), en el subgénero de la comedia romántica o *couplecom*, que no ha gozado de gran presencia ni popularidad en la programación española.

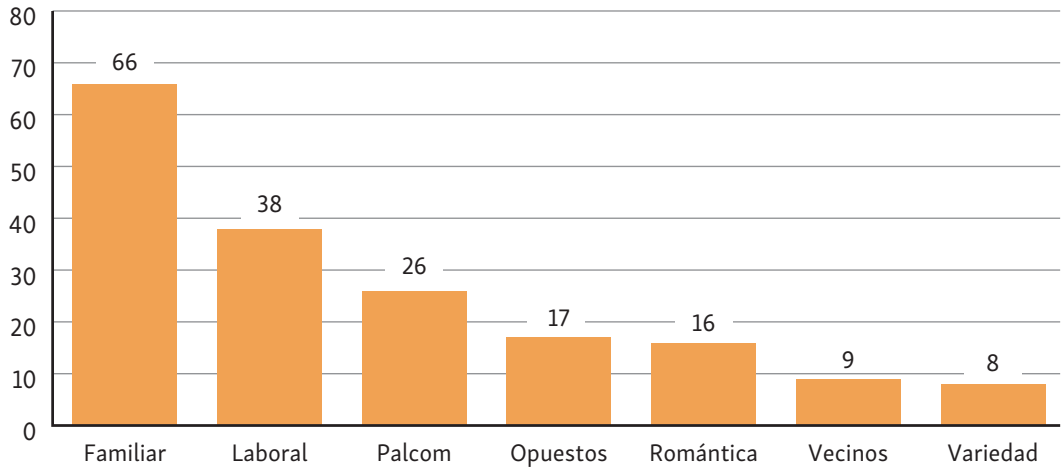

Gráfico 3. Subgéneros cómicos de la ficción (N)

Fuente: Elaboración propia.

Además de las parejas sentimentales, las comedias también pueden estar protagonizadas por otro tipo de pareja: las cómicas. Entre los dúos cómicos, una vez más, los hombres destacan en número: diez dúos masculinos frente a tres femeninos. Solo se identifica un caso de dúo cómico con miembros de diferente sexo: *Apaga la luz* (TVE1, 2006), protagonizada por una madre y su hijo. Entre los dúos cómicos femeninos, la relación entre los miembros acostumbra a justificarse por una relación de parentesco (66,6% y dos producciones), mientras que, entre los hombres, destacan los vínculos laborales (60% y seis producciones). Al margen del género de los protagonistas, todas las comedias protagonizadas por un dúo cómico se inscriben en el subgénero de la comedia de opuestos (14 producciones), en las que el humor deriva de la disparidad entre dos formas radicalmente distintas de concebir el mundo. En la mayoría de ellas, además, se identifican rasgos de la *buddy comedy* o comedia de colegas, caracterizada por dos protagonistas opuestos que deben trabajar juntos para subsistir o cumplir una misión. Por lo general, comienzan a colaborar entre ellos a la fuerza, aunque luego se dan cuenta que, a pesar de sus diferencias, forman un buen equipo.

Dado el auge del protagonismo coral, la comedia de opuestos encarnada en una pareja protagonista ha disminuido década tras década. No obstante, el choque entre perfiles continúa siendo un importante motor de conflictos en muchos otros subgéneros.

Estructura narrativa y número de tramas por entrega

Mientras que la *sitcom* presenta una estructura cíclica en la que al final de cada episodio se debe volver, inexorablemente, al punto de partida; la mayoría de las comedias españolas (53,3% y 96 producciones) suelen incluir, al menos, una

trama principal de continuidad que, al final, acaba transformando la situación inicial. La introducción de tramas serializadas aumenta el riesgo de provocar un desplazamiento de lo cómico a lo dramático y de arrinconar el humor. Sin embargo, su enorme poder de fidelización de la audiencia las ha convertido en un importante aliado de la comedia en España. De ahí que se identifiquen tantas producciones que oscilan entre la comedia y el drama, mejor catalogadas como *dramedies*, un híbrido de géneros que aparece en España de la mano de una comedia familiar: *Médico de familia*.

