



Universitat Autònoma de Barcelona

Tesis doctoral

La ficción televisiva de TV3 como productora
de referentes de identidad cultural catalana:
estudio de caso de la sitcom “Plats bruts”.

Autora: Luisa del Carmen Martínez García

Director: Emili Prado i Picó

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad.

Febrero 2008

“Algún día hasta tus playas lejanas tendré que volver...”

Mi incursión en la investigación no hubiera sido tan placentera sin el apoyo y dirección de Emili Prado a quien agradezco infinitamente haber confiado en mí. Tengo que agradecer, también, a mis compañeros del Grup de Investigació en Imatge Só i Síntesi y del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat por haberme escuchado durante tantas comidas con mi monotema: la tesis doctoral. Especialmente a Núria García, Xavier Ribes, David Fernández, Maite Soto y José Luis Terrón.

En aquest rosari d'agraïments no puc deixar d'esmentar a la meva família catalana. Especialment a la meva parella qui em va donar suport durant tot el procés de creació de tesi.

Este trabajo va dedicado a todas las mujeres que forman parte de mi familia en México. Para ellas, quienes día a día construyen en este mundo un espacio propio: Aurora, Yoyi, Lucía, Denise, Lili, Danna, María, Gaby, Paty y Ma.José. Especialmente a mi abuela; que estoy segura que de estar entre nosotros “brincaría el charco” para estar a mi lado.

A todos los amigos de aquí y de allá les agradezco todos y cada uno de los buenos momentos que hemos pasado juntos virtualmente y/o físicamente.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	9
MARCO CONTEXTUAL	
1. CATALUNYA: BREVE REPASO HISTÓRICO	13
1.1 CATALUNYA: NACIÓN SIN ESTADO	19
1.2 GENERALITAT: REFORZAMIENTO DEL IMAGINARIO CATALÁN	25
1.2.1 POLÍTICA LINGÜÍSTICA	27
1.2.2 DEMOGRAFÍA CATALANA	32
2. LA TELEVISIÓN EN CATALUNYA	35
2.1 LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA: TVE, LIBERALIZACIÓN DEL MERCADO Y LAS CADENAS AUTONÓMICAS	36
2.2 LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA: PERIODO DE CONVERGENCIA TECNOLÓGICA	40
2.3 LA CORPORACIÓN CATALANA DE RADIO Y TELEVISIÓN	46
2.4 EL CONTEXTO ACTUAL DE LA TELEVISIÓN EN CATALUNYA	47
2.5 LA TELEVISIÓN EN CATALUNYA COMO INDUSTRIA CULTURAL	49
2.5.1 NORMALIZACIÓN LINGÜÍSTICA Y TVC	53
3. FICCIÓN TELEVISIVA EN CATALUNYA	58
3.1 ANTECEDENTES: LA FICCIÓN EN TVE	60
3.2 LA FICCIÓN EN EL MODELO DE LIBRE COMPETENCIA	64
3.3. LA FICCIÓN EN TV3	71
3.4 LA PRODUCCIÓN PROPIA DE FICCIÓN EN TV3	74
3.4.1 LA COMEDIA DE SITUACIÓN	79
3.4.2 SERIES DE HUMOR	86
3.4.3 LAS TELENÓVELAS	88
3.4.4 LAS SERIES DRAMÁTICAS	95
3.5 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN PROPIA EN TV3	98

4. LA SITCOM: PLATS BRUTS	101
4.1 PERSONAJES Y TEMÁTICAS	104
4.2 PLATS BRUTS EN NÚMEROS	106
MARCO CONCEPTUAL	
5. TELEVISIÓN E IDENTIDAD CULTURAL	112
5.1. TELEVISIÓN	115
5.2 IDENTIDAD CULTURAL	126
5.3 IDENTIDAD CULTURAL Y TELEVISIÓN	135
MARCO TEORICO	
6. ESTUDIOS CULTURALES	141
6.1 LOS ESTUDIOS CULTURALES: OTRO ENFOQUE EN LA INVESTIGACIÓN SOCIAL	141
6.2 CARTOGRAFÍA DE LOS ESTUDIOS CULTURALES	144
6.3 ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA SEGÚN EL CCC	145
6.4 EL ESTUDIO DE LA CULTURA, UNA TRADICIÓN EN LATINOAMÉRICA	149
6.5 EXPERIENCIAS DE INVESTIGACIÓN: TELEVISIÓN Y CONSUMO	151
6.6 INVESTIGACIONES DEL G.R.I.S.S.	156
MARCO METODOLÓGICO	
7. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	161
7.1. METODOLOGÍA	168
7.2. DISEÑO DE LAS TÉCNICAS	171
7.2.1. ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD	172
7.2.2. DISEÑO DEL ANÁLISIS TEXTUAL	174
7.2.2.1 HISTORIA DE LA FICCIÓN	178
7.2.2.2 ANÁLISIS DE LOS SUJETOS E INTERACCIONES	180

7.2.2.3 EL TEXTO ORAL Y LA ENUNCIACIÓN	186
7.2.2.4 PUESTA EN ESCENA	189
7.2.3. GRUPOS DE DISCUSIÓN	190
7.2.3.1 TIPO DE UNIVERSO Y MUESTRA	191
7.2.3.2 ORGANIZACIÓN DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN	192
8. APLICACIÓN DE LAS TÉCNICAS METODOLÓGICAS	198
8.1 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A COORDINADORES Y GUIONISTAS DE LA SERIE	198
8.1.1 CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD	209
8.2 RESULTADOS DEL ANÁLISIS TEXTUAL DE LOS EPISODIOS DE “PLATS BRUTS”	211
8.2.1 HISTORIA EN EL EPISODIO “TINC ESPELMA”	211
8.2.2 HISTORIA EN EL EPISODIO “TINC NACÍÓ”	218
8.2.3 SUJETOS E INTERACCIONES	226
8.2.3.1 SUJETOS E INTERACCIONES EN EL EPISODIO “TINC ESPELMA”	226
8.2.3.2 SUJETOS E INTERACCIONES EN EL EPISODIO “TINC NACÍÓ”	230
8.2.4. EL TEXTO VERBAL	234
8.2.4.1 EL TEXTO VERBAL EN “TINC ESPELMA”	234
8.2.4.2. EL TEXTO VERBAL EN “TINC NACÍÓ”	237
8.2.5 LA PUESTA EN ESCENA	244
8.2.5.1 LOS ESPACIOS EN “TINC ESPELMA”	244
8.2.5.2 LOS ESPACIOS EN “TINC NACÍÓ”	245
8.2.6 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS TEXTUAL	246
8.3 RESULTADOS DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN	253
8.3.1 RESULTADOS GRUPOS DE DISCUSIÓN:	
BLOQUE CATALANES	256
8.3.1.1 RESULTADOS GRUPO “AC”	256
8.3.1.2 RESULTADOS GRUPO “BC”	267

8.3.2 RESULTADOS DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN:	
BLOQUE EXTRANJEROS	276
8.3.2.1 RESULTADOS GRUPO “AE”	276
8.3.2.2 RESULTADOS GRUPO “BE”	283
8.4 CONCLUSIONES GRUPOS DE DISCUSIÓN	288
CONCLUSIONES GENERALES	294
BIBLIOGRAFÍA	301

Introducción

La televisión es una de las tecnologías que ha sabido reinventarse a sí misma, adaptándose a nuevos estadios, como ahora el digital. Como industria cultural ha establecido alianzas con otros sectores y ha elaborado estrategias para dinamizar y diversificar su producción. Estas características son de mérito, sin embargo, la gran batalla ganada por la televisión y que ha demostrado contundentemente, es su capacidad de incidencia en el campo cultural, social y familiar del sujeto.

Las diversas concepciones de la televisión, designadas por los teóricos de la comunicación, como la caja tonta, la hipnotizadora de conciencias, aliada de los poderes hegemónicos, organizadora de nuestro tiempo y actividades, como ventana a mundos propios y ajenos, y como escenario de tensiones y contradicciones, constituyen sus posibilidades de “estar”. A cada una de las posibilidades nombradas corresponde una forma de “ser” de la televisión y una de éstas hace alusión al medio como industria cultural. La materia prima de la producción televisiva es la narración y ésta se construye con ideas, representaciones, referentes y contextos que aluden a ciertos espacios, tiempos, sujetos y sociedades.

La televisión es una industria cultural no sólo por su estructura productiva, económica y política sino por su rol en la fabricación de imaginarios sociales. Una de las cualidades de las representaciones, referentes y contextos propuestos por los contenidos televisivos es su capacidad de agencia, de acción en el entorno social. Siempre, bajo el entendido que ésta se lleva a cabo mediante el uso, consumo y apropiación de los contenidos mediáticos.

La mayoría de las investigaciones realizadas sobre la televisión se han dedicado a hacer descripciones parceladas del medio, conocemos las rutinas productivas, la estructura empresarial de las cadenas, el diseño de la programación, tenemos a nuestro alcance los resultados de análisis cualitativos y cuantitativos de los discursos, y en menor medida, encontramos estudios sobre el consumo televisivo. Quizás, el motivo de dicha división temática en los

estudios se deba a la complejidad del entorno televisivo por lo que contamos con pocas visiones de conjunto sobre el medio. Es decir, es difícil obtener, de un mismo estudio, resultados que contemplen los diversos procesos productivos de la televisión. Por otro lado, la producción científica y académica se ha encargado de describir la ingeniería, de registrar las técnicas y procesos de las diversas estructuras de los *media*, pero las pistas hacia un conocimiento de la audiencia aún son poco inteligibles.

Nuestra investigación es un trabajo de introspección sobre el sector televisivo y lo hacemos a partir de la observación de un macrogénero. Los ejes de atención de nuestro análisis son el proceso de creación, el texto audiovisual y el consumo de la ficción. Hemos planteado un estudio de la ficción producida en TV3, cadena de Televisió de Catalunya (TVC) y centramos el análisis en una serie, en una comedia de situación. Nuestro interés es saber cómo se construye la ficción como narración, y si en ella hay referentes de identidad cultural y cuál es el uso, apropiación y consumo que hacen los sujetos de las representaciones identitarias presentes en los productos audiovisuales.

En general, tratamos de entender lo que pasa con los contenidos de la ficción televisiva a partir de un género en concreto. La investigación se divide en dos partes: en la primera de ellas describimos cuatro marcos (contextual, conceptual, teórico y metodológico) con los que identificamos las coordenadas de nuestro trabajo y con ellos obtenemos el código de lectura de los hallazgos producidos en el análisis. En la segunda parte, describimos los resultados de la aplicación de nuestras herramientas metodológicas y formulamos las conclusiones del estudio.

El marco contextual se desarrolla en los primeros cuatro capítulos de nuestra investigación. En él, incluimos una breve revisión histórica de Catalunya y situamos los momentos clave que dieron lugar a su conformación como nación. Además, ilustramos el desarrollo de la televisión como industria en Catalunya, pero sin perder de vista el referente español y europeo. Registramos el surgimiento y consolidación de la ficción televisiva en el ámbito español y catalán. Hemos considerado oportuno, para una lectura efectiva de nuestro

estudio situar, en este marco, la descripción de la serie de ficción que forma parte de nuestro estudio de caso.

El marco conceptual, el quinto capítulo, nos sirve para detallar los conceptos con los cuales hemos elaborado el estudio. Con él, tratamos de explicar lo que para nosotros significa identidad, la cultura y la televisión. Esta tríada la inscribimos en una corriente teórica propia de los estudios culturales, marco de referencia de nuestro estudio que está reflejado en el sexto capítulo.

La logística de la pesquisa queda expresada en el marco metodológico y en éste se expresan nuestros frentes analíticos. El primero de ellos describe el proceso de producción de una serie de ficción, la elaboración de los guiones, la argumentación de las temáticas, de los contextos y los personajes representados.

El segundo frente se enfoca en el estudio del contenido de la serie, en sus personajes, en la descripción del contexto, de las temáticas y la estructura narrativa del género. El análisis textual es la herramienta que utilizamos para estudiar los contenidos de la serie; con él tratamos de describir cada una de las partes que constituyen una comedia de situación. En esta fase identificamos las diversas representaciones, en el contexto y en el espacio, que hacen alusión a cuestiones culturales. Descubrimos los artificios del género y de sus personajes.

El análisis cualitativo del consumo de la serie configura el tercer frente metodológico y éste nos ayuda a entender cómo se relaciona la audiencia con la ficción. Nos interesa conocer qué significaciones o representaciones identifican los sujetos como propios y de éstas cuáles les permite crear una idea de lo colectivo, de lo social, de espacio común. Es una forma de responder a la pregunta ¿cómo me siento? que James Lull (1997) propone investigar cuando se habla de identidad cultural. Los grupos de discusión son la herramienta que nos ayuda a etnografiar, o tratar de entender el proceso de apropiación y reconfiguración de significaciones a partir del consumo de una ficción.

Esta arquitectura metodológica no es más que el seguimiento analítico del ciclo vital de un producto cultural, el cuál nos permitirá explicar a detalle un proceso de la comunicación.

Los últimos capítulos, el ocho y el nueve, constituyen la segunda parte de la investigación y en ellos se condensan los resultados obtenidos tras la aplicación de las técnicas diseñadas y las conclusiones generales del estudio.

El análisis que realizamos sobre la ficción televisiva es una forma de explicar que los medios de comunicación elaboran propuestas de sentido que forman parte de nuestra vida cotidiana y que éstas se reconfiguran, se diluyen, se refuerzan a partir del consumo. Por lo tanto, los sujetos son agentes activos en la construcción continua y permanente de las representaciones y los referentes que hacen alusión a los diversos espacios de nuestra vida diaria, especialmente el identitario.

*Entonces, como al rey del cuento,
el Estado comienza a aparecer desnudo.
(De Ventós, 1999: 70)*

1. CATALUNYA: BREVE REPASO HISTÓRICO

Siendo el entorno social uno de los pilares de esta investigación para nosotros era fundamental sumar una breve descripción de la historia de Catalunya que nos aportara los elementos suficientes para comprender su geografía social actual. Por otro lado, si el tema a investigar es la producción de referentes de identidad cultural catalana es necesario aportar los antecedentes históricos que ayuden a traducir y explicar algunos matices del carácter de la sociedad. Por último, este capítulo se concibe como un dispositivo de apoyo para aquellos lectores ajenos al contexto catalán, con el objetivo de facilitar la comprensión del rol social que desarrollan los medios de comunicación autonómicos en Catalunya.

Tratar de argumentar las diversas situaciones que dieron origen a la idea de Catalunya como nación sin estado, un *cuasiestado* o un *pueblo políticamente pobre (p.p.p.)* (De Ventós, X., 1999) sería tema de otra tesis doctoral. Sin embargo, consideramos oportuno destacar algunos momentos relevantes del contexto histórico catalán con el fin de comprender el tema que nos ocupa. En este afán, diseñamos tres focos de atención para nuestra fundamentación histórica: una breve descripción de la historia de Catalunya, explicar de manera general lo que significa para nosotros el Estado moderno, su crisis actual y finalmente el nacionalismo, catalanismo y/o neonacionalismo. Para realizar esta argumentación histórica hemos recurrido a diversos autores quienes señalan en sus textos los puntos álgidos de cada uno de los focos temáticos antes mencionados.

Sobre la historia de Catalunya, destacamos sólo los momentos que consideramos clave para diseñar el marco espacial de nuestro estudio, hemos puesto especial énfasis en la dictadura franquista y la conformación de la Generalitat y su rol, como institución oficial, encargada de reforzar, mantener y dinamizar un imaginario catalán. Incluimos, en este breve repaso, las ideas básicas de la evolución del Estado moderno en la que ubicamos las tensiones

de su crisis actual. Por último, explicamos el movimiento nacionalista en una nación sin estado como es Catalunya y apuntamos algunas de sus características.

La descripción histórica sobre Catalunya está basada en la exploración que realiza Manuel Castells (2003) para explicar por qué esta comunidad autónoma es una nación, y no un ente imaginado, refiriéndose al concepto creado por Benedict Anderson (1983) en su obra "Imagined Communities".

Los antecedentes de la configuración territorial, de lo que hoy se conoce como Catalunya, datan del año 988, fecha en la que el Conde Borrell rompe relaciones con el Imperio Carolingio. En el siglo IX, el Conde Guifré recibe del Rey francés los condados de Barcelona, Urgell, Cerdeña-Conflent y Girona e inicia la hegemonía del Casal de Barcelona sobre lo que se conocería como Catalunya en el siglo XII.