A lo largo de las décadas, las tramas de continuidad han experimentado una evolución positiva y han aumentado su representación: 41,1% (28 producciones) en los noventa, 59,3% (38 producciones) entre 2000 y 2009 y 62,5% (30 producciones) entre 2010 y 2018. Las comedias exclusivamente episódicas, por el contrario, deben su reducida permanencia en antena, principalmente, a las *shortcoms*. La comedia española se ha caracterizado por conjugar la tradicional narración autoconclusiva con una estructura abierta, permitiendo así la vinculación simultánea del espectador fiel y del ocasional.

El aumento de la extensión de las entregas y el número de protagonistas también ha incrementado el número de tramas por episodio o capítulo. Mientras en la década de los noventa no sobrepasaban las tres, tal como sucede en la *sitcom*, durante los años 2000, la mayoría de las comedias (73,4% y 47 producciones) presentaba entre cuatro y cinco tramas por entrega. Unos datos semejantes a los de la última década (72,9% y 35 producciones).

Personajes estereotipados

En línea con la *sitcom*, los relatos cómicos nacionales suelen articularse en torno a personajes estereotipados (79,4% y 143 producciones), es decir, planos y fácilmente reconocibles para el espectador. En la primera década del siglo XXI, las comedias protagonizadas por personajes estereotipados (87,5% y 56 producciones) aumentaron en relación con el periodo anterior (77,9% y 53 producciones). Sin embargo, en la década siguiente volvieron a disminuir (62,5% y 30 producciones). En cualquier caso, este tipo de personajes es mayoritario en todos los periodos, como en todas las cadenas, formatos y subgéneros. Las excepciones se identifican, principalmente, en comedias dramáticas con personajes tridimensionales, como *Mujeres* (La2, 2006), o comedias puras donde el objetivo es, precisamente, reírse de los estereotipos y ridiculizar a quienes los perpetúan, tal como sucede en *Vergüenza* (Movistar+, 2017-).

Las caracterizaciones más estereotipadas corresponden a los personajes inmigrantes y homosexuales (Gómez Morales, 2020), aunque también se identifica un amplísimo abanico de roles y conductas estereotipadas referidas al género. Por

ejemplo, entre las mujeres podemos identificar el estereotipo de la *devorahombres* (como Amparo, de *A ver si llego*, Tele5, 2009), la vieja bruja (Benigna, de *Juntas pero no revueltas*, TVE1, 1995-96) o la prostituta con un corazón de oro (Sonsy, de *Hostal Royal Manzanares*), mientras que entre el sexo masculino destaca el perfil del hombre maduro que aún conserva su encanto (como Pablo, de *Señor alcalde* o Pedro, de *Ni contigo ni sin ti*, TVE1, 1998) o el hombre adulto que sigue comportándose como un adolescente (Juan Luis, de *Todos los hombres sois iguales*, Tele5, 1996-98). Otros terrenos fértiles para el estereotipo son las ideologías políticas (por ejemplo, el comunista vago y cobarde o el franquista entrañable), la clase social (el *pijo* o el *poligonero*), o la procedencia geográfica (como el catalán con acento muy marcado o el andaluz *salao*).

Idea original

Únicamente un 16,6% (30 producciones) de las comedias estrenadas entre 1990 y 2018 son adaptaciones, entre las que destacan las ficciones televisivas extranjeras (53,3% y 16 producciones), la mitad de las cuales son estadounidenses. De ese reducido grupo, la mayoría no ha gozado de la aceptación de la audiencia. Las adaptaciones más fieles a su original, como *Matrimonio con hijos* (Cuatro, 2006-2007), *Las chicas de oro* (TVE1, 2010) o *Cheers* (Tele5, 2011-2012) –*remakes* de *Married with children* (Fox, 1987-1997), *The Golden Girls* (NBC, 1985-1992) y *Cheers* (NBC, 1982-1993)– respectivamente, no superaron la primera temporada al desconectar, culturalmente, con el público local. Por el contrario, producciones como *Querido maestro*, *Doctor Mateo* o *Camera Café* (Tele5, 2005-2009), las versiones españolas de *Caro maestro* (Canale 5, 1996-1997), *Doc Martin* (ITV, 2004-2019) y *Caméra Café* (M6, 2001-2004), disfrutaron de una trayectoria en antena igual o superior, como en el caso de *Querido maestro*, a la de sus originales.

De forma puntual, los códigos narrativos del cine (seis producciones), el cómic (cuatro producciones), la literatura (dos producciones), la *webseries* (una producción) y los spots publicitarios (una producción) también han sido adaptados a las exigencias estéticas y narrativas de la televisión. Al margen del formato original, las adaptaciones han sido prácticamente monopolizadas por las tres grandes cadenas generalistas (76,6% y 23 producciones), y han experimentado un decrecimiento sostenido década tras década: 14 producciones en los noventa, 11 en los años 2000 y cinco en la última década.

Risas en directo y enlatadas

A pesar de ser uno de los elementos más característicos de la comedia norteamericana, la presencia explícita o supuesta de un narratario coral en el espacio *off* no ha sido un elemento definitorio de la comedia española (27,2% y 49 producciones). La década de los noventa presenta el mayor número de estrenos

cómicos con risas en directo o enlatadas (42,8% y 21 producciones). Desde entonces, su uso ha ido en descenso: 18 producciones entre 2000 y 2009 y diez entre 2010 y 2018. Como seña de fidelidad, las risas se han incluido en cinco de las ocho adaptaciones a *sitcoms* estadounidenses, pero no se identifica una relación directa entre la inclusión de risas y la tradicional duración de la *sitcom*. Por el contrario, la inserción de risas sí que destaca en relación con otros dos elementos definitorios de la *sitcom*: grabación íntegramente en estudio (89,7% y 44 producciones) y estructura estrictamente autoconclusiva (77,5% y 38 producciones).

Un elevado número de ficciones con risas en directo o enlatadas no superó la primera temporada (63,2% y 31 producciones), aunque dicho recurso se identifica en algunas de las comedias más recodadas de España, como *Farmacia de guardia*, *A las once en casa* (TVE1, 1998-1999), *7 vidas* o *Aída*. En términos generales, las risas enlatadas (79,5% y 39 producciones) han sido más frecuentes que las risas en directo, que únicamente se confirman en diez producciones (20,4%), entre las que destacan las protagonizadas por Lina Morgan.

CONCLUSIONES

A partir de 1995, la ficción televisiva española experimentó una revolución creativa y la comedia comenzó a desarrollar una identidad propia a partir de una adaptación *sui generis* de la *sitcom*. Dicho formato no ha gozado en España del mismo éxito que en Estados Unidos y por ello, en su adaptación local, ha sufrido múltiples transformaciones. De todas maneras, la comedia televisiva española conserva algunos rasgos definitorios del referente canónico norteamericano. Principalmente, los personajes estereotipados y ampliamente conocidos por el público, los escenarios interiores familiares para el telespectador (el hogar, el lugar de trabajo, el bar, etc.), y la ambientación en la contemporaneidad. Todos ellos rasgos destinados a facilitar el proceso de identificación o de proyección entre el público y el relato.

Por el contrario, la adaptación de la comedia televisa española a la *sitcom* ha prescindido de tres elementos definitorios del formato original: 1) la duración de entre 22 y 24 minutos, 2) la grabación con público en directo o la posterior introducción de risas enlatadas, y 3) la estructura cíclica y exclusivamente autoconclusiva. Por otra parte, el sistema invasivo de inserción publicitaria, que nunca respeta el ritmo narrativo típico de la *sitcom*, ha obligado a prescindir de la estructura clásica de tres actos, precedida por un *teaser* y rematada con un *tag*.

La política mayoritaria de las cadenas de ocupar todo el *prime time* con un único contenido ha alargado de forma sistemática la extensión de las producciones televisivas, incluida la comedia. En paralelo, y aunque también se realiza

mayoritariamente en estudios, el rodaje no acostumbra a incluir público en directo. Pero con toda seguridad, la renuncia a la estructura cíclica y exclusivamente autoconclusiva es el rasgo cualitativo que más aleja a la comedia televisiva española de la clásica *sitcom*. La ausencia de la estructura cíclica autoconclusiva ha supuesto la introducción de nuevos elementos en el proceso de construcción de una identidad propia de la comedia española: 1) fórmulas seriales y tramas de continuidad, 2) elencos corales numerosos, que permiten un mayor número de tramas por entrega, y 3) la hibridación genérica, principalmente entre la comedia y el drama, como respuesta a los cambios en los hábitos y las preferencias del consumo televisivo de las audiencias en España[4].