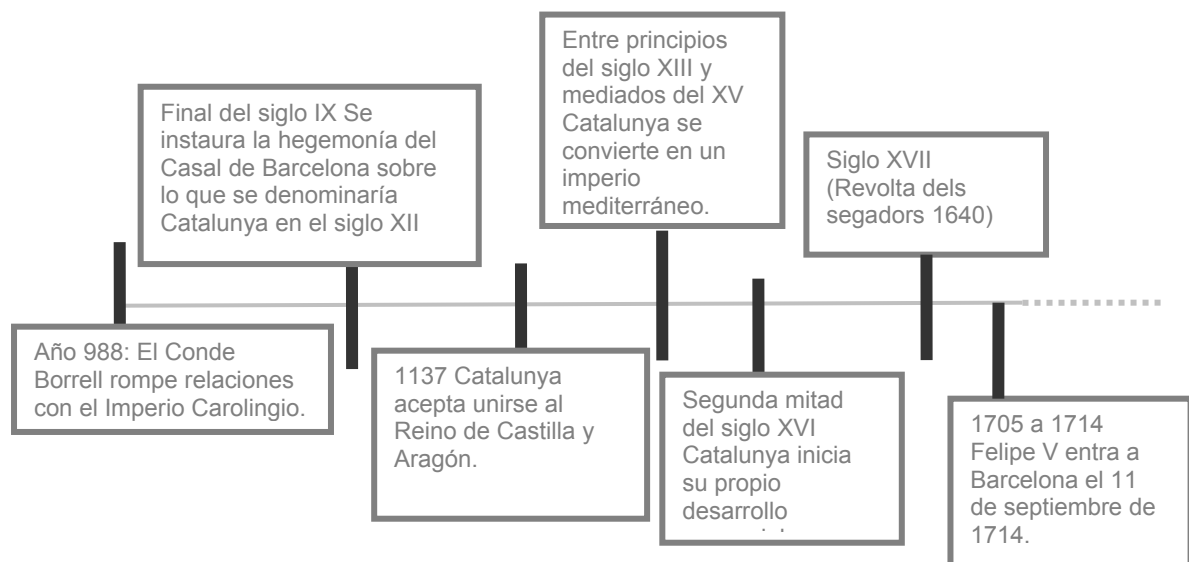
El imperio mediterráneo catalán se forma a partir del siglo XIII hasta mediados del XV y se va a extender hasta Mallorca (1229), Valencia (1238), Sicilia (1282), Atenas (1303), Cerdeña (1323) y Nápoles (1442) Roselló y la Cerdaña.

En 1137 Catalunya se une al Reino de Castilla y Aragón y en la negociación queda expresado el respeto de la lengua, las costumbres y las instituciones de las naciones, así como la partición de la riqueza. Sin embargo, el Reino de Castilla vulnera el pacto, cuando excluye a los pueblos de habla no castellana de Europa, entre ellos Catalunya, de participar en el comercio con las colonias americanas. Pese a estos impedimentos, Catalunya busca nuevos territorios de comercialización y se enfoca a la venta regional con lo que constituye las bases de su proceso de industrialización, en la segunda mitad del siglo XVI.

En el siglo XVII, tanto Portugal como Catalunya expresan su decisión de separarse del imperio español, provocada por la crisis económica de la corona; que Felipe IV intenta solventar mediante la centralización de las ganancias. Portugal consigue separarse de España con el apoyo de los ingleses, mientras que Catalunya, enfrenta la batalla sola y la pierde. A este periodo se le denomina como la "Revolta dels segadors". Pero Catalunya, no perdió sólo una batalla, sino el total de sus libertades fundamentales como nación.

En 1705, una vez más, Catalunya intenta separarse, independizarse, de España, y mantiene una lucha que culmina en 1714 con la entrada de Felipe V en Barcelona el 11 de septiembre. Es en este tiempo cuando Catalunya pierde todas sus instituciones políticas de autogobierno a través de los decretos de la Nova Planta. Con este decreto se inicia una represión institucional y cultural. La lengua catalana fue eliminada de la administración pública, del comercio y las escuelas, su uso quedó reducido al ámbito familiar.

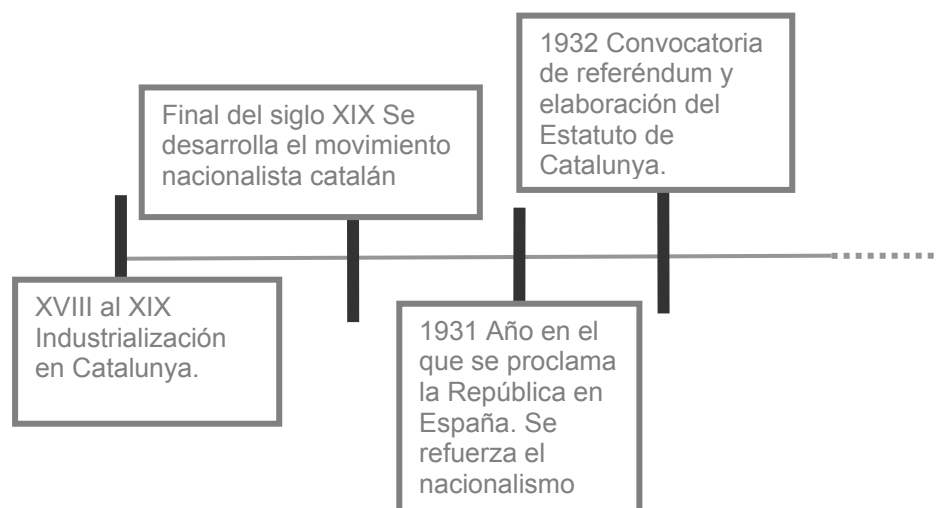
Esta primera fase de la historia catalana se resume en siete momentos históricos que hemos expresado en el siguiente gráfico.



Catalunya emprende su lucha desde otros frentes, como el económico, el educativo y cultural. De esta manera, del siglo XVIII al XIX la industrialización catalana está en pleno apogeo. La prosperidad económica y cultural, dinamiza, a finales del siglo XIX, un movimiento nacionalista protagonizado por Enric Prat de la Riba, Valentí Almirall, Francesc Pi i Maragall, Joan Maragall, Rovira i Virgili, Pompeu Fabra. Este movimiento se vería reforzado hasta el año 1931, fecha en la que se proclama la República en España.

Los republicanos de la izquierda catalana tienden un puente con la clase obrera, la pequeña burguesía y los ideales nacionalistas liderados por Lluís Companys. De esta manera regeneran las ideas nacionalistas. Debido a la gran participación popular en el referéndum de 1932 se elabora el Estatuto de autonomía catalán con el que se restablecen las instituciones políticas y recupera su autonomía cultural y lingüística. Sin embargo, este desarrollo se interrumpiría, una vez más, por la guerra civil española y la instauración de la dictadura franquista.

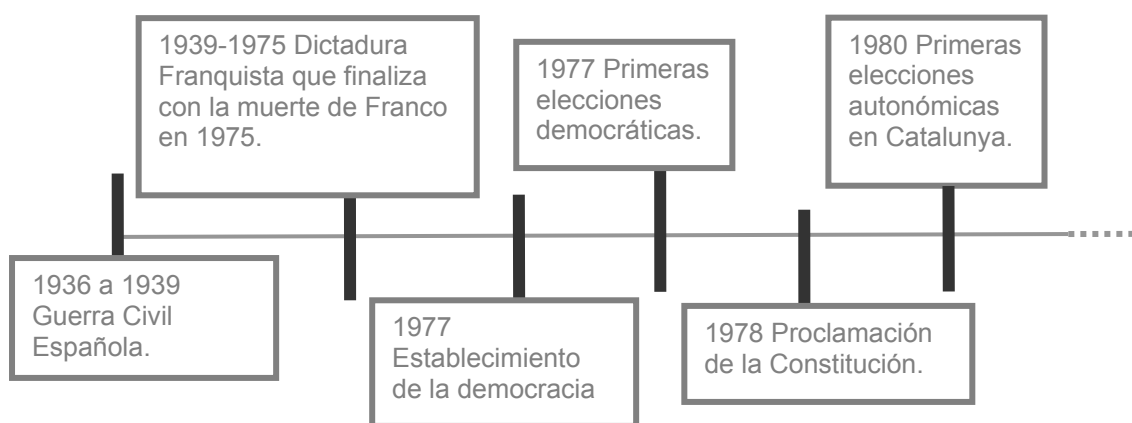
Los acontecimientos históricos reseñados fundan las bases ideológicas que refrendarían la idea de Catalunya como nación y se dimensiona la importancia de la lengua catalana como elemento de cohesión.



La autonomía catalana sufre una de sus reveses más importantes a partir de la guerra Civil Española (1936 a 1939). La dictadura del General Franco (1939-1975) elimina el Estatuto de autonomía de Catalunya, como el del País Vasco y Galicia, e inicia una persecución sistemática contra las señas de identidad nacional.

Tras la muerte del dictador en 1975 se inicia un proceso de transición a la democracia en España y se convocan las primeras elecciones democráticas después de la dictadura franquista. En 1978, se proclama la Constitución española que reconoce la existencia de regiones y nacionalidades, ésta última hace referencia a las naciones históricas. La fórmula del estado autonómico permite la recuperación del Estatuto de autonomía para Catalunya y se realizan las primeras elecciones autonómicas en 1980. El President de la Generalitat elegido, en esas primeras elecciones, fue Jordi Pujol quien estuvo en el cargo hasta el año 2003.

El apogeo de la cultura catalana de principios del siglo XX se vio mermado durante treinta seis años por la dictadura franquista, sin embargo, como lo hemos descrito, esta no sería la primera fractura que sufriría Catalunya.



Para Josep Gifreu (1986) el franquismo forma parte de un proceso de destrucción de la identidad catalana cuya operación se llevó a cabo, con la aplicación de estrategias militares de represión y mediante una colonización cultural que se manifestó en tres niveles:

1. En la élite intelectual: La usurpación de las élites intelectuales catalanas por *élites castellanas y franquistas* (Gifreu, J., 1986:291).

2. En la cultura popular: en este sector cultural el autor explica cómo la resistencia busca nuevos espacios de acción, *como se aglutinan los diversos focos de resistencia cultural a las fuerzas ocupantes, tanto en el exilio como en el interior, y como evolucionan a lo largo de los años y en qué ámbitos tienen más presencia (escuelas editoriales, Iglesia, universidades, prensa...)* (Gifreu, J., 1986:291).

3. Cultura de masas: se elimina el sistema de comunicación de masas *propio de la Catalunya de los años 30, y se depuran ciertas instancias "peligrosas" o "poco seguras" (periodistas, escritores...)* y es sustituido por un nuevo sistema de comunicación, con estos objetivos básicos: *castellanización, autoritarismo y centralismo* (Gifreu, J., 1986:291).

Los procesos históricos reseñados incitan un desarrollo político, económico, social y cultural en Catalunya que dista mucho del contexto español, en este sentido, la comunidad utiliza las posibilidades que le brinda su autonomía.

En cualquier caso, *la identidad catalana no es inventada. Al menos durante mil años, una comunidad humana determinada, organizada primordialmente alrededor de la lengua, pero también en buena medida de continuidad territorial, y con una tradición de democracia política y autogobierno autóctono, se ha identificado como una nación en contextos diferentes, contra adversarios diferentes, ha formado parte de diversos estados, ha tenido su propio estado, ha buscado la autonomía sin amenazar al Estado español, ha integrado a los inmigrantes, ha soportado la humillación (de hecho, conmemorándola cada año) y ha existido todavía como Catalunya...Catalunya no es una entidad imaginada, sino un producto histórico renovado constantemente...*(Castells, M., 2003:78-79)

1.1 CATALUNYA: NACIÓN SIN ESTADO

Una de las estructuras de la sociedad que se ha visto más afectada con la globalización y las dinámicas que la conforman, como el libre mercado, los movimientos migratorios y la convergencia de las nuevas tecnologías, es el estado moderno. Al estado lo concebimos como *aquella institución o conjunto de instituciones específicamente relacionadas con la conservación del orden (aunque pueden estar relacionadas con muchas más cosas)* (Gellner, E., 1983:17).

El binomio estado-nación fue durante muchas décadas el patrón a seguir, la estructura aspirable para cualquier sociedad que presumiera de serlo. Durante la supremacía del estado-nación, era relativamente fácil relacionar, los símbolos patrios de un país con su población e incluso con sus fronteras geográficas, o al menos esa era la estrategia clave de cualquier estado-nación. Por el contrario, la incapacidad de la estructura estatal para adaptarse al desarrollo de las diferencias, ha provocado que el estado-nación se convierta en *una monumental pieza de arqueología industrial en una época en que las identidades se vuelven complejas, los poderes se dispersan, las soberanías resultan difusas y las identidades colectivas no son –suponiendo que alguna vez lo fueran- construcciones fijas, hechas y acabadas, sino estructuras en un permanente proceso de asimilación (o de rechazo) de su entorno: figuras en un proceso de respiración lenta, de sístole y diástole dilatadas* (De Ventós, X., 1999:71).

En cualquier caso, para entender cómo el estado ha llegado a esta fase es preciso describir su evolución histórica y los distintos roles que ha protagonizado en la sociedad, para ello recurrimos a Gurutz Jáuregui (1988) quien detalla la evolución del Estado moderno.

Al finalizar la guerra de los 30 años en Europa, en 1640, se elimina la organización feudal y se reestructura la geografía europea de acuerdo a fronteras geográficas y características de la población. Este sería el inicio del Estado moderno y éste *comienza a intervenir en los asuntos financieros de los*

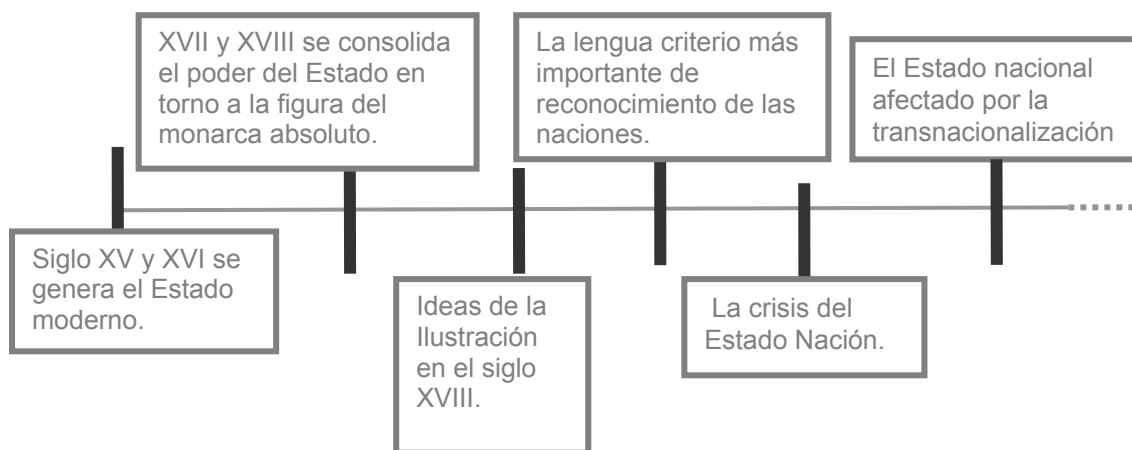
individuos y de las corporaciones, fundamentalmente mediante una política de centralización monetaria y un fomento de los productos nacionales protegiéndolos de la competencia exterior (Jáuregui, G., 1988:9).

En la reestructuración referida también se incluía una nueva distribución del poder, y durante los siglos XVII y XVIII éste se consolida en la figura del monarca absoluto. En este estadio, los lazos que mantenían unidos a los sujetos con un estado eran los mercantiles, y se pedía que el estado salvaguardara los intereses de los comerciantes.

La aspiración europea era crear países federativos, en los que el Estado estaba conformado por unidades federales de menor peso y *en la mayor parte de los casos los príncipes preferían que cada provincia anexionada conservara sus instituciones locales (su tribunal superior, su parlamento, sus oficinas fiscales), su sistema legal y sus códigos o leyes propias...y su propia lengua allí donde era diferente* (Jáuregui, G., 1988:13).

Jáuregui (1983) destaca que este contexto es el precursor del concepto de nación como instrumento, el cuál significaba entre otras cosas una ruptura con el régimen feudal, la *estructuración de una nueva formación social de nueva planta: la nación* (Jáuregui, G., 1988:36), que se basa en la idea de un pacto tácito entre los individuos, que a su vez se conciben sólo como propietarios.

En Europa, especialmente en Francia, Inglaterra y Alemania se desarrolla el periodo de las Ideas de la Ilustración, en el siglo XVIII. Es así como surge la doctrina de la nación moderna con las ideas de Herder y Fichte. En esta fase, *la lengua va a convertirse en el criterio más importante de reconocimiento de las naciones y de su derecho intrínseco a constituirse en estado propio* (Jáuregui, G., 1988:41). La protección de la mercantilización pasa a segundo término en la conformación del estado moderno y la configuración de las naciones se rige bajo una premisa lingüística cultural, tal como lo expresamos en el cuadro que ilustra los momentos cruciales en la evolución del Estado.



Es a finales del siglo XX cuando el *Estado comienza a verse afectado de modo muy fundamental por el proceso de transnacionalización, debido a la transformación radical de la estructura y el funcionamiento del sistema capitalista...* (Jáuregui, G., 1988:201). *Pero he aquí que ahora justamente, cuando el Estado-nación había llegado ya a convertirse en la forma de poder normal y convencional, resulta que a las fuerzas dominantes les da por globalizarse o localizarse, con el siguiente debilitamiento tanto de la soberanía estatal como de la identidad ciudadana* (De Ventós, X., 1999:70).