Tras sus intentos por reproducir de forma fiel, aunque sin éxito generalizado, el formato de la *sitcom* (1990-1994), la comedia española integró otras tradiciones más cercanas como el *landismo* y el cine de destape, a través de sus estrellas más representativas (Alfredo Landa y Mariano Ozores). Sin embargo, a finales de los noventa quedó patente que el humor *erótico* de dichas tradiciones ya estaba completamente desfasado. En cambio, el costumbrismo derivado del sainete no solo ha caracterizado a comedias muy populares de los noventas, como *Hostal Royal Manzanares*, sino que ha mantenido su trayectoria y vigencia televisiva. En la actualidad, aún podemos identificarlo en producciones de éxito como *Allí abajo* (Antena3, 2015-2019), aunque con un tratamiento claramente contemporáneo.

A partir de la década de los noventa, y dado el aumento progresivo de la competitividad en el sistema televisivo español, la apuesta por temáticas orientadas a la captación de audiencias mayoritarias se generalizó. Este hecho limitó la innovación narrativa, imponiendo la repetición de la fórmula de éxito: comedias familiares caracterizadas por el humor blanco, el costumbrismo, las tramas intergeneracionales, los finales felices con moraleja y las altas dosis de sentimentalismo.

A mediados de los años 2000, la entrada de Cuatro y LaSexta significó una renovación para el género. Desde sus inicios, ambos canales decidieron concentrarse en nichos de mercado específicos y alternativos a los de la competencia, especialmente entre el público joven urbano. Este hecho propició el desarrollo de las *shortcom*, así como la presentación de un humor más reflexivo y autoconsciente, plagado de referencias constantes al propio medio televisivo. Sin embargo, el movimiento de renovación más notorio llegaría más tarde, de la

4. Además de la hibridación con el drama, la comedia se ha mezclado con otros géneros, como la ciencia ficción, por ejemplo, en *El inquilino* (Antena3, 2004) o *Supercharly* (Tele5, 2010), así como con la ficción detectivesca, en *Olmos y Robles o Sabuesos* (TVE1, 2018).

mano de las televisiones de pago que, sin el requisito de la audiencia masiva, han podido presentar propuestas más arriesgadas y experimentales.

En la última década, el mercado televisivo español se ha diversificado y la industria de la ficción se ha fortalecido. No obstante, la comedia no ha vivido su mejor momento económico: su presencia en la parrilla ha disminuido notoriamente y pocas producciones se han convertido en verdaderos éxitos de audiencia. Por el contrario, en términos narrativos, sí ha experimentado una evolución significativa. Siguiendo el movimiento de renovación de la comedia anglosajona (Mills, 2004; Bonaut Iriarte & Grandío Pérez, 2009; Savorelli, 2010; Nardi, 2017), iniciado en los años 2000 y liderado por HBO y la BBC, la comedia televisiva española también comienza a cuestionar las convenciones del género e inicia un giro hacia la hibridación entre la ficción y el estilo documental.