La incursión de los países económicamente fuertes en los marcos estatales de otros países, no tan consolidados, no ha sido una lucha violenta por el poder, o el territorio, a la usanza imperialista. En esta ocasión, la estrategia colonizadora se basa en la distribución y el consumo de productos. Una vez más, la mercantilización es uno de los imperativos de los estados nación, lo que provoca una crisis de credibilidad *que se produce, sobre todo en el hecho de que el control del ejercicio y de los fines del poder político, en manos del Estado-aparato, se aleja cada vez más de las manos de la sociedad civil que es realmente la depositaria de la legitimidad de ese poder político, hacia corporaciones, grupos de presión, ETN, los cuales ejercitan tal control bien directamente o bien a través de otros estados* (Jáuregui, G., 1988:205).

El desencanto hacia el estado-nación y las peculiaridades históricas de cada nación, han catalizado la conformación de entes alternativos a esta estructura, al respecto Castells (2003) señala estas formas actuales de “ser” de algunos países: naciones sin estado, los estados sin nación, estados plurinacionales, estados uninacionales, estados con naciones compartidas y los estados que comparten naciones.

La organización, política, económica y social, de Catalunya genera diversos calificativos: nación sin estado, *pueblo políticamente pobre (p.p.p.)* (De Ventós, X., 1999) y cuasiestado, esta última forma Castells la explica como *estados nación porque reciben los atributos de la soberanía en virtud de una identidad nacional constituída históricamente. Pero, son cuasi porque el conjunto caótico de relaciones con la matriz histórica les fuerza a compartir la soberanía con su antiguo estado o con una configuración más amplia. En segundo lugar, se aprecia el desarrollo de las naciones que se paran en el umbral de la condición de estado, pero obligan al estado matriz a adaptarse y ceder soberanía, como es el caso de Catalunya, El País Vasco, Flandes, Escocia, Valonia, y Québec. Son cuasiestados porque no son estados plenamente desarrollados, pero obtienen una parte de autonomía política en virtud de la identidad nacional* (Castells, M., 2003: 81).

La nación, la hemos relacionado con el estado, como si una dependiera de la otra, como si una fuera el resultado de la otra, sin embargo, tanto la nación como el estado surgen de procesos diferentes y es cuando se reconocen que convergen y crean el binomio estado-nación. En cualquier caso, *las naciones son los constructos de las convicciones, fidelidades y solidaridades de los hombres. Una simple categoría de individuos (por ejemplo, los ocupantes de un territorio determinado o los hablantes de un lenguaje dado) llegan a ser una nación si y cuando los miembros de la categoría se reconocen mutua y firmemente ciertos deberes y derechos en virtud de su común calidad de miembros. Es ese reconocimiento del prójimo como individuo de su clase lo que los convierte en nación, y no los demás atributos comunes, cualesquiera que puedan ser, que distinguen a esa categoría de los no miembros de ella* (Gellner, E., 1983:20).

La nación es el resultado de la práctica del nacionalismo, *es un deseo y una necesidad de sentirse vinculado a una comunidad y a un territorio, pero, también, es básicamente un proyecto de poder. El mecanismo profundo de lo nacional opera construyendo una legitimidad política global y generando una identidad sociocultural de corte emotivo* (Hernández, F., 1983: 237).

La poca credibilidad hacia el estado-nación, la reiterada injerencia de unos países sobre la soberanía de otros, el imperialismo económico que justifica los medios, en definitiva, en un momento en el que estamos inmersos en la globalización, la desterritorialización y la práctica ascendente hacia la contextualización local animan, en su conjunto, el surgimiento de las cuestiones identitarias.

La cuestión catalana, el nacionalismo catalán, y/o el catalanismo es producto de todo lo que hemos nombrado en el párrafo anterior, pero, también, de una lucha histórica por su reconocimiento, surge por una falta de legitimidad política.

No hay nada determinante en las cuestiones del pensamiento humano, por lo que no se puede fijar un tipo de nacionalismo catalán que represente al total de los ciudadanos catalanes. En este sentido, se habla de corrientes nacionalistas, cuyas fronteras no están del todo definidas, al respecto, Miquel Caminal (2003) destaca tres tipos de catalanismos y los relaciona con entes políticos del ámbito catalán:

- 1) *El catalanismo que considera que los grandes objetivos del catalanismo originario ya se han conseguido* (Caminal, M., 2003: 157) el autor hace referencia al derecho a la autonomía y la normalización política.
- 2) *El catalanismo federalista se corresponde fundamentalmente con los partidos de izquierdas* (Caminal, M., 2003: 157).
- 3) *El catalanismo soberanista estaría básicamente representado por Esquerra Republicana de Catalunya* (Caminal, M., 2003: 157)

La estructura política, social, cultural y económica de Catalunya es un modelo que se ha adelantado a la crisis del estado-moderno, a la globalización y a los emergentes neonacionalismos, quizás por la carencia del proteccionismo estatal, o su negación a aceptarlo y/o disfrutarlo. Esto ha significado que esta comunidad autónoma desarrolle estrategias de proyección propias. Lo que se aspira para Catalunya es *conseguir una independencia funcional y operativa más que una mítica soberanía de cuentos de hadas...* (De Ventós, X., 1999: 83).

Los retos para conseguir esa independencia funcional a la que se refiere De Ventós (1999) está en las siguientes problemáticas que el mismo autor explica: *La crónica incapacidad castellana para respetar de verdad todo aquello que nos es oficial* (De ventós, X., 1999:9). *La resistencia de ambos lados: del débil tanto del poderoso. Al ser más semejantes, el conflicto entre nosotros es cada vez más narcisista"... Desmarcarnos de la actual tendencia de los Estados-nación a buscar legitimaciones identitarias e incluso fundamentalistas* (De ventós, X., 1999: 101-102).

Sin lugar a vacilaciones, la Generalitat de Catalunya ha contribuido de manera significativa en la construcción de esta estructura postmoderna de prácticas políticas. Su papel, desde el siglo XX, ha sido fundamental en el desarrollo de la sociedad y la construcción de un imaginario social catalán.

1.2 GENERALITAT: REFORZAMIENTO DEL IMAGINARIO CATALÁN.

La Generalitat tiene entre sus funciones políticas el objetivo de salvaguardar y dinamizar la lengua y la cultura catalana. Es decir, la Generalitat es un agente social que produce representaciones, en este caso, “oficiales” sobre lo catalán. En este sentido, hemos considerado interesante para nuestro estudio, saber de qué manera lleva a cabo su cometido y para ello hemos recurrido a una herramienta sencilla, a la página web de la Generalitat, en la que se destacan algunas características sobre Catalunya. Si bien, la herramienta documental de esta observación se podría considerar poco sería, sin embargo, es un instrumento revelador de lo que queremos conseguir en este apartado, describir, de manera general, las características culturales y sociales que la Generalitat presenta como propias de Catalunya.

Al introducir la palabra “Catalunya” al buscador “Google” (consultado el 3 de agosto de 2007), este nos genera un resultado de 19.700.000 documentos. El primer portal que nos aparece es el de la Generalitat de Catalunya¹. Al abrir esta página, se despliega una serie de menús de distinta índole, pero nos interesa desplegar el que se titula simplemente “Catalunya”.

Portada del sitio web de la Generalitat de Catalunya (verano 2007).



Al hacer doble click sobre la pestaña “Catalunya”, que se muestra en el gráfico, se presenta un listado diverso: como el territorio y la gente, visitar Catalunya, estudiar, trabajar, invertir y hacer negocios. De este listado, sólo hemos considerado, para nuestra descripción, lo que respecta al territorio y su gente,

¹ <http://www.gencat.net/>

en el cual se subrayan los siguientes puntos: el territorio, la población, la organización política, la historia, los símbolos nacionales, la lengua catalana, la cultura, la ciencia y tecnología, la cocina catalana, la economía y Catalunya en el mundo. Todos los aspectos relatados, en su conjunto, conforman un itinerario de conocimiento sobre cuestiones sociales y culturales de Catalunya. Sin embargo, de esta ruta, sólo nos detendremos en los símbolos nacionales y en la cultura, puntos focales en nuestro estudio.

Los símbolos nacionales catalanes que se especifican en el portal de la Generalitat son: la senyera, el himno nacional “Els Segadors” y la Diada que se celebra el once de septiembre, está por demás decir que todas estas significaciones de “lo catalán” tienen una representación histórica, tal como podemos constatar en lo reseñado en el primer apartado de este capítulo.

Sobre la cultura, el portal nos sugiere dos temas de interés: las manifestaciones artísticas (arquitectura, artes plásticas, literatura, música y diseño), las costumbres y tradiciones. De estas últimas detalla, la tradición de “els castellers”, la sardana, la noche de Sant Joan, así como las fiestas de navidad, las de índole religiosa, como semana santa entre otras, y las fiestas mayores de los pueblos, ciudades o barrios de Catalunya.

Este sumun de representaciones, expresadas en el portal de la Generalitat, forma parte del imaginario catalán que conforma, junto a las experiencias cotidianas de los sujetos, una idea de “nosotros” que se puede o no identificar con las significaciones antes citadas. En cualquier caso, este ejemplo tan simple, pero tan contundente, demuestra que la Generalitat, entre otros roles, tiene como objetivo, que es propio de todo gobierno, reforzar la idea de nación a partir de las simbologías y prácticas que los sujetos identifican como propios.

1.2.1 POLÍTICA LINGÜÍSTICA

El marco legal de la normalización lingüística en Catalunya, inicia con la proclamación de la democracia española y la aprobación de la Constitución de 1978. Esta normalización, no es más que el reconocimiento de la lengua catalana y su inserción en todas las instituciones catalanas. Las principales disposiciones legales sobre el uso de la lengua se condensan, como ya lo habíamos mencionado, en la Constitución española de 1978, que en su Art. 3 menciona:

- 1. El castellano es la lengua española oficial del Estado. Todos los españoles tienen el deber de conocerla y el derecho a usarla.*
- 2. Las demás lenguas españolas serán también oficiales en las respectivas Comunidades Autónomas de acuerdo con sus Estatutos.*
- 3. La riqueza de las distintas modalidades lingüísticas de España es un patrimonio cultural que será objeto de especial respeto y protección.*

En el contexto catalán, el Estatuto de Catalunya de 1979, también, en su Artículo 3 expresa:

La llengua pròpia de Catalunya és el català.

L'idioma català és l'oficial de Catalunya, així com també ho és el castellà, oficial a tot l'Estat espanyol.

La Generalitat garantirà l'ús normal i oficial d'ambdós idiomes, prendrà les mesures necessàries per tal d'assegurar llur coneixement i crearà les condicions que permetin d'arribar a llur igualtat plena quant als drets i deures dels ciutadans de Catalunya.

La parla aranesa serà objecte d'ensenyament i d'especial respecte i protecció.

El estatuto de Catalunya de 1979 redacta las características sobre la política lingüística de los medios de comunicación de ámbito autonómico, las cuáles se expresan en los Arts. 21 y 25 de la Ley 7/1983, del 18 de abril, de normalización lingüística. Y más tarde la Ley 10/1983, del 30 de mayo, de creación de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) menciona que los medios de comunicación gestionados por la Generalitat deben emplear la lengua catalana.

En un ámbito más general, en 1990, el Parlamento Europeo *reconoce la identidad y la vigencia actual y el uso de la lengua catalana en el contexto de la Unión Europea y propone su incorporación en determinadas actuaciones de las instituciones europeas*².

La importancia de la lengua catalana ha sido fundamental en la construcción de Catalunya como nación. *La lengua ha sido, durante centenares de años, el signo de identidad de identificación de ser catalán, junto con las instituciones políticas democráticas de autogobierno cuando no fueron suprimidas* (Castells, M., 2003: 78).

Las fisuras que Catalunya ha sufrido en su desarrollo como nación, primordialmente la lingüística, las ha solventado mediante la estimulación de distintos procesos de normalización lingüística, de los que Vallverdú (1986: 231-233) destaca cuatro fases:

1. La creación de la Liga a la dictadura Primoriverista (1901-1930). El protagonista de este periodo es Prat de la Riba. Entre las medidas lingüísticas destacadas está la promulgación, en 1913 de las “Normes ortogràfiques del Institut d’Estudis Catalans”, la publicación del “Diccionari ortogràfic” (1917) y el de Gramàtica catalana (1918), por último, la edición del “Diccionari General de la llengua catalana” escrito por Pompeu Fabra, en 1932.

² Informe sobre política lingüística 1999.

2. La instauración de la República en España y el restablecimiento de la Generalitat de Catalunya (1931-1939) y de la lengua catalana como idioma oficial. En este periodo, la enseñanza del catalán es exigua, mientras que la educación pública era bilingüe y no era obligatorio enseñar lengua y literatura catalana. Pese a ese panorama, el autor hace un balance positivo sobre el desarrollo de la lengua, porque representa, por mínimo que sea éste, un avance respecto al periodo anterior y porque a la dinámica lingüística se había sumado la clase popular.

3. La interrupción del proceso de normalización (1939-1975): *Los efectos devastadores de la política franquista son visibles en los dos frentes de la normalización lingüística: el de la normativización y el de la extensión social de la lengua, con un retroceso total en el uso del catalán y parcial en el uso privado* (Vallverdú, F., 1986: 234). A lo anterior, se suma la llegada de flujos de inmigrantes de habla castellana a Catalunya y *la extraordinaria expansión de la cultura de masas, especialmente a través del cine, la radio y la televisión (1958) expresada en castellano* (Vallverdú, F., 1986: 235).

4. Impulso al proceso de normalización (1976-1984), catalizado por hechos políticos como la finalización de la dictadura franquista, el inicio de un proceso democratizador, el restablecimiento de la Generalitat en 1977 y la aprobación del estatuto de Catalunya de 1979.

La convivencia del catalán y el castellano en Catalunya provoca la manifestación de cuatro procesos lingüísticos, según Vallverdú (1986): bilingüismo, diglosia (cuando una de las lenguas, que conviven en un mismo contexto, goza, en su ejercicio, de privilegios sociales o políticos), conflicto lingüístico y procesos de sustitución y normalización lingüística.

La normalización lingüística es *cuando una lengua agredida recupera sus posiciones, tanto en los aspectos de la normalización o estandarización (ortográfica, gramática, vocabulario, etc.)* (Vallverdú, F., 1986: 229). La sustitución lingüística, en el caso catalán, inicia con el decreto de los Tratados de Nova Planta, en los que se expresa la prohibición de hacer uso de la lengua

catalana y es sustituida por la castellana. De tal forma, *el conflicto lingüístico aparece cuando, en una coyuntura histórica, se presenta el dilema entre dos procesos extremos: el de sustitución lingüística y el de normalización lingüística* (Vallverdú, F., 1986: 229).

La configuración actual de la lengua catalana plantea grandes retos para su normalización. Los factores que intervienen en este proceso son diversos y en ellos están inmersos intereses políticos, económicos y sociales.

En cualquier caso, lo que no ponemos en duda es que las competencias lingüísticas de la población catalana han disminuido en casi un 50%, de 1920 a la década de los ochenta, tal como queda reflejado en la siguiente tabla.

Población de Catalunya, de más de dos años, que entiende el catalán

Año de llegada a Catalunya	Barcelona (%)	Catalunya (%)
Residentes de siempre	85,9	88,0
1976-1981	40,9	44,7
1966-1970	54,4	57,2
1931-1940	91,1	91,5
1920 y anteriores	96,1	96,1

Elaboración propia con datos de Anuario Estadístico de Catalunya. Contempla la población de más de dos años.

En la tabla anterior se distingue la comprensión de la lengua catalana por el tiempo de residencia de la población en Catalunya. A principios del siglo XX, un 96,1% de la población de Catalunya, entendía la lengua catalana, incluso durante los primeros años de la dictadura franquista, un 91,5% lo entendía. Durante el principio de la última década de la dictadura franquista, el porcentaje disminuyó considerablemente a un 57,2%, estos datos, además de los argumentos ya citados en los anteriores apartados, representan la grave fractura que sufrió esta comunidad en su desarrollo como nación. De las demás competencias lingüísticas, como hablar, leer, y escribir en catalán, los datos del Anuario Estadístico de Catalunya nos proporcionan algunas coordenadas sobre el desarrollo de cada una de ellas.

Competencias lingüísticas del catalán en Catalunya

Habilidad	1986	1991	1996	2001
Lo entiende	5.287.200	5.577.855	5.683.237	5.872.202
Lo sabe hablar	3.747.813	4.065.841	4.505.512	4.630.640
Lo sabe leer	3.542.012	4.019.276	4.330.251	4.621.404
Lo sabe escribir	1.844.493	2.376.201	2.743.326	3.093.223
No lo entiende	548.754	371.322	301.097	343.079

Elaboración propia con datos de Anuario Estadístico de Catalunya.