La búsqueda del realismo y la espontaneidad se evidencia, por ejemplo, en el progresivo abandono del plató y la grabación multicámara, que ha dado paso a una innovación estilística: los exteriores han ganado terreno y, poco a poco, se impone un lenguaje más cinematográfico. En consecuencia, la introducción de risas enlatadas o en directo, tal como indican los resultados, también continúa disminuyendo, igual que las adaptaciones. Los personajes estereotipados, aunque continúan siendo mayoría, también han retrocedido, permitiendo un protagonismo cada vez más complejo y tridimensional, como sucede en *Arde Madrid* o *El fin de la comedia*. Esta última comedia, como *Qué vida más triste* (LaSexta, 2008-2010), *Qué fue de Jorge Sanz* (Canal+, 2010-2017) y *Mira lo que has hecho* (Movistar+, 2018-), mezcla realidad y ficción en la medida en que su protagonista se interpreta a sí mismo. En las cuatro producciones, el elemento clave en la construcción del humor radica en que sus protagonistas explican experiencias de su vida personal y privada delante de la cámara, siempre desde una perspectiva autosatírica y como un ejercicio de autorreflexión, tal como ya hemos visto en *The Larry Sanders Show* (HBO, 1992-1998), *Curb your enthusiasm* (HBO, 2000-) o *Louie* (FX, 2010-2015). Por ello se puede afirmar que, a pesar del distanciamiento de la *sitcom* clásica, la comedia televisa anglosajona continúa ejerciendo una importante influencia sobre la comedia televisiva española.

REFERENCIAS

Abelman, R. (1998). *Reaching a critical mass. A critical analysis of television entertainment*. Mahwah, NJ: L. Erlbaum Associates.

Adarve Martínez, S. (2017). La comedia autoficcional negativa. *Louie* y *El fin de la comedia*. Un apunte intermedial (The negative self-fiction comedy. *Louie* and *El fin de la comedia*. An intermediate note). *Tropelías*, (28), 97-109. https://doi.org/10.26754/ojs_tropelias/tropelias.2017282059

Álvarez Berciano, R. (1999). *La comedia enlatada. De Lucille Ball a Los Simpson* (The prerecorded comedy. From Lucille Ball to The Simpsons). Barcelona, Spain: Gedisa.

Barroso, J. & Tranche, R. (1996). 1990-1995. La televisión de las competencias o del paso del teledrama a la telecomedia (1990-1995. The television of the competitions or of the passage of the telecast to telecomedy). *Archivos de la Filmoteca,* (23/24), 198-205. Retrieved from http://www.archivosdelafilmoteca.com/index.php/archivos/article/view/333

Barthes, R. (1977). Introducción al análisis estructural de los relatos (Introduction to the structural analysis of the stories). In S. Niccolini, *El análisis estructural* (Structural analysis) (pp. 65-101). Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Biscarra, L. & Meléndez Malavé, N. (2014). De la exclusión a la heteronomía. Inmigrantes en la ficción televisiva *Aída* (From exclusion to heteronomy. Immigrants in television fiction *Aída*). *Icono 14*, *12*(1), 319-346. https://doi.org/10.7195/ri14.v12i1.566

Bonaut Iriarte, J. & Grandío Pérez, M. M. (2009). Los nuevos horizontes de la comedia televisiva en el siglo XXI (The new horizons of television comedy in the 21st century). *Revista Latina de Comunicación Social, 64*, 753-765. https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-859-753-765

Bustamante, E. & Álvarez Monzoncillo, J. M. (1999). España: la producción audiovisual en el umbral digital (Spain: audiovisual production on the digital threshold). *ZER, 4*(7), 1-10. Retrieved from https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17397

Capel, O. (2007). Aída, la innovación del 'producto derivado' (Aída, the innovation of the 'derivative product'). In M. A. Huerta Floriano & P. Sangro Colón (Eds.), *De los Serrano a Cuéntame. Cómo se crean las series de televisión en España* (From *Los Serrano* to *Cuéntame*. How televisión series are created in Spain) (pp. 85-97). Madrid, Spain: Arkadin.

Cassetti, F. & Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación* (Television analysis. Research instruments, methods and practices). Barcelona, Spain: Paidós.

Contreras, J. M. & Palacio, M. (2001). *La programación de televisión* (Television programming). Madrid, Spain: Síntesis.

Diego, P. (2010). *La ficción en la pequeña pantalla. Cincuenta años de series en España* (Fiction on the small screen. Fifty years of series in Spain). Pamplona, Spain: Eunsa.