El cuadro anterior describe, en los cuatro años que contempla la observación, cómo la mayor parte de la población catalana entiende más el catalán y en menor medida lo sabe escribir. Hay que destacar que ambas habilidades lingüísticas se ven incrementadas desde el año 1986 hasta el 2001. Especialmente la que se refiere al conocimiento de la escritura catalana, que pasó de 1.844.493 sujetos que dominan esta habilidad en 1986 a un total de 3.093.223 en el año 2001. En estos datos, se reconoce la labor primordial que lleva a cabo, hasta la fecha, la Generalitat en el proceso de normalización lingüística catalana.

Desde el año 2003, el Anuario Estadístico de Catalunya contempla el análisis de los usos lingüísticos del catalán en la población, para lo cual contempla dos categorías principales: la de identificación lingüística y lengua más frecuente, tal como lo ilustra la tabla. El universo de su estudio es la población de 15 años y más que reside en Catalunya.

Usos lingüísticos del catalán en Catalunya

	Primera lengua	Lengua propia	Lengua habitual
Catalán	40,4	48,8	50,1
Castellano	53,5	44,3	44,1
Las dos lenguas	2,8	5,2	4,7
Aranés	0,1	-	-
Otras lenguas	3,2	1,7	1,1
Total	100,0	100,0	100,0

Elaboración propia con datos de Anuario Estadístico de Catalunya.

Los resultados sobre los usos lingüísticos del catalán, determinan que un 53,5% de la población considera al castellano como primera lengua, y un 40,4% hace referencia al catalán. Sin embargo, en las categorías de lengua propia y lengua habitual, los porcentajes más elevados son para la lengua catalana, con un 48,8% y en segundo lugar, está el castellano con un 44,3% para la primera categoría. Mientras que para la categoría de lengua habitual, el catalán se ubica en un 50,1% y el castellano en un 44, %. Esto nos indica que la convivencia de las dos lenguas, la catalana y la castellana, forma parte de la vida cotidiana de la población en Catalunya. Y que la situación de bilingüismo y sustitución lingüística están presentes en el paisaje catalán.

Es innegable la fuerza de la lengua en la conformación de la nación catalana, como es innegable reconocer que *en Catalunya la lengua es un elemento transversal en todos los parámetros de identidad porque es un instrumento, un vehículo de comunicación social, un rasgo característico básico que representa nuestra singularidad nacional* (Triadú, J., 2003:115).

1.2.2 DEMOGRAFÍA CATALANA

Esta primera parte del marco contextual no estaría completo sin la descripción de la evolución demográfica en Catalunya; este aspecto es importante por la existencia de diversos grupos de inmigrantes que conforman la fotografía actual de la geografía social catalana.

Según el censo de población del año 2005 habitan 6.995.206 individuos en Catalunya, población que corresponde a un 15% del total del estado español.

Censo de la población en Catalunya

Año	Catalunya	España	% Cat./Esp.
1975	5.660.372	36.012.254	15,7
1998	6.147.610	39.852.651	15,4
2000	6.261.999	40.499.791	15,5
2002	6.506.440	41.837.894	15,6
2005	6.995.206	44.108.530	15,9

Elaboración propia con datos del Anuario Estadístico de Catalunya.

El gráfico refleja que en el año 2005 la población estaba conformada por 6.995.206 individuos, lo que significa un crecimiento del 23,58% respecto a la población del año 1975.

Los residentes extranjeros que habitan en Catalunya en 2005 suman 603.636 mil individuos, lo que representa un 8.62% del total de la población catalana.

Residentes extranjeros en Catalunya por edad

Edad	Núm. de residentes extranjeros*
De 0 a 15 años	86.659
De 16 a 64 años	501.875
Más de 64 años	15.075
Total	603.636

Elaboración propia con datos del Anuario Estadístico de Catalunya. *Según datos del año 2005.

Los datos a los que hace alusión el gráfico, hacen referencia a cifras oficiales, es decir, no está contemplado el número de extranjeros que viven en situación irregular en Catalunya.

Un 68,04% de los residentes extranjeros, según datos del año 2005, se concentra en la ciudad de Barcelona, el resto, un 31,96% habita en otras provincias de Catalunya.

Residentes extranjeros por país de procedencia que habitan en Barcelona

Países de procedencia	Barcelona	Catalunya
Unión Europea	51.616	75.304
Resto de la UE	20.932	51.887
África	120.282	209.049
América	161.490	200.752
Asia	56.031	66.190
Oceanía	233	270
No consta país	155	270
Total	410.739	603.636

Elaboración propia con datos del Anuario Estadístico de Catalunya.

La mayoría de extranjeros que habitan en Catalunya, un 34.63%, provienen del continente africano, mientras que en la ciudad de Barcelona constituyen un 19.9% del total de residentes extranjeros. El segundo grupo de mayor presencia en Catalunya, con un 33.25%, proviene del continente americano. Las cifras de este mismo grupo se elevan en el contexto barcelonés, con un 26,75% del total de extranjeros que habitan en la ciudad.

Ciertamente, la presencia extranjera en el estado español, particularmente en Catalunya es significativa, esto de alguna manera constituye un plus para la normalización lingüística del catalán. La Generalitat y sus diversas instituciones realizan constantemente campañas para activar el uso cotidiano de la lengua en estos grupos.

La descripción de lo que denominamos el contexto espacial de nuestra investigación, es el primer paso que nos va a permitir contextualizar, relativizar, comparar y significar las argumentaciones que surjan de nuestra investigación. En este sentido, reconocemos las dificultades a las que se ha enfrentado Catalunya y su población tras los diversos quebrantos de su desarrollo natural como nación, pero, al mismo tiempo, reconocemos la tenacidad, y fuerza de las instituciones catalanas, de su sociedad civil y de la población en general para solventar estas adversidades.

Nunca historia alguna ha hablado ni mostrado tanto. Nunca en efecto los ministros de los dioses los habían “hecho hablar” de una manera tan continua, tan detallada y tan determinante como los productores de revelaciones y de reglas lo hacen hoy “en nombre” de la actualidad (Certeau, M., 1996:201).

2. LA TELEVISIÓN EN CATALUNYA

El desarrollo de la televisión en Catalunya no se puede explicar sin antes describir la evolución de esta industria cultural. En el estado Español, el antecedente de la industria televisiva es el ente público, de ámbito estatal, Televisión Española.

Las transformaciones del paisaje televisivo en España están muy ligadas a sus acontecimientos políticos y sociales. Al finalizar la dictadura franquista, en 1975, las comunidades autónomas motivaron la reorganización de sus instituciones, así como la creación de sistemas radiotelevisivos que respondieran a las necesidades particulares de sus ciudadanos. Posteriormente, se activaron las cadenas privadas, hecho que diversificó la oferta televisiva española.

La evolución de la televisión, actualmente, está en periodo de transición hacia la digitalización. El apagón analógico previsto para el año 2010, mantiene a los grandes grupos mediáticos, a los actores legislativos y a los académicos centrados en el estudio de la implantación y el impacto de esta tecnología en los distintos ámbitos de la sociedad.

2.1 LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA: TVE, LIBERALIZACIÓN DEL MERCADO Y LAS CADENAS AUTONÓMICAS.

El inicio de la industria televisiva en España se remite al año 1956, fecha en la que se crea Televisión Española (TVE); ente público de cobertura estatal que forma parte de Radio Televisión Española. Así principia el monopolio televisivo, sustentado por TVE durante 33 años y finaliza con la creación de las cadenas autonómicas en los años ochenta.

En lo autonómico, como forma de paliar el centralismo televisivo imperante, las comunidades autónomas crearon sistemas mediáticos que otorgaran especial atención a las cuestiones de proximidad. Era necesario construir un espacio de comunicación autonómico donde se salvaguardara la cultura y la lengua de la comunidad. Surgen, además, por razones de peso histórico-social como respuesta a la represión cultural y lingüística que sufrieron algunas comunidades autónomas durante el franquismo.

Con la proclamación de la Constitución en 1979, y de la aprobación de los estatutos de cada autonomía, las experiencias en el espectro radiotelevisivo se dieron en cascada.

Euskal Irrati Telebista (EiTB) fue el grupo de comunicación que rompe en 1982 el monopolio ejercido por TVE. EiTB programa su parilla, en principio, íntegramente en euskera y años más tarde funda su segundo canal, ETB-2, el cual emite en castellano. En 1983 se crea Televisió de Catalunya, pero sobre este ente daremos más detalles en otro apartado.

En 1984 se crea la compañía de Radio-Televisión de Galicia con el objetivo de *contribuir a la normalización lingüística y a la cohesión del tejido social y geográfico del país*³.

³ Radio-Televisión de Galicia: www.crtvg.es/tvg/priortadaeleccion.htm.

Algunos proyectos de televisión pública autonómica tardaron en afianzarse, tal es el caso de la Televisión Autonómica de Canarias, cuyo proyecto nace en 1984 y no logra emitir hasta el año 1999. Esta cadena surge con el objetivo de contribuir a la articulación social y cultural de la Comunidad Canaria⁴.

El Estatuto de la Comunidad Valenciana de 1987 agiliza la existencia de la televisión autonómica cuya actividad está destinada a fomentar la intercomunicación entre valencianos y a potenciar su identidad cultural y lingüística⁵.

Radio Televisión de Andalucía (RTVA) creado por la Junta de Andalucía da lugar en 1989 a la fundación de Canal Sur. La ley de creación de RTVA define a esta empresa como instrumento fundamental para la información y la participación de todos los andaluces en la vida política, cultural y social⁶.

No sería hasta 1989 que en Madrid surgiera la televisión autonómica, cuyo principal objetivo es constituirse en servicio para todos los madrileños⁷. Una de las cadenas que se constituye en los albores del 2001 fue la de Castilla-La Mancha.

El Ens Públic de Radiotelevisió de les Illes Balears fue creado el 22 de mayo de 1985 pero es hasta marzo de 2005, que la televisión de las Islas Baleares (IB3) comienza a emitir en fase de prueba y de forma regular el 5 de septiembre con programación en catalán y castellano.

Tres cadenas autonómicas iniciaron emisiones durante el primer quinquenio del siglo XXI: la de Aragón, Extremadura y Asturias. A principios de 2005 se crea la empresa pública de Televisión Autonómica de Aragón S.A., financiada por la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión. El Real Decreto 437/2004 otorga

⁴ Televisión Autonómica de Canarias: www.tvcanaria.tv/preview/corporativo.asp.

⁵ Radio Televisión de Valencia: www.rtvv.es/rtvv/infogv.asp.

⁶ Para más información, puede visitar el portal de Internet de Canal Sur, integrante de RTVA: www.canalsur.es/PROGRAMAS/rtva/index_rtva.html.

⁷ Para mayor información sobre el contexto de creación de Telemadrid consulte la siguiente página web: www.telemadrid.com/textos/corporativo_historia.asp.

a la comunidad de Extremadura la gestión de un canal autonómico televisivo y la Ley del principado de Asturias 2/2003, de 17 de marzo, de Medios de Comunicación Social acuerda la conformación del organismo público de Radiotelevisión del Principado de Asturias (RTPA).



La anterior cartografía de los grupos televisivos autonómicos en España se traza con el propósito de traer a la memoria los objetivos que guían la actuación de cada una de ellas. Las constantes observadas en las normas que las rigen son: el servicio público autonómico y la defensa de la identidad cultural propia de cada comunidad.

Simultáneamente a lo que hemos descrito el 3 de mayo se aprueba la Ley 10/1988 de Televisión Privada y se abre una convocatoria para la licitación de tres canales privados de ámbito estatal. El preámbulo de esta Ley menciona que *El Tribunal Constitucional, en sus sentencias numero 12, de 31 de marzo de 1982, y numero 74, de 7 de diciembre de 1982, declaro que la llamada televisión privada no estaba constitucionalmente impedida y que su implantación no era una exigencia jurídico-constitucional, sino una decisión política que podía adoptarse siempre que, al organizarla, se respetasen los principios de libertad, igualdad y pluralismo*⁸. Las licitaciones se otorgaron a las empresas Antena 3 de Televisión, S.A., Gestevisión Telecinco, S.A. y Sogecable, S.A., quienes empezaron a emitir a partir del 3 de abril de 1990.

⁸ Fuente: http://www.mityc.es/setsi/legisla/radio_tv/ley10_88.htm

Coincidiendo con la aprobación de la Ley de Televisión Privada, las cadenas autonómicas crean en abril de 1989 la Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonómicas, FORTA. Las claves de esta organización son dinamizar acciones conjuntas, entre las cadenas autonómicas, para la producción de contenidos y adquirir mayor fuerza de representación frente a otros entes televisivos en la adquisición de productos.

Por último, el panorama televisivo en España, en la década de los 90, estaba estructurado de la siguiente manera: dos cadenas de Televisión Pública, de ámbito estatal (TVE1, TVE2), la FORTA que agrupaba las cadenas autonómicas creadas a partir de los años ochenta, Antena 3 (A3), Telecinco (T5) y Canal + (C+). Sin embargo, la televisión tiene pendiente un cambio tecnológico estructural que transformará completamente esta configuración.



2.2 LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA: PERIODO DE CONVERGENCIA TECNOLÓGICA

La aprobación de la Ley 10/1988 de Televisión Privada sería sólo el comienzo de una serie de disposiciones legales que prevén, entre otras cosas, la implantación de la Televisión Digital Terrestre (TDT) para el año 2010.

Las transformaciones del espectro televisivo español se sucederían con la publicación del Real Decreto 2169/1998, del 9 de octubre, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la televisión digital terrenal, con vigencia hasta el verano de 2005. Este decreto establece las fases de implantación de la TDT en las cadenas públicas y privadas, de ámbito estatal, autonómico y local del estado español. En este Plan, se otorgan las frecuencias de emisión, los límites del desarrollo de cada una de las fases de actuación que contempla y establece como fecha última, diciembre de 2011, para la transición analógica a digital.

Un año antes de que se venciera el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrenal, el 30 de diciembre de 2004, *El consejo de Ministros aprobó el Plan de Impulso de la Televisión Digital Terrestre con el objetivo de acelerar la implantación del sistema mediante la adopción de medidas reguladoras urgentes que llenen los huecos legislativos y resuelvan la situación de estancamiento que vive la TDT en todo el Estado*⁹.

Como resultado del Plan de Impulso de la TDT, el 30 de julio de 2005, se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre y en él se contemplan dos disposiciones claves para la implantación de esta tecnología:

1. Adelantan el apagón analógico para antes del 3 de abril de 2010, *a partir de esa fecha, toda televisión terrestre que se preste será con tecnología digital*¹⁰.

⁹ Cuaderno del CAC. 2006:36

¹⁰ REAL DECRETO 944/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la televisión digital terrestre. <http://www.boe.es/boe/dias/2005/07/30/pdfs/A27006-27014.pdf>

2. Plantean un escenario que adopte la TDT de manera progresiva, *en un escenario de transición de la tecnología analógica a la tecnología digital y en un escenario tras el cese de las emisiones de televisión terrestre con tecnología analógica*¹¹.

El antecedente de este nuevo Plan Técnico es el Plan de Reforma del Sector Audiovisual, aprobado el 24 de junio de 2005, en él, el Gobierno contempla tres anteproyectos de Ley y dos Reales Decretos que inciden en la estructura del sistema televisivo español los cuales hemos recogido en el siguiente cuadro¹²:

Anteproyectos de Ley
Ley de Radio y Televisión: <i>medios de titularidad pública que ejerzan sus funciones de servicio público con todas las garantías de transparencia, sostenibilidad económica y capacidad para cumplir los desafíos de la Sociedad de la Información.</i>
Ley General del Audiovisual: <i>apuesta por fomentar el pluralismo, articular una regulación básica y homogénea y aportar un marco jurídico adecuado a la nueva situación del sector audiovisual.</i>
Ley de Creación del Consejo Estatal de los Medios Audiovisuales: <i>será un organismo de supervisión de ámbito estatal con amplias competencias y con total independencia, asumiendo la mayoría de competencias que hoy tiene el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio en materia audiovisual.</i>

Respecto a los Reales Decretos, uno de ellos, el que concierne a la modificación del Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre, expresado en la tabla siguiente, incide en la aceleración de una cobertura televisiva digital y éste es el Decreto que sirve de antecedente para crear el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre del 2005.

¹¹ REAL DECRETO 944/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la televisión digital terrestre. <http://www.boe.es/boe/dias/2005/07/30/pdfs/A27006-27014.pdf>

¹² Nota de prensa del Ministerio de Industria Turismo y Comercio publicado el 24 de junio de 2005:
<http://www.consejoaudiovisualdenavarra.es/actualidad/documents/Reformadelsectoraudiovisual240605.pdf>

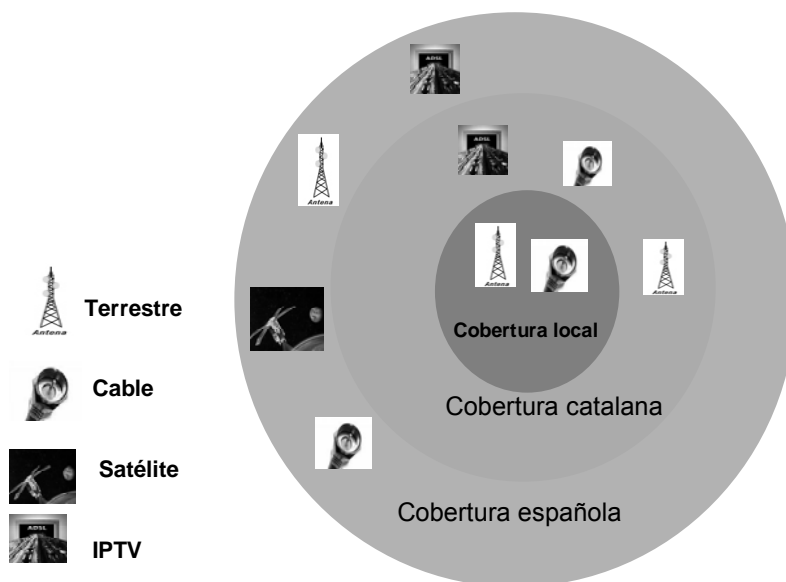
Reales Decretos

<p>Real Decreto del Plan Técnico nacional de la Televisión Digital Terrestre: <i>impulsar las nuevas tecnologías de la televisión y ordenar las demandas del mercado audiovisual, así como adelantar a abril de 2010 el apagón analógico.</i></p>	<p>El Real Decreto del Plan Técnico Nacional de Televisión privada: <i>planifica un nuevo canal nacional en analógico con una cobertura que alcanza al 70% de la población española.</i></p>
---	--

Las disposiciones legales reseñadas, son los principios fundamentales que han catalizado cambios estructurales en la cartografía televisiva en España.

En este sentido, la distribución actual de las transmisiones televisivas se llevan a cabo mediante cuatro vías: terrestre, por cable, satélite y la televisión vía Internet (IPTV). En el siguiente gráfico hemos organizado los canales públicos y privados de acuerdo a las diversas vías de transmisión televisivas y a su alcance de cobertura.

Organización de los canales públicos y privados de acuerdo a su cobertura y vía de transmisión



Elaboración propia con datos de Gifreu, J. (Dir.) et.al. 2005: "Informe del Audiovisual en Catalunya" p. 69. CAC

Las cadenas televisivas de ámbito estatal que funcionan previamente al apagón analógico, es decir sin TDT, son TVE (TVE1 y TVE2), Telecinco (T5), Antena 3 (A3), La sexta y Cuatro.

Organización de las cadenas televisivas de cobertura estatal



Elaboración propia con datos de Gifreu, J. (Dir.) et.al. 2005: "Informe del Audiovisual en Catalunya" p. 69. CAC

En el ámbito de la televisión analógica, gratuita, el Estado autorizó la creación de dos canales privados en julio de 2005. Uno de ellos fue otorgado a C+, cadena que ya operaba pero a la cual le modificaron algunas características de su concesión por las que le permitían emitir en abierto desde noviembre de 2005, y lo hizo con el nombre de Cuatro. El otro canal, este sí, de nueva creación, se llama La Sexta e inauguró su programación en marzo de 2006.

La progresiva implantación de la Televisión Digital Terrestre en los canales, públicos y privados, de cobertura estatal, plantean una importante multiplicación de canales.

En resumen, en el escenario de la convergencia digital se prevén 5 canales para la televisión pública de cobertura estatal, TVE, 3 canales para A3, T5 y Cuatro, y dos canales para La Sexta, VEO y Net TV. Tal como se aprecia en el gráfico. Sin embargo, el escenario descrito es transitorio porque con la explotación de los canales multiplex se crearán aún más canales.

Mapa de los canales otorgados a las cadenas de ámbito estatal en la primera fase de implantación de la TDT



Elaboración propia con datos de Gifreu, J. (Dir.) et.al. 2005: "Informe del Audiovisual en Catalunya" p. 69. CAC

La cobertura de la Televisión Digital Terrestre, a tres años del apagón analógico, presenta la siguiente distribución en el total de la geografía del estado español.

Cobertura de la TDT en España en el año 2007



Fuente: http://www.inout.tv/centrales/cobertura_tdt.html

Como podemos observar en el gráfico, el servicio de TDT aún no se ofrece al total de la población española, sin embargo, su expansión, desde el Plan de Reforma del Sector Audiovisual, y del Plan Técnico Nacional de la TDT del 2005, es notoria.

En España, la televisión vía satélite la gestionan Astra e Hispasat. Mientras que el mercado de la televisión por cable está casi monopolizado por la empresa ONO, sólo quedan fuera de su control el cableoperador de Galicia R, el de Asturias Telecable y el de Euskadi Euskaltel. Telefónica oferta IPTV a través de Imagenio.

La evolución de la industria televisiva en España atiende a cuatro momentos clave de su historia, que se han resuelto, más por cuestiones políticas que comerciales:

- Creación del ente público TVE en la década de los 50.
- La integración de las Comunidades Autónomas al espectro de la radio y la televisión en España.
- La liberalización del mercado televisivo en 1989.
- La progresiva implantación de la TDT.

La lógica de las cadenas autonómicas, por sus características de actuación, comparten el escenario descrito, pero algunas de ellas han desarrollado sus propias dinámicas como es el caso de Televisió de Catalunya.

2.3 LA CORPORACIÓN CATALANA DE RADIO Y TELEVISIÓN

La Generalitat de Catalunya crea en 1983 la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) y en su ley de creación específica, en el capítulo IV, artículo 14, las directrices que deben regirla, como *el respeto al pluralismo político, cultural y lingüístico, religioso y social, la promoción de la lengua y la cultura catalanas y el respeto a los principios de igualdad y de no discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo o cualquier circunstancia personal o social*¹³, entre otras. La CCRTV instituye, bajo estas premisas, Televisió de Catalunya (TVC) cuya programación se emite totalmente en catalán.

Televisió de Catalunya comienza sus emisiones regulares en 1984 en un contexto de transición política y social, catalizado por la muerte de Franco y la proclamación de la Constitución española en 1978. En ella se reconoce la existencia de las Comunidades Autónomas y de sus instituciones de autogobierno, entre las que destacamos las de radiodifusión y televisión.

El Estatuto de Autonomía de Catalunya fue creado en 1979, incluyendo la declaración del bilingüismo oficial que establece el catalán como lengua propia de Catalunya. El Art.16 del Estatuto de 1979 contempla que corresponde a la Generalitat el desarrollo legislativo y la ejecución del régimen de radiodifusión y televisión.

El uso de la lengua catalana en el sistema televisivo catalán es un instrumento indispensable para la recuperación de la lengua y de la identidad cultural catalana, así lo argumenta Miquel de Moragas en el texto “Espais de Comunicació” (1988).

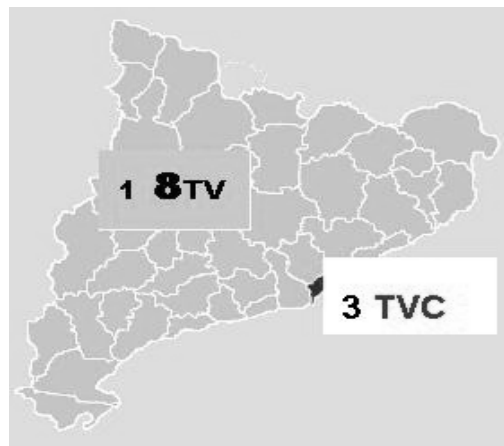
TVC, desde su creación hasta la fecha ha producido programas televisivos originales en catalán y doblado películas, series inglesas y norteamericanas, principalmente, al catalán.

¹³ Además de los datos citados encontrará más información sobre la CCRTV en el siguiente portal de Internet: http://www.ccrtv.com/cast/organi_c.htm.

2.4 EL CONTEXTO ACTUAL DE LA TELEVISIÓN EN CATALUNYA

En el caso de Catalunya, la últimas intenciones del Gobierno son acelerar (el apagón analógico) para el 2008 y situar en la delantera el servicio público de televisión (Prado, E., et. al., 2006:37).

Escenario de la televisión en catalunya previo a la TDT



Elaboración propia con datos de Gifreu, J. (Dir.) et.al. 2005: "Informe del Audiovisual en Catalunya" p. 69. CAC

El gráfico anterior presenta los dos entes televisivos de cobertura catalana, uno de ellos público (TVC) y el otro privado (8 TV concesionado en mayo de 2003).

La culminación de la era analógica de la televisión, ya sea para antes del 2008, límite que se ha propuesto el gobierno catalán, o para el 2010 fecha establecida por el gobierno español, trae consigo la evidente multiplicación de canales, la incógnita es saber si traerá consigo la multiplicación de contenidos innovadores.

Escenario de la televisión en catalunya con la TDT



Elaboración propia con datos de Gifreu, J. (Dir.) et.al. 2005: "Informe del Audiovisual en Catalunya" p. 69. CAC

En cualquier caso, la diferencia más significativa, entre la nueva organización televisiva en Catalunya y la descrita anteriormente, es la adjudicación de 3 canales más Citytv 1 para TVC. Según datos del Informe del audiovisual en Cataluña 2005, se está a la espera de la adjudicación de cuatro canales más y esto depende de la disponibilidad del espectro radioeléctrico.

En el informe sobre la Televisión Interactiva elaborado por el Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesis (G.R.I.S.S.), publicado en el Cuaderno del CAC en marzo de 2006, se detalla que la comunidad autónoma catalana *quiere liderar el proceso de implantación de la TDT y con esta intención, en diciembre de 2002, desde la Dirección General de Medios y Servicios de Difusión Audiovisuales del Departament de la Presidencia de la Generalitat, se creó el Forum de la TDT en Catalunya* (Prado, E. et. al., 2006:37). Otra de las acciones que justifican lo argumentado en este informe, es la firma de un convenio de colaboración entre el Gobierno de la Generalitat, Televisió de Catalunya y otros actores de la industria audiovisual, para impulsar la implantación de la TDT en dicha comunidad.

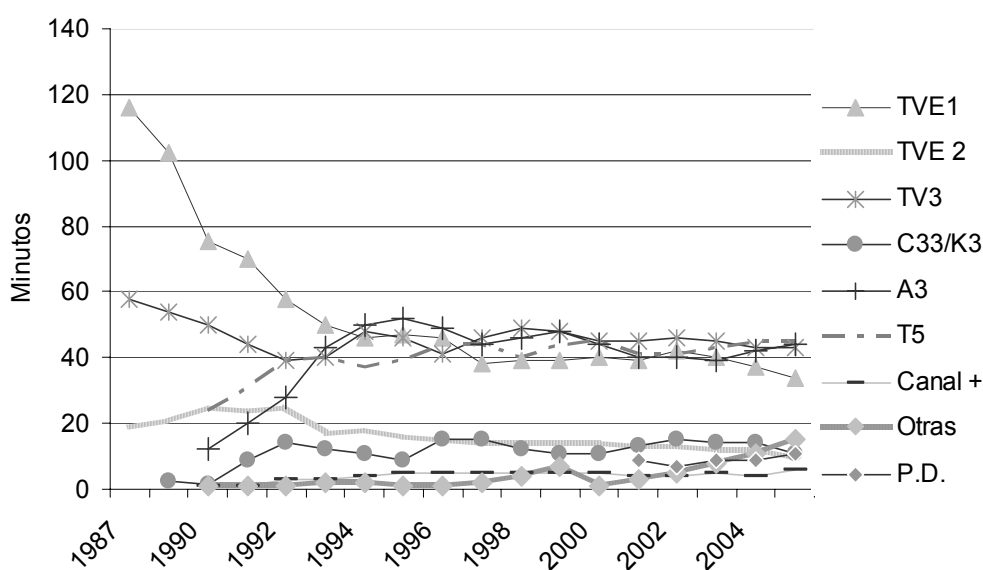
Los frentes desde los que se activan acciones para dinamizar los cambios en la estructura televisiva en España, ya sea de ámbito estatal, autonómico o local, son diversos y no dependen, únicamente, de las disposiciones legales del Gobierno del estado, también, participan de estas transformaciones los gobiernos autonómicos y las empresas audiovisuales.

2.5 LA TELEVISIÓN EN CATALUNYA COMO INDUSTRIA CULTURAL

La creación del ente público Televisió de Catalunya, en el año 1983, supuso una de las primeras experiencias en España hacia la apertura de espacios de comunicación autonómicos. Lo cuál significó la producción de representaciones cercanas a los contextos cotidianos de cada comunidad.

El monopolio televisivo de TVE, de casi 33 años, y los diferentes momentos que sucedieron, como la concesión de cadenas de televisión privadas en 1989, la puesta en marcha de canales en la TDT y los servicios de pago vía satélite, por cable e IPTV, han suscitado, entre otras cosas, la multiplicación de la oferta televisiva y la fragmentación de la audiencia, tal como se observa en la tabla.

Evolución del consumo por minutos (por día) por persona que ve televisión en Catalunya

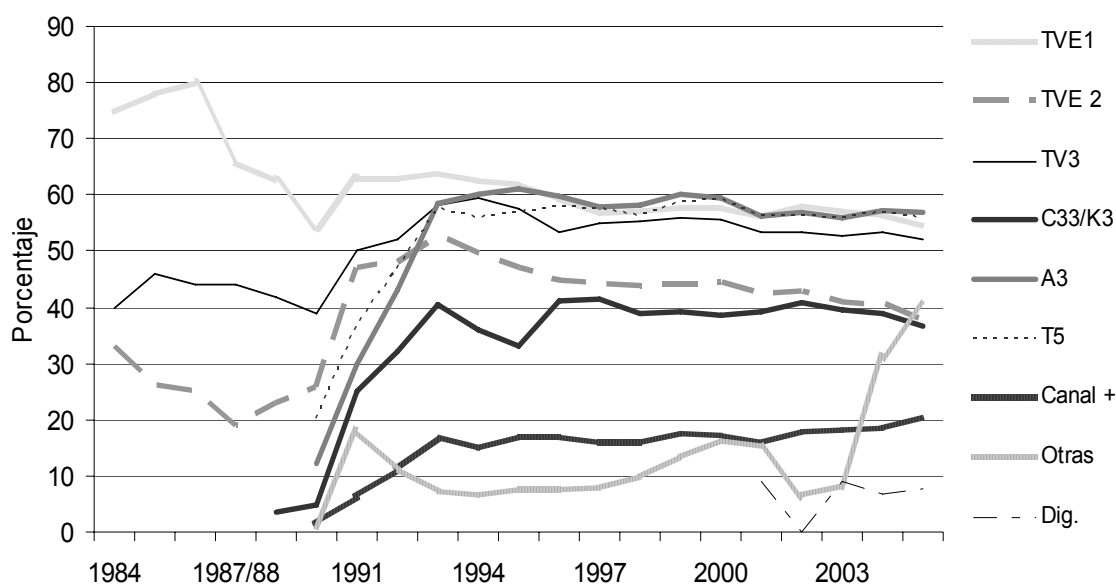


Elaboración propia a partir de los datos del anuario estadístico de Catalunya 1987-2005

En el gráfico queda reflejada la evolución del consumo de la televisión en Catalunya desde 1987 hasta el 2005. En él, se hace patente como TVE de 1987 a 1994 fue la cadena más vista, con una media de 73.8 minutos de visionado por persona que ve televisión en Catalunya. Las cifras de las cadenas de TVC, en el mismo periodo, son menores en comparación con las de TVE, pero significativas. De 1987 a 1992, TV3, fue la segunda cadena más vista con una

media de 48.6 minutos de consumo por persona. La competencia de las cadenas privadas, desde su aparición en los años 90, se afianzó a partir del año 1993. En paralelo, el consumo de TVE1 cae en picado a partir del año 1990, sin embargo, se coloca como una de las cuatro cadenas preferidas por la audiencia de 1994 a 2005. La misma caída de TVE1, la vive TV3 pero sigue siendo la cadena que más se consume en Catalunya. La otra cadena que se disputa el liderazgo con TV3 es A3, tal como se aprecia en la siguiente tabla.