Diego, P. & Grandío, M. M. (2011). Clasicismo e innovación en la producción nacional de comedia televisiva en España (2000-2010) (Classicism and innovation in the national production of television comedy in Spain (2000-2010)). *Revista Comunicación, 1*(9), 49-66. Retrieved from http://www.revistacomunicacion.org/comunicacion_numero_9.htm

Diego, P. & Grandío, M. M. (2014). Producción y programación de series cómicas de TVE en la época franquista: Jaime de Armiñán y las primeras comedias costumbristas (Production and programming of television comedies in Franco's regime: Jaime de Armiñán and the first traditional comedies). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 20*, 105-120. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.45093

Fernández, D. & Abajo, D. (2007). *Aquí no hay quien viva* (¡Qué follón!) (*Aquí no hay quien viva* (What a mess!)). In M. A. Huerta Floriano & P. Sangro Colón (Eds.), *De los Serrano a Cuéntame. Cómo se crean las series de televisión en España* (From *Los Serrano* to *Cuéntame*. How televisión series are created in Spain) (pp. 99-113). Madrid, Spain: Arkadin.

García de Castro, M. (2002). *La ficción televisiva popular. Una evolución de las series de televisión en España* (The popular television fiction. An evolution of television series in Spain). Barcelona, Spain: Gedisa.

Genette, G. (1989). *Figuras III* (Figures III). Barcelona, Spain: Lumen

Gómez Morales, B. (2020). Televisión crítica o industria de la risa: el caso de la comedia televisiva española (1990-2018) (Critical television or laughing industry: The case of the Spanish television comedy (1990-2018)). *Signa, 29*, 467-494. Retrieved from http://revistas.uned.es/index.php/signa/article/view/23947

González de Garay, B. & Alfeo, J. C. (2012). Complejos de inferioridad y superioridad: Estudio comparado de la representación del personaje inmigrante en Fawlty Towers y Aída, entre la xenofobia y la parodia (Inferiority and superiority complexes: Comparative study of the representation of the immigrant character in Fawlty Towers and Aída, between xenophobia and parody). *Comunicación*, *1*(10), 929-942. http://www.revistacomunicacion.org/comunicacion_numero_10.htm

Gordillo Álvarez, I. (2015). La comedia televisiva: clichés, gags y estereotipos como base para el 'buen' humor (The television comedy: clichés, gags and stereotypes as the basis for 'good' humor). In B. Puebla Martínez, N. Navarro Sierra, & E. Carrillo Pascual (Coords.), *Ficcionando en el siglo XXI. La ficción televisiva en España* (Making fiction in the 21st century. Television fiction in Spain) (pp. 79- 101). Madrid, Spain: Editorial Ícono 14.

Grandío Pérez, M. M. & Diego González, P. (2009). La influencia de la *sitcom* americana en la producción de comedias televisivas en España. El caso de *Friends* y *7 vidas* (The influence of the American sitcom in the production of television comedies in Spain. The case of *Friends* and *7 vidas*). *Ámbitos, 18*, 83-97. https://doi.org/10.12795/Ambitos.2009.i18.06

Hidalgo Marí, T. (2018). The Spanish television family comedy from the opening of the market to the analogue switch off: Formats, audiences and production (1990- 2010). *Communication & Society, 31*(2), 39-50. Retrieved from https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/35713

Hidalgo Marí, T. & Ferrer Ceresola, R. (2018). La comedia televisiva en España. La transición en la ficción entre 1990 y 1995 (TV comedy in Spain: the transition fiction between 1990 -1995). *IC Revista Científica de Información y Comunicación,* (15), 223-249. Retrieved from http://www.icjournal-ojs.org/index.php/IC-Journal/article/view/388

Hidalgo Marí, T., Tous Rovirosa, A., & Morales Morante, L. F. (2019). Family models in Spanish television comedy (1990-2010). *Revista Latina de Comunicación Social, 73*, 1-11. https://doi.org/10.4185/RLCS, 74-2019-1318

Lacalle, Ch. & Gómez, B. (2016). La representación de las mujeres trabajadoras en la ficción televisiva española (The Representation of workingwomen in Spanish television fiction). *Comunicar, 23*(47), 59-67. https://doi.org/10.3916/C47-2016-06

Lacey, N. (2000). *Narrative and Genre. Key Concepts in Media Studies*. New York, NY: St. Martin's Press.

Marc, D. (1989). *Comic visions. Television comedy and American culture*. Malden, MA: Blackwell.