Evolución de la audiencia en Catalunya



Elaboración propia a partir de los datos del anuario estadístico de Catalunya 1987-2005

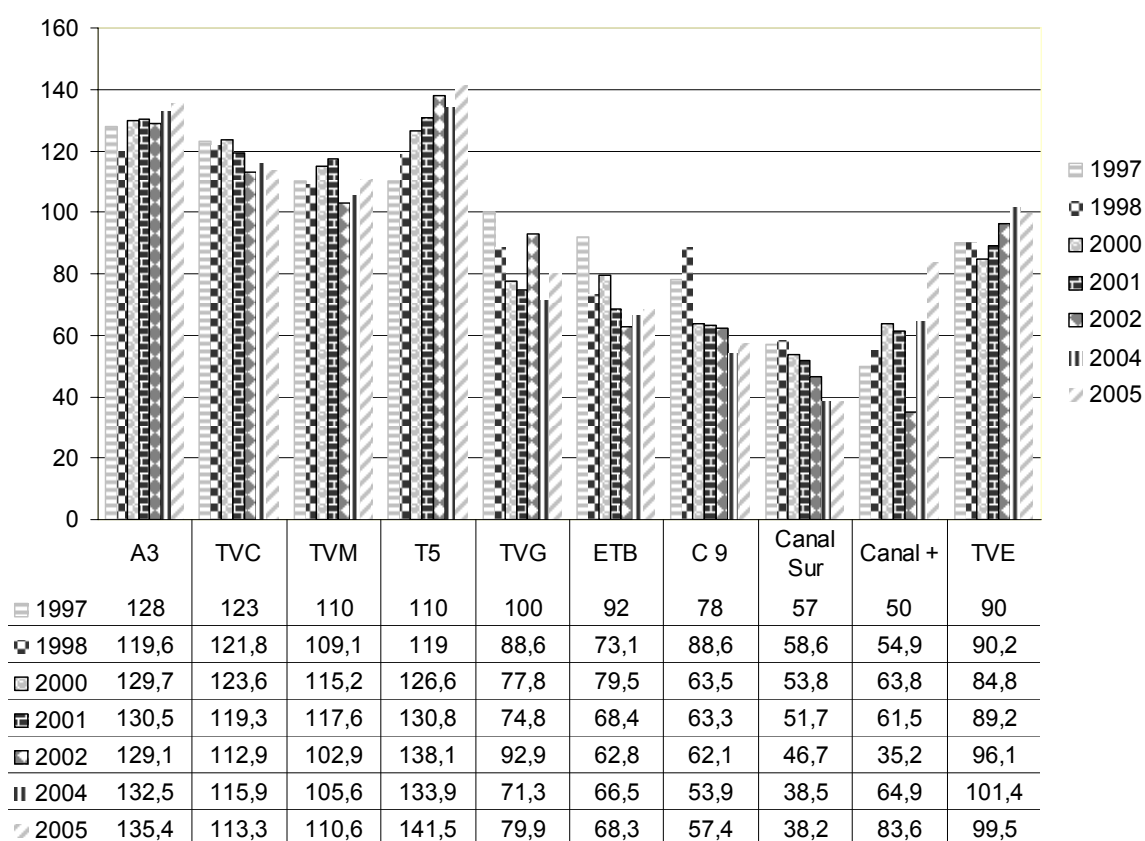
La otra cadena de TVC, C33, desde su creación, mantiene un porcentaje de audiencia competente y se mantiene por encima de Canal+.

Los datos referidos, sobre el consumo y la audiencia en Catalunya, revelan que TVC es un ente público consolidado en el ámbito catalán. Esto significa, además, que la audiencia en Catalunya prefiere contenidos cercanos a su contexto cotidiano, como las series, telenovelas, y la información próxima a su realidad.

Si bien, la buena aceptación de los contenidos producidos y programados en TVC constituye un plus en su labor como industria cultural es necesario indagar si ésta funciona como una empresa solvente. Para ello es necesario hacer una revisión de las cuotas de inversión y la correspondencia con las cuotas de audiencia en TVC.

En el gráfico se especifican los ratios entre la cuota de inversión y la de audiencia en TVC, estos datos surgen de la comparación entre la cantidad de inversión que recibe TVC y la correspondencia con el número de su audiencia.

Cuota inversión/audiencia en TVC (ratio)



Elaboración propia con datos del Informe anual de la CCRTV (1997-2005).

Como podemos observar TVC disfruta de índices positivos entre la cuota que ofrece y la inversión que recibe. La estabilidad económica de este grupo es comparable con la cadena privada, de ámbito estatal, A3. De hecho, son tres las cadenas que mantienen el liderazgo en España, en esta categoría, cuota audiencia/ inversión, dos de ellas de ámbito estatal (A3 Y T5) y TVC. Sobre las

demás cadenas autonómicas, reflejadas en el gráfico, sólo Televisión de Madrid mantiene cuotas positivas, las demás, TVG, ETB, C9 y Canal Sur, manifiestan un comportamiento común, de 1997 a 2005, reportan pérdidas tanto de inversión como de audiencia.

En los informes de la Corporación Catalana de Radio y Televisión destacan los resultados del ejercicio del año 1999 en TVC, la empresa pública creció un 21% mientras que el total del mercado televisivo lo hizo un 16%¹⁴.

La CCRTV detalla los aspectos por los que TVC ha obtenido buenos resultados en sus cuotas de audiencia y de inversión:

- El liderazgo de audiencia editorial y de audiencia comercial.
- Televisión innovadora en promoción para todos los *targets*.
- Seriedad y flexibilidad en las propuestas comerciales.
- Televisión pública con el ratio (cuota de audiencia/cuota de inversión) más elevado del mercado.
- Posicionamiento de marca líder que les permite capturar mucha más inversión que otras cadenas autonómicas en ámbitos similares.

Los datos económicos sobre TVC, la consolidan como la cadena autonómica más competitiva del mercado televisivo en España. Este éxito, no sólo se explica por cuestiones de tipo financiero, sino por la consolidación de su programación y su audiencia. Al inicio del capítulo mencionamos las características clave de toda industria cultural, en este sentido TVC, cumple con los requisitos para ser considerada como tal. Es una empresa que además de funcionar administrativa y económicamente, produce productos culturales y sus representaciones, significaciones, conforman un imaginario catalán específico. En cualquier caso, las peculiaridades históricas de Catalunya confieren, desde la creación del sistema comunicativo catalán, un rol específico a TVC, ser agente dinamizador de la lengua y cultura catalana.

¹⁴ Informe de la CCRTV http://www.ccrtv.cat/doc/informe_1999.PDF, página 13.

2.5.1 NORMALIZACIÓN LINGÜÍSTICA Y TVC

El rol de la Televisió de Catalunya en la normalización lingüística del catalán es fundamental y esta tarea la ha llevado a cabo, entre otros motivos, por una serie de disposiciones legales que rigen el ámbito mediático.

El Estatuto de Catalunya de 1979 promovió la creación de un sistema radiotelevisivo autonómico. Sin embargo, las especificidades sobre la política lingüística de los medios de comunicación catalanes quedaron expresadas en el Art. 21 y 25 de la Ley 7/1983, del 18 de abril, de normalización lingüística, del cual citamos un extracto:

Capítulo IV

Los medios de comunicación y las industrias culturales

Artículo 25

Los medios de radiodifusión y televisión públicos

1. En los medios de radiodifusión y televisión gestionados por la Generalidad y por las corporaciones locales de Catalunya la lengua normalmente utilizada debe ser la catalana. En este marco, los medios dependientes de las corporaciones locales pueden tener en cuenta las características de su audiencia.

2. Sin perjuicio de la aplicación de lo dispuesto en los apartados 1 y 5 del artículo 26, los medios a que se refiere el apartado 1 del presente artículo deben promover las expresiones culturales de Catalunya, especialmente las que se producen en lengua catalana.

Unos años más tarde, la Ley 10/1983, del 30 de mayo, mediante la cual se crea la Corporación Catalana de Radio y Televisión, también se hace eco del Estatuto de Autonomía de 1979 y de la Ley de Política Lingüística de 1983, y

dispone que los medios de comunicación gestionados por la Generalitat deben emplear la lengua catalana.

Existen otros argumentos legales, además de los mencionados, que determinan el ejercicio lingüístico de los medios de comunicación en Catalunya. Sin embargo, sólo hemos incluido los títulos de las disposiciones que conforman el marco legal de la política lingüística de los medios de comunicación en Catalunya.

Disposicions legals
LLEI 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya (DOGC 4543, de 3.01.2006) Preàmbul I, II, V, VI i VIII. Articles: 22, 26.3.f), g), m) i o), 32.1, 2 i 3.c), 48.d), 52.1.b),53.1.f) i 2.c), 84.1.b) i 2, 86, 87, 115.b), 120.2.a) i b), 3.a).b) i c), 126.1, 133.f), 136.1.b), 2 i 3. Disposició addicional quarta.
Acord 118/2004, de 17 de novembre, pel qual s'aprova la Instrucció general del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre la presència de la llengua i la cultura catalanes i de l'aranès en els mitjans de comunicació audiovisuals (DOGC 4281, de 16 de desembre)
Decret 15/2003, de 8 de gener (DOGC 3801, del 16), pel qual es regula el règim jurídic transitori de les televisions locals per ones terrestres. Articles 2.c) i h), 6.f) i 7.b). Deroga el Decret 320/1996, d'1 d'octubre (DOGC 2268, del 14), de regulació del règim jurídic de les televisions locals per ones terrestres.
Llei 1/1998, de 7 de gener (DOGC 2553, del 9, i BOE 36, d'11 de febrer), de política lingüística
Llei 8/1996, de 5 de juliol (DOGC 2232, del 19), de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable, modificada per la Llei 2/2000 de 4 de maig (DOGC 3133, del 5) del Consell Audiovisual de Catalunya

El marco jurídico que hemos descrito forma parte de la argumentación teórica del deber ser de la política lingüística de los medios de comunicación en Catalunya, sin embargo, el escenario en el que se ubican las prácticas televisivas es otro.

En la década de los noventa, las cadenas de ámbito estatal, como la pública TVE, y las privadas, T5 y A3, dedicaban un espacio a la difusión de contenidos en lengua catalana; en el horario de los informativos de mediodía. TVE tenía una oferta más amplia de programación en catalán que las cadenas privadas.

El informe sobre Política Lingüística, elaborado por la Secretaría de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya, detalla las horas semanales de programación en catalán desde el año 2000 a la fecha. En él, podemos observar la evolución de la lengua catalana en los medios de comunicación, y establecer parámetros que guíen la construcción de una perspectiva lingüística desde la práctica mediática.

En el siguiente gráfico describimos las horas semanales de programación televisiva en lengua catalana. De esta categoría forman parte las cadenas de TVC y las públicas y privadas de ámbito estatal.

Cadena	Hrs. Semanales de programación televisiva en catalán					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
	168	168	168	168	168	168
	133	168	168	168	168	168
	23	23	10.9	16.5	14.5	14.23
	4	3.5	3.7	3.5	3.13	4.03
	4	2.5	2.9	2.5	0	0
	4	6.5	0.75	0.6	0	0
	0	0	0	0	0	0
Total	336	371.5	354.2	354.2	353.2	353.2

Elaboración propia a partir de los datos de los Informes de Política lingüística 2000 a 2005

Según el gráfico de la página anterior, las cadenas que emiten más horas semanales en catalán, por obvias razones, son TV3 y C33/K3. Por otro lado, TV1 y TV2, durante el periodo comprendido entre el año 2000 al 2005, programan una media de 3.64 y 17.02 horas respectivamente. Mientras que la media de las cadenas privadas de ámbito estatal, A3 y T5, (del año 2000 al 2003), es de 2.9 y 1.9 horas respectivamente y de cero a partir del 2003.

En el año 2003, el canal 33 se conforma en dos canales, y se le suma K3, cuyo *target* es la población infantil y juvenil de Catalunya. En el 2004-05 surge el canal 3/24 y el total de su programación son informativos emitidos completamente en catalán.

Si tomamos como referente la totalidad de las horas semanales que TV3 emite en catalán en el año 2003 podemos asegurar que las cadenas privadas (en el mismo año), A3 y T5, en conjunto, no representan ni el 2% de la programación que emite la cadena autonómica. En el año 2000, estas cadenas emitían un 2,3% de su programación en catalán. El periodo que rige las observaciones de la programación en catalán en las cadenas privadas, A3 y T5, culmina en el 2004, año en el que ambas cadenas dejan de emitir en catalán.

Cadena	% de programación en catalán					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
	100	100	100	100	100	100
	100	100	100	100	100	100
	14,1	13,7	6,5	9,8	8,42	8,47
	2,4	2,1	2,2	2,1	1,86	2,39
	2,4	1,5	1,7	1,5	0	0
	2,4	3,9	0,4	0,4	0	0
	0	0	0	0	0	0
Total	29,6	31,6	30,1	30,5	30,04	30,12

Elaboración propia a partir de los datos de los Informes de Política lingüística 2000 a 2005

**Se suma en el 2004 K3

***2004-05 Surge el canal 3/24 que emite el 100% de su programación en catalán.

En el gráfico se constata la tímida presencia de la lengua catalana en el contexto televisivo. La media de la programación semanal en catalán, en los años que se contemplan, es de un 30,38%. Tomando en cuenta que en el gráfico el total de las cadenas de los diferentes servicios y coberturas no están reflejadas, el porcentaje disminuye aún más. Además, si estos datos se cruzan con las cuotas de audiencia de las cadenas la minorización de la lengua catalana es todavía mayor.

La presencia de la lengua catalana, fuera de las fronteras geográficas de Catalunya, es posible por la televisión vía satélite. Esta tecnología, permitió que durante algunos años convivieran dos canales catalanes, con programación en catalán, TVC Internacional y TVC SAT. Las horas anuales de programación en catalán, vía satélite, en el año 1999, eran 15.766 y esta cantidad descendió, en casi un 50%, al dejar de emitir TVC SAT en el año 2003, a un total de 8.757 horas emitidas por TVC Internacional.

Horas emitidas en catalán por televisión vía satélite

Año	Hrs. Emitidas en televisión vía satélite	TVC Internacional	TVC SAT*
1999	15.766	8.764	-
2000	16.425	8.765	7.665
2001	16.309	8.809	7.500
2002	16.060	8.760	7.300
2003	12.475	8.370	4.105
2004	8.815	8.815	-
2005	8.757	8.757	-

Elaboración propia a partir de los datos de los Informes de Política lingüística 2000 a 2005

* Este canal dejó de emitirse el 21 de julio de 2003

La práctica lingüística catalana en las cadenas de ámbito estatal permite comprender, y justificar los marcos legales que disponen el uso de la lengua catalana en los medios de comunicación de cobertura autonómica. Estos argumentos, generan, al mismo tiempo, la idea de reforzar y consolidar un espacio comunicacional catalán (Moragas, M., 1988) que salvaguarde y dinamice la cultura y la lengua en Catalunya. Sin perder de vista la cualidad de servicio público de Televisió de Catalunya y su disponibilidad para la pluralidad sin distinción de raza, género o religión.

Si los mundos narrativos son tan confortables, ¿porqué, entonces, no intentar leer el mismo mundo real como si fuera una novela? O también, si los mundos de la ficción narrativa son tan pequeños y engañosamente confortables, ¿por qué no intentar construir mundos narrativos que sean complejos, contradictorios y provocadores como el mundo real? (Eco, H., 1997:131)

3. FICCIÓN TELEVISIVA EN CATALUNYA

La producción de ficción en Catalunya no se puede explicar sin describir la evolución de este macrogénero en el ente público estatal, en Televisión Española (TVE). Esta institución es la primera experiencia en la industria televisiva en España y constituye nuestro punto de partida para conocer cuáles son los géneros producidos y los contenidos explotados por el medio. TVE, nace en el seno de la dictadura franquista y esta peculiaridad repercute, de manera definitiva, en sus primeros años de ejercicio.

Las cadenas televisivas autonómicas, sobre todo las constituidas a mediados de los años 80, obtuvieron de la experiencia del ente público TVE, al menos durante los primeros años, algunas estrategias y patrones para organizar sus parrillas programáticas y diseñar sus contenidos. Sin embargo, y obedeciendo a su espíritu de creación, las cadenas autonómicas construyeron sus propias formas de organización y de producción de contenidos audiovisuales, creando una propia identidad.

La nueva competencia, las cadenas privadas, dictaron las reglas de la dinámica de la producción televisiva en España. En su afán por ganar audiencia éstas recuperaron formatos que ya habían dado resultado en otros países y apostaron por la producción propia de series de ficción. Fórmula que Televisió de Catalunya (TVC), específicamente TV3, venía experimentando desde su creación a mediados de los años 80.

De tal forma, tanto los inicios de la ficción en TVE, como la incursión de las cadenas privadas en el mercado mediático y la creación de entes televisivos autonómicos constituyen los puntos de inflexión de nuestro contexto televisivo y de la producción de contenidos de ficción. Creemos necesario ahondar más en estos puntos, porque en definitiva éstos constituyen las bases nodales para diseñar una cartografía sobre la ficción televisiva de TV3, eje fundamental de nuestro estudio.

3.1 ANTECEDENTES: LA FICCIÓN EN TVE

Televisión Española emite por primera vez el 28 de octubre de 1956 y se dirige a una audiencia exigua, si tomamos en cuenta que en Madrid sólo existían más de 500 televisores y su emisión cubría poco más allá del extrarradio de la ciudad. Hablamos de un medio que inicia su inserción de manera tímida en el ámbito social.

La programación de TVE abrió con un discurso inaugural del Ministro de Información y Turismo Gabriel Arias Salgado, con espectáculos que combinaban danza y música regional y un documental de tema religioso llamado “Los blancos mercedarios”.