Martínez García, L. (2009). La contribución del humor, de la comedia de situación a la identidad cultural catalana (The Contribution of Humour to Cultural Identity in Sitcoms). *Comunicación y Sociedad*, *22*(1), 223-241. https://doi.org/10.15581/003.22.1.223-242

Medina, M. (Coord.). (2008). *Series de televisión: el caso de Médico de familia, Cuéntame cómo pasó* y *Los Serrano* (TV series: the case of *Médico de familia, Cuéntame cómo pasó* and *Los Serrano*). Madrid, Spain: Ediciones Internacionales Universitarias.

Mendíbil, Á. (2013). *España en serie. Cada serie cuenta una historia, todas juntas cuentan nuestra historia* (Spain in series. Each series tells a story, all together tell our story). Madrid, Spain: Aguilar.

Mills, B. (2001). 'Studying comedy' and 'humor theory'. In G. Creeber (Ed.), *The Television Genre Book* (pp. 61-63). London, UK: BFI.

Mills, B. (2004). Comedy verite: contemporary sitcom form. *Screen, 45*(1), 63–78. https://doi.org/10.1093/screen/45.1.63

Mills, B. (2005). *Television sitcom*. London, UK: BFI.

Mills, B. (2009). *The sitcom*. Edinburgh, UK: Edinburgh University Press.

Mintz, L. (1985). Situation comedy. In B.G. Rose (Ed.), *TV genres. A handbook and reference guide* (pp. 107-129). Westport, CT: Greenwood Press.

Nardi, C. (2017). The mockumentary sitcom. The discomfort of fake realism. In L. Giuffre & P. Hayward (Eds.), *Music in comedy television* (pp. 73-87). New York, NY: Routledge.

Neale, S. & Krutnik, F. (1990). *Popular film and television comedy*. London, UK: Routledge.

Palacio, M. (2001). *Historia de la televisión en España* (History of television in Spain). Barcelona, Spain: Gedisa.

Pao, M. T. (2014). Views and Voices of the Working Class: Aída and Rosario. *Hispania*, *97*(3), 498-509. Retrieved from https://www.jstor.org/stable/24368824?seq=1

Puebla Martínez, B. (2012). La comedia de situación en España. Características y evolución del formato (The sitcom in Spain. Characteristics and evolution of the format). In B. Puebla Martínez, E. Carrillo Pascual, & A. I. Iñigo Jurado (Coords.), *Ficcionando. Series de televisión a la española* (Making fiction televisión series the Spanish way) (pp.15-37). Madrid, Spain: Editorial Fragua.

Puebla Martínez, B (2015). *7 vidas*, la sitcom con color castizo (*7 vidas*, the sitcom with castizo color). En Puebla Martínez, B., Navarro Sierra, N. & Carrillo Pascual, E. (Coords.), *Ficcionando en el siglo XXI. La ficción televisiva en España* (Making fiction in the 21st century. Television fiction in Spain) (pp. 103-123). Madrid, Spain: Editorial Ícono 14.

Rueda Laffond, J.C. & Chicharro Merayo, M.M. (2006). *La Televisión en España 1956-2006. Política, consumo y cultura televisiva* (Television in Spain 1956-2006. Politics, consumption, and television culture). Madrid, Spain: Fragua.

Savorelli, A (2010). *Beyond sitcom. New directions in American television comedy*. Jefferson, NC: McFarland.

Smith, P. J. (2006). *Television in Spain. From Franco to Almodóvar*. Woodbridge, UK: Tamesis.

Wolf, M. (1984). Géneros y televisión (Genre and Television). *Anàlisis*, (9), 189-198. Retrieved from https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n9/02112175n9p189.pdf

SOBRE LA AUTORA

BEATRIZ GÓMEZ MORALES, profesora Serra Húnter de la Universitat de Lleida, España. Doctora en Comunicación y Periodismo de la Universitat Autònoma de Barcelona. Miembro del Observatorio de Ficción Española y Nuevas Tecnologías (OFENT) y del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL). Su principal línea de investigación es la ficción televisiva española, en particular sus contenidos, programación y audiencias.

https://orcid.org/0000-0002-0557-528X.