En los primeros años de programación de TVE se emitieron sobre todo obras de teatro y *shows* musicales. Se puede considerar que las obras de teatro fueron las primeras incursiones de la televisión española en la producción de ficción. Sin embargo, dos años después de la inauguración de las emisiones regulares de la cadena, en 1958, se emitió la primera serie de ficción española titulada “Érase una vez”, escrita por Jaime de Armiñán. Se trataba de un programa infantil, que relataba cuentos populares, del cual se produjeron 100 episodios.

El teatro, es uno de los grandes aliados de la programación televisiva de TVE, su lenguaje audiovisual estaba limitado por los recursos propios de ese arte, generalmente se grababa en un solo escenario y la escenografía iba cambiando según los requerimientos de la historia. Las obras escenificadas correspondían a los grandes clásicos de la literatura y la dramaturgia española.

En el texto “La ficción televisiva popular” Mario García de Castro (2002) apunta tres etapas clave que describen el carácter de la producción de ficción durante el primer decenio de TVE: el teleteatro, los dramáticos en soporte de video y las series de producción propia y textos originales. De estas etapas, el autor distingue dos generaciones, dos formas de producir, que marcan la dinámica de los contenidos de la ficción en TVE. Una es la generación de los directores

(como Juan Guerrero Zamora, Pedro Amalio López y Gustavo Pérez Puig) que se centra en la adaptación para la televisión de obras de teatro, con limitaciones técnicas. La segunda generación es la de los guionistas, sus principales representantes son Jaime Armiñán, Adolfo Marsillach, Narciso Ibáñez Serrador, Manuel Mur entre otros. Estos guionistas comienzan a experimentar con la creación de historias originales y con la explotación de los recursos propios del lenguaje audiovisual.

Una de las primeras series producidas por TVE fue “Crónicas de un pueblo” estrenada en 1971, emitida los domingos en horario *prime time*, con historias originales de Juan Fariás y Juan Alarcón y bajo la dirección de Antonio Mercero. La serie se hizo por encargo del vicepresidente del Gobierno, Luis Carrero Blanco, con el fin de popularizar las Leyes Fundamentales del Reino.

Imagen de la serie “Crónicas de un pueblo”



“Crónicas de un Pueblo”, marca el inicio de la producción televisiva realizada con técnicas cinematográficas. TVE a caballo entre las series costumbristas y las telecomedias cubrió su parrilla programática durante el primer quinquenio de la década de los 70.

Con el programa “Un, dos, tres...”, estrenado en el año 1972, la pantalla de la televisión de los hogares españoles se vistió de colores. Inicia la era cromática de la televisión en España.

Una de las primeras irrupciones de las series norteamericanas en la televisión española es “La casa de la pradera” estrenada en 1974 y protagonizada por una familia del sur de los Estados Unidos. La serie, es una adaptación libre de los libros autobiográficos escritos por Laura Ingalls, en los que relata la vida cotidiana de su propia familia en un ámbito rural.

Con la muerte del dictador español, Francisco Franco, el 20 de noviembre de 1975, se inicia un proceso de transición democrática en el país que significa transformaciones que filtran en cada una de sus instituciones, y los medios de comunicación no serían la excepción. De este ambiente de cambios políticos y sociales en España dejaban constancia los informativos de TVE. Desde la comparecencia del Rey Juan Carlos I ante las Cortes para proclamarse como Jefe de Estado, hasta la celebración de las primeras elecciones españolas. En este marco, se siguen produciendo series con técnicas cinematográficas para la televisión, una de las más importantes es “Curro Jiménez” tanto por los índices de audiencia logrados como por el tiempo político y social en el que se emitió. La serie es considerada como *la primera serie popular en formato de telefilme de la democracia* (García, M., 2002: 70). Esta producción se estrenó en 1977 y estuvo en pantalla tres temporadas, hasta 1980, con un total de 40 capítulos emitidos. En ella, se relata la vida de un bandolero español. Las series producidas en este periodo recrean la vida cotidiana de los españoles, son series costumbristas que relatan situaciones de la época con personajes acordes al siglo que se vive.

En 1981, bajo la dirección de Mercero se estrena la serie de producción propia “Verano Azul” que consigue importantes índices de audiencia y marca una época en la producción de ficción en España. La serie se graba con las mismas técnicas cinematográficas que se usan en TVE desde la década de los 70. En ella, se narra las aventuras de un grupo de niños que coinciden un verano en la costa andaluza.

En esta misma década, en los 80, TVE mezcla en su programación producciones propias con series norteamericanas como “Dinastía”, “Falcon Crest”, “Dallas”, “La hora de Bill Cosby”, “El coche fantástico”, “Miami Vice”, “El

Pájaro espino” y “La rosa amarilla” entre otras. Pero, además, suma a su parrilla un nuevo género, la telenovela, e inicia este peregrinaje con un melodrama mexicano, género televisivo que se desarrolla en ése país desde mediados de los 50. Con esta hibridación de contenidos propios y ajenos, cargados de referentes culturales anclados a una realidad española, con personajes e historias que se desarrollan en contextos americanos como el estadounidense o el mexicano, es como TVE se enfrenta a la década de los 90; periodo en el que identificamos el segundo punto de inflexión de nuestro repaso general de la ficción televisiva en España.

3.2 LA FICCIÓN EN EL MODELO DE LIBRE COMPETENCIA

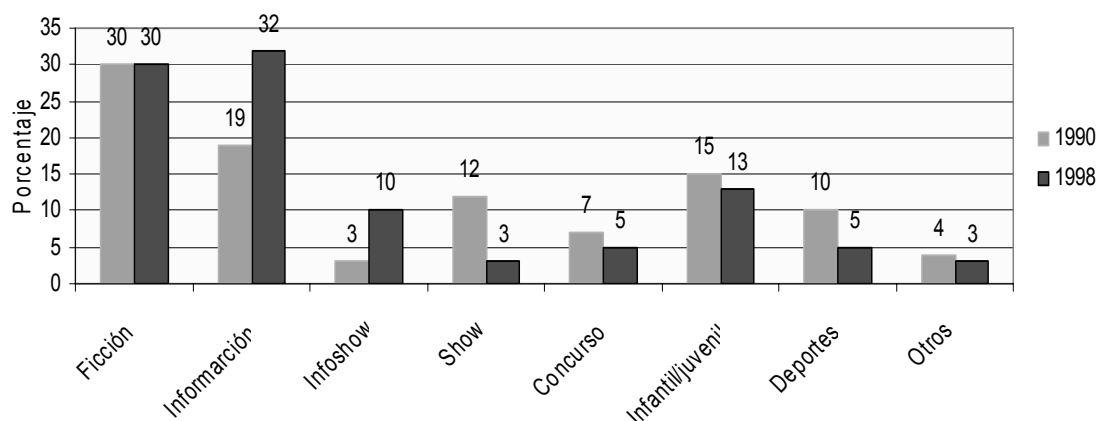
La liberalización del mercado televisivo no significó sólo la multiplicación de la industria televisiva en España, sino que dinamizó la competencia entre las cadenas, provocando, en principio, la creatividad y la búsqueda de nuevos formatos y contenidos para la audiencia que había vivido el monopolio estatal de TVE.

Antena 3 emite regularmente desde el 25 de enero de 1990. La programación de la cadena se abrió con el discurso de su Presidente, Javier Godó, y del director general, Manuel Martí Ferrand. La parrilla consistía en un informativo dirigido por José María Carrascal, el concurso titulado “La ruleta de la fortuna” presentado por Mayra Gómez Kemp y para finalizar, un programa de debate, “La tarántula”, moderado por Antonio Herrero.

Telecinco inicia sus emisiones de prueba en marzo de 1990 con una parrilla compuesta por series norteamericanas. No fue hasta el 14 de septiembre de 1990 que Canal+, la cadena de pago pionera en España, comienza a emitir. La programación de ésta cadena estaba basada en la emisión de películas sin cortes publicitarios y en eventos deportivos. Del total de las horas programadas por esta cadena debería emitir 6 horas en abierto.

En la década de los 90, la ficción en la televisión española se forja una identidad propia y se consolida como macrogénero de preferencia de la audiencia. Su protagonismo sólo se ve mermado un par de años, del 2000 al 2002, por la llegada del *reality* a la programación televisiva. Sin embargo, la ficción y la información siguen siendo, en este periodo, las bases importantes de la programación de las cadenas televisivas en España. Los siguientes datos confirman lo expresado, con ellos establecemos una comparación entre el porcentaje de la estructura general de la oferta televisiva en España en el año 1990 y 1998.

Estructura general de la oferta en España, 1990-1998 (%)

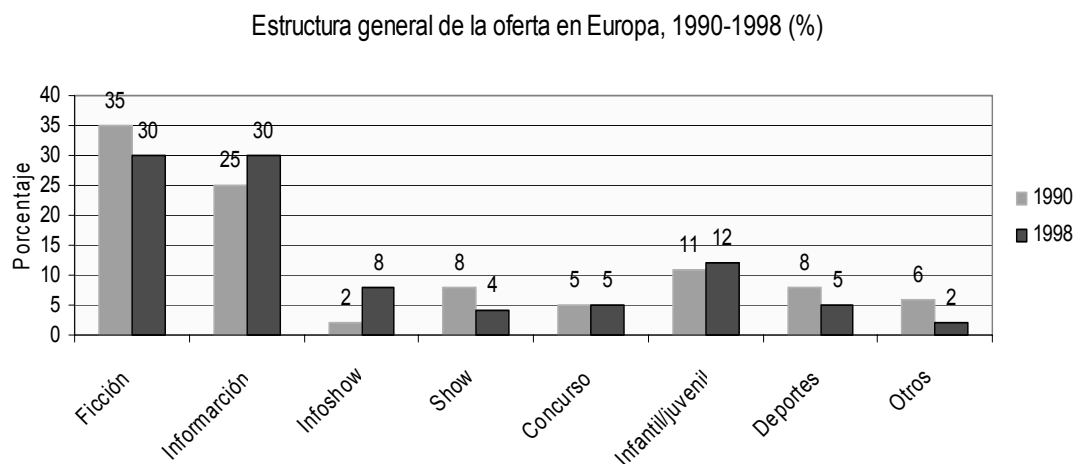


Elaboración propia con datos de EUROMONITOR obtenidos del libro "La televisión pública a l'era digital" (Moragas, M., Prado, E., 2000: 178)

Como podemos observar en la tabla, desde la presencia de las cadenas privadas en el ámbito televisivo español hasta 1998 la ficción televisiva sigue ofertando el mismo porcentaje de contenidos. Mientras que la información desarrolla una evolución importante que pasó de un 19% de oferta televisiva en 1990 a un 32% en el año 1998. Pese al tímido inicio de los programas informativos en 1990, con el arranque de la actividad de las cadenas privadas, su rol aumenta progresivamente y se consolida como macrogénero e incluso logra superar, en 1988, por dos puntos porcentuales, a la ficción.

Los estudiosos de la televisión en España generalmente contextualizan los avances de esta industria respecto al contexto europeo. En este sentido, la evolución de la oferta europea, en la que está incluida España, no presenta muchas divergencias respecto a los datos expresados anteriormente. Sin embargo, se aprecia la presencia de un macrogénero que se se introdujo en la programación española a mediados de los años 90, el *infoshow*. Este género es el resultado del *maridaje de la información con ciertas fórmulas tradicionales del entretenimiento y el espectáculo* (Moragas, M., Prado, E., 2000: 190).

En el gráfico se detalla la rápida evolución de los *infoshows* en la oferta televisiva europea, pasó de un 2% en 1990 a un 8% en el año 1998. En España, los datos respecto al mismo género son similares, de un 3% en 1990 creció a un 10% en 1998.



Elaboración propia con datos de EUROMONITOR obtenidos del libro "La televisión pública a l'era digital" (Moragas, M., Prado, E., 2000: 193)

En la oferta europea televisiva, tal como queda reflejado en la tabla, los protagonistas siguen siendo la programación de ficción e información.

La evolución de la producción propia de series de ficción en España tiene como fecha memorable el 19 de septiembre de 1991, día en el que se estrenó en Antena 3 la primera comedia de situación de ámbito estatal "Farmacia de guardia". La serie fue dirigida por Antonio Mercero quien había cosechado éxitos televisivos en TVE, con la producción de "Crónicas de un pueblo" (su primera serie dirigida) y la mítica "Verano azul". Con el *background* del director, el triunfo de la serie estaba asegurado, por lo que se realizaron 168 episodios que se emitieron en cuatro temporadas, hasta diciembre de 1995. El final de la serie registró un 62,5% de cuota de pantalla, cifra histórica conseguida por una serie de ficción en España tras la liberalización del mercado televisivo.

Mientras la serie “Farmacia de guardia” atraía audiencia para la cadena privada Antena 3, la otra cadena, T5, no probó con la producción propia de series de ficción hasta mediados de los años 90. Concretamente en 1995, año en el que estrena “Médico de familia”, específicamente el 15 de septiembre y ésta finaliza el 21 de diciembre de 1999. La serie se mantuvo 4 temporadas en pantalla y se produjeron un total de 119 capítulos. La historia está protagonizada por una familia española formada por un doctor viudo, caracterizado por el actor Emilio Aragón, casado en segundas nupcias con su cuñada, interpretada por la actriz Lydia Bosch.

El desarrollo de las series de ficción de producción propia devino en cascada, tan sólo en la temporada 1996-1997, TVE estrenaba la serie “Hostal Royal Manzanares” y “Entre Morancos y omaítas”. Telecinco continuaba con “Médico de familia”, y estrenaba “Todos los hombres sois iguales” y “Querido maestro”. Antena 3 emite en esta temporada las series “Menudo es mi padre” y “La casa de los líos”.

Al final de la década de los ochenta TVE reactivó la participación, en su parrilla, de series de ficción extranjeras, sin embargo, la liberalización del mercado televisivo impuso la producción propia de series de ficción como una estrategia para atraer y mantener una audiencia ávida de representaciones cotidianas y cercanas a su contexto. El anuario GECA del año 2000 destaca que en la televisión, tan sólo en 1998, había un total de 18 programas de ficción en la televisión española y sólo tres de ellas eran producciones extranjeras. En el mismo anuario, pero su edición del año 2000, se confirma la supremacía de la producción de series españolas y determina algunas características de este éxito:

- Series de ficción que recrean un contexto social actual.
- Las temáticas representadas en las historias de las series son diversas y cotidianas.
- En las tramas de las series figuran algunos colectivos profesionales: periodistas, maestros, abogados y policías.
- Series protagonizadas por familias.

En la temporada 1998/1999 se estrenaron series de ficción que narran las vivencias de determinados grupos profesionales: como la serie “Periodistas” y “El comisario” ambas de Telecinco. En la misma temporada, Antena 3 estrenaba una serie juvenil titulada “Compañeros”, además de las series “La casa de los líos” y “Ada madrina”. TVE emite el 16 de septiembre de 1998 la serie “El tío Willy” y el 13 de enero de 1999 la serie familiar “A las once en casa”. En el mismo año, la cadena T5 estrenó la comedia de situación “Siete vidas” y ésta permaneció 7 años en pantalla.

Las temáticas policíacas hallaron un filón en las series televisivas durante el ejercicio de la temporada 1999-2000, como las estrenadas en Antena 3 “Policías, en el corazón de la calle” y “Antivicio”. Telecinco emitió, en la misma temporada, dos series policíacas, una basada en la obra literaria de Vázquez Montalbán llamada “Pepe Carvalho” y “Petra delicado” protagonizada por la actriz y cantante Ana Belén.

La temática juvenil seguía en pantalla con dos series, “Al salir de clase” (T5) y “Nada es para siempre” (A3).

El protagonismo ininterrumpido de las series de ficción durante cinco años, de 1995 al 2000, fue trastocado tras la incursión de la telerrealidad en la televisión española. Telecinco es la cadena que apostó por este formato para reactivar su programación y el 23 de abril del 2000 estrenó “Gran hermano” un *reality-game* que cuenta con 9 ediciones la última, de momento, estrenada en octubre de 2007. La dinámica de esta producción consiste en el encierro en una casa de un grupo de personas que se desconocen. Se trata de un concurso, y el objetivo es que los participantes propongan, nominen, a las personas que tienen que abandonar la casa pero el público, que participa a través de sus mensajes de texto y llamadas, es el que decide finalmente quien tendrá que salir de ella.

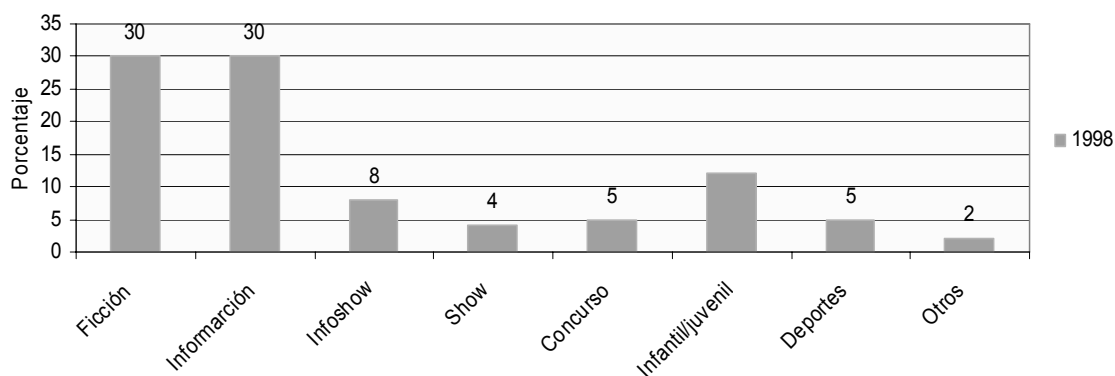
Televisión Española hizo su incursión en el *reality-game* con “Operación Triunfo” en la temporada 2001-2002 y posteriormente Telecinco adquirió los derechos de explotación. Además de los programas mencionados, se emiten

durante el año 2000 al 2005 en la televisión española otros *reality-game* como: “Hotel Glam”, “La isla de los famosos” y “La casa de tu vida” por mencionar algunos.

La ficción televisiva de producción propia recobró fuerza en la temporada 2002/2003 y se vuelven a encontrar entre la lista de los programas más vistos, según lo detalla el Informe Geca 2004. Las producciones que permitieron recuperar el protagonismo de la serie de ficción propia en España fueron “Cuéntame cómo pasó” y “Ana y los siete” ambas de TVE. Antena 3 contribuyó a esta causa con “Los Serrano” y “Un paso adelante”. Telecinco, produjo un *spin off* de “Siete Vidas”, recuperando el personaje de Aída para la serie “Aída, una nueva vida”.

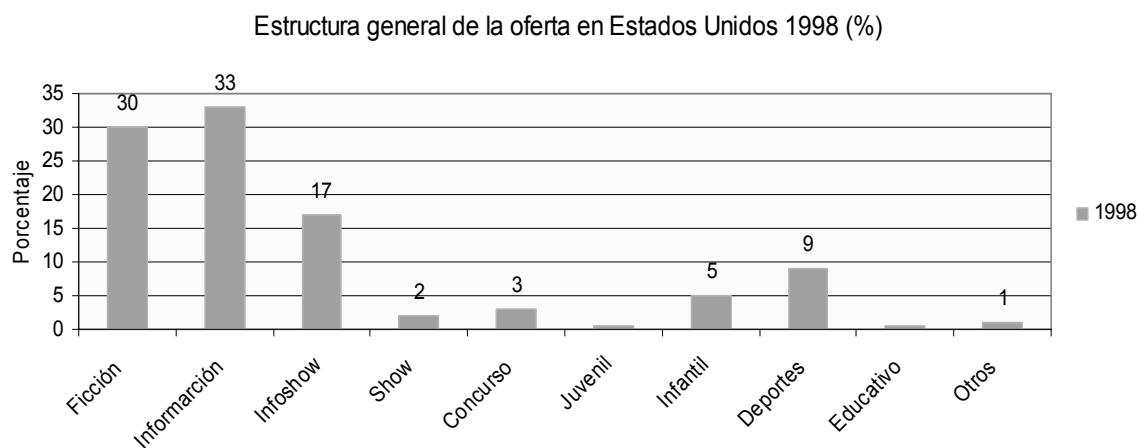
Finalmente, el escenario actual de la ficción en la televisión española, sobre todo en el *prime time*, plantea una fórmula híbrida en la programación de series extranjeras, principalmente norteamericanas, y series de producción propia. Esta cercanía con la cultura americana no es un rasgo exclusivo de las estrategias de programación de las cadenas televisivas españolas. Por otro lado, a nivel europeo, la estructura general de la oferta se diseña y/o se produce con cánones muy semejantes a la oferta estadounidense.

Estructura general de la oferta en Europa 1998 (%)



Elaboración propia con datos de EUROMONITOR obtenidos del libro “La televisión pública a l’era digital” (Moragas, M., Prado, E., 2000: 202)

Los análisis comparados de la programación europea y norteamericana nos permiten ver la existencia todavía de algunas diferencias, pero son más poderosas las similitudes (Moragas, M., Prado, E., 2000: 200).



Elaboración propia con datos de USAMONITOR obtenidos del libro "La televisión pública a l'era digital" (Moragas, M., Prado, E., 2000: 202)

Si bien, las series de ficción reseñadas en este apartado no constituyen el total de las producciones realizadas por las cadenas de ámbito estatal, tanto privadas como por la cadena pública TVE, hemos intentado identificar aquellas producciones que han sido referente en la evolución del macrogénero ya sea por sus índices de audiencia, como por la temática y por el número de episodios producidos.

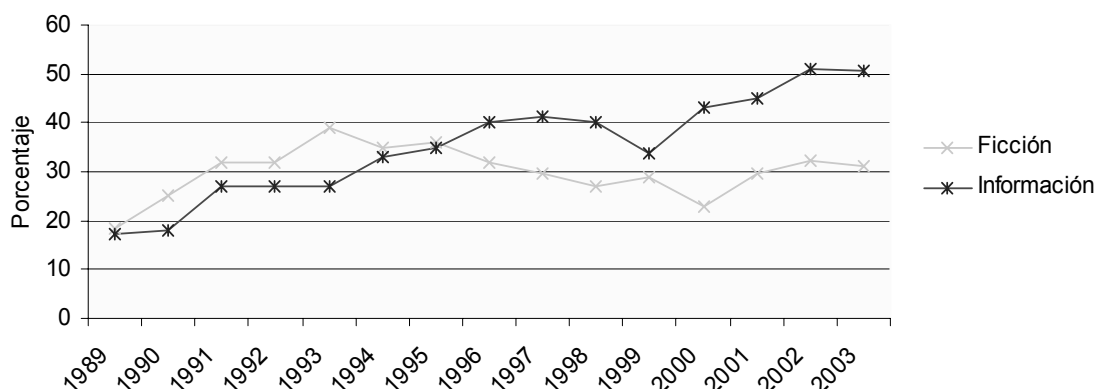
3.3. LA FICCIÓN EN TV3

Las cadenas autonómicas, creadas a principios de los años ochenta como Televisió de Catalunya, Euskal Irrati Telebista y Televisión de Galicia han desarrollado estrategias y formas de producir contenidos de forma muy diferente a las cadenas de ámbito estatal. En este sentido, podemos decir que es en las cadenas autonómicas donde podemos encontrar mayor diversidad y creatividad en los contenidos, así como una facilidad intrínseca por la experimentación con nuevos formatos televisivos.

El espíritu que rige las cadenas autonómicas es la producción de contenidos cercanos a la comunidad, como una forma de salvaguardar y dinamizar la cultura. La audiencia de las cadenas autonómicas se puede reconocer y/o identificar en los referentes propuestos por el discurso mediático. En este sentido, esta misma dinámica está presente en los contenidos de ficción, específicamente en TV3, que constituye el eje de interés en esta investigación.

La ficción y la información son los macrogéneros que generan mayor producción de contenidos en TV3. Fenómeno que habíamos anotado tanto en el ámbito televisivo estatal español como en el europeo.

Evolución del porcentaje de información y ficción en la oferta de TV3 (1989-2003).



Elaboración propia a partir de los datos de EUROMONITOR obtenidos del artículo "TV3: una televisión 10 de calidad y audiencias masivas." (Prado, E., Larrègola, G., en anuario GECA 2005:197)

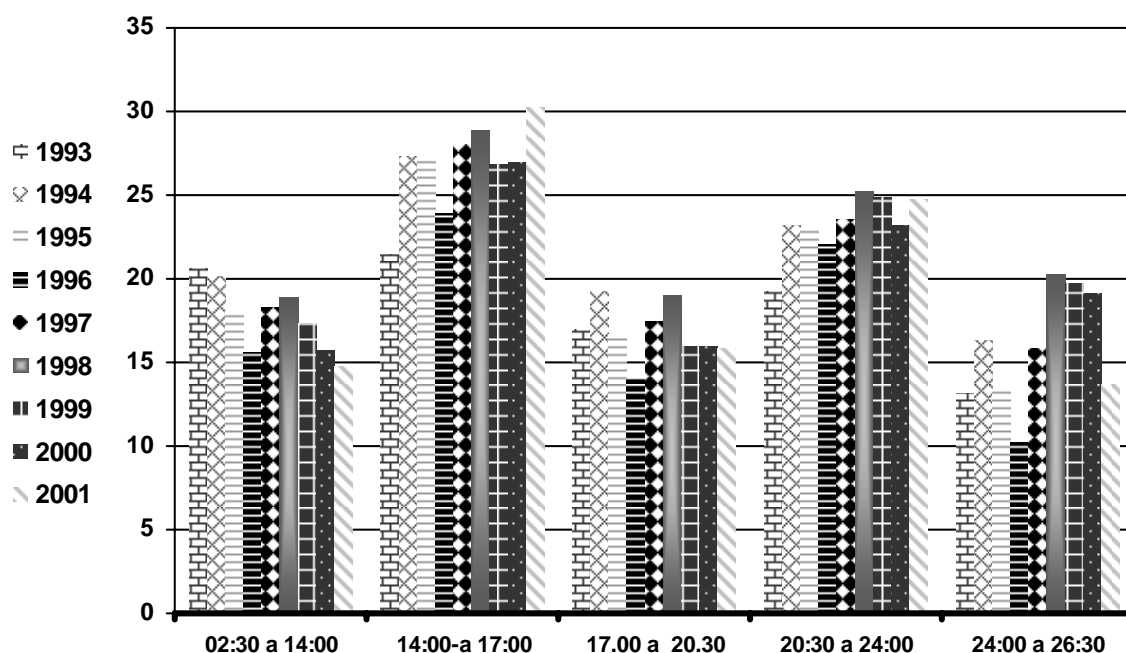
En el gráfico podemos observar que la ficción desde finales de los años ochenta hasta mediados de los noventa, se mantiene como protagonista en la oferta televisiva de TV3. Estos datos, se explican porque la liberalización del mercado televisivo en España, en un principio, activó la industria de la ficción propia tanto de las cadenas públicas de ámbito estatal como autonómicas. El repunte de la ficción en la temporada 1993-1994 se debe, quizás, al estreno de la telenovela “Poble nou”.

En el segundo quinquenio de los años noventa, la información se va al alza con un 40% de oferta en la programación de TV3 y sube hasta lograr un 50% entre los años 2002 y 2003. Los macrogéneros: información, ficción y deportes son los platos fuertes de la programación de TV3.

Los primeros años de producción de ficción en TV3 según Jaume Santacana y Oleguer Sarsanedas (1989) se resumen en retransmisiones de obras de teatro en directo y diferido, teatro registrado en plató, series dramáticas, series de humor, series infantiles y juveniles, comedias de situación, pequeños dramas insertos en programas que no son de ficción y largometrajes.

Poco a poco TV3 se afianza como una televisión autonómica que produce contenidos cercanos y como una cadena que no cesa en la búsqueda constante de nuevos formatos y contenidos que además de innovar le permiten consolidar su audiencia.

Consumo de TV3 en Cataluña por franjas horarias (Share)



Elaboración propia a partir de los datos del Anuario Sofres 1993-2001

Según los datos del anuario Sofres, TV3 afianza dos nichos de audiencia en Catalunya, el horario de sobremesa y en menor medida, pero significativo, el de *primetime*. En ambos horarios, los productos ofertados son informativos y series de ficción de producción propia. Las telenovelas son las protagonistas en el horario de sobremesa y las *sitcoms* y/o series dramáticas en *prime time*.

La ficción en TV3 se ha anotado muchos méritos, que van desde la innovación de nuevos formatos televisivos en su parrilla programática, como la incursión, desde su creación, en la producción de formatos que ya habían forjado historia en Inglaterra, Estados Unidos o Sudamérica.

3.4 LA PRODUCCIÓN PROPIA DE FICCIÓN EN TV3

La descripción de la evolución de la ficción en Televisió de Catalunya, específicamente de TV3, no se puede realizar sin la obligada lectura de dos libros de Josep M. Baget i Herms “Quaranta anys de televisió a Catalunya” (1999) y “La nostra. Vint anys de TV3” (2003) en los que detalla concienzudamente la creación del ente público autonómico. En ellos, además, hace un recorrido por la evolución de la oferta televisiva de los canales que forman parte de TVC.

Los textos citados de Baget (1999, 2003), los Informes de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió de 1997 a 2005, El Anuario Geca de 1998 al 2006, dos artículos elaborados por el equipo que conforma el Observatorio Europeo de la ficción Eurofiction (Vilches et al. 1999, 2002) y las páginas oficiales de algunas series, conforman la base datos que nos permite configurar la cartografía de la producción propia de series de ficción en TV3. A falta de una información oficial de la cadena que detalle con exactitud cuál es el número de series de ficción de producción propia y sus títulos, hemos recurrido a una pesquisa detallada y exhaustiva de éste macrogénero con el objetivo de ofrecer una idea lo más cercana posible a los datos precisos. Para ello hemos realizado una base de datos con las series de ficción propia producidas por TV3 y con productoras catalanas desde el año 1984 al verano de 2007.

La producción de ficción de TV3 se caracteriza por producciones propias y coproducciones con otros entes televisivos o con casas productoras catalanas o extranjeras. TV3 ha realizado dramáticos que fueron concebidos para ser emitidos en un solo capítulo como “La rambla de les floristes” (1986) o producidos con técnicas cinematográficas. Durante los primeros 5 años de existencia de TV3 se produjeron, también, dibujos animados. Por otro lado, esta cadena ha realizado series históricas que si bien utilizan las técnicas narrativas de la ficción siguen una base documental realizada con aportaciones de especialistas en la materia y su objetivo es un entretenimiento divulgativo.

La compleja variedad en la producción de ficción de TV3 y nuestro interés en la observación del consumo de referentes culturales que hagan alusión a un contexto catalán nos obliga a acotar nuestro universo, tal como lo hemos comentado, por lo que sólo hemos registrado las series de ficción producidas por TV3 y las co-producciones con productoras catalanas. Además, están fuera de nuestro registro y observación las producciones de ficción cuya emisión no sea seriada, co-producciones con productoras extranjeras o con otras cadenas, los dibujos animados, las series históricas y la ficción realizada con técnicas y narrativa cinematográfica como las tvmovies. En este sentido cuando en el texto hacemos alusión a las series de ficción de producción propia hacemos referencia únicamente a las registradas en nuestra observación.

Cada una de las series que conforma nuestra base de datos se registra en una ficha en la cual se detalla el título del programa, el año de producción, el número de capítulos, fecha de inicio y final de emisión, macrogénero y formato al que pertenece, espacio y tiempo representado en la serie, nombre del director, guionistas y protagonistas de la serie y una breve sinopsis de la ficción. El gráfico siguiente es el modelo que hemos utilizado para elaborar nuestra base de datos sobre la ficción en TV3. A cada programa de ficción le corresponde una ficha.

<i>Título</i>	<i>Año de producción:</i>
	<i>Núm. de capítulos</i>
<i>Fecha de emisión:</i> <i>Final de emisión:</i>	<i>Día y hora de emisión:</i>
<i>Macrogénero:</i>	<i>Género:</i>
<i>Temática: Cómica</i>	<i>Espacio:</i>
	<i>Tiempo:</i>
<i>Dirección/Guión:</i>	
<i>Protagonistas:</i>	
<i>Sinopsis:</i>	

En la batalla por reconocer quienes han sido los primeros en producir determinados formatos, se crean algunas imprecisiones al tratar de ubicar, en el total del espectro televisivo español, el lugar que cada merito ocupa. En cualquier caso, cuando hemos observado algunas vaguedades éstas han quedado expresadas en nuestra investigación.

Los géneros que forman parte de nuestra observación son las comedias de situación, series de humor, telenovelas y series dramáticas. En el siguiente listado, se expresan todos los programas que conforman nuestra base de datos de los cuales anotamos el título y el año de emisión.

Sitcoms

Título	Año de programación
CARME I DAVID, CUINA, MENJADOR I LLIT	1984
TOT QUEDA EN FAMÍIA	1986
DE PROFESIÓN A.P.I	1988
TOT UN SENYOR	1989
SOC COM SOC	1990
AVUI PER DEMÀ	1991
QUART SEGONA	1991
TERESINA, S.A.	1992
QUICO	1992
L'AGÈNCIA DE VIATGES	1993
I ARA QUÈ, XÈNIA	1993
OH, EUROPA!	1994
OH, ESPANYA!	1996
PLATS BRUTS	1999
PSICO EXPRESS	2001
JET LAG	2001
L'UN PER L'ALTRE	2003
LO CARTANYÀ	2004

Series de humor

Título	Año de programación
TRES ESTRELLES	1987
VINDREM A SOPAR	1990
ELS GRAU	1991
XOOF!	1994
DINAMITA	2000
ELL I ELLA	2001
TRILITA	2001

Telenovelas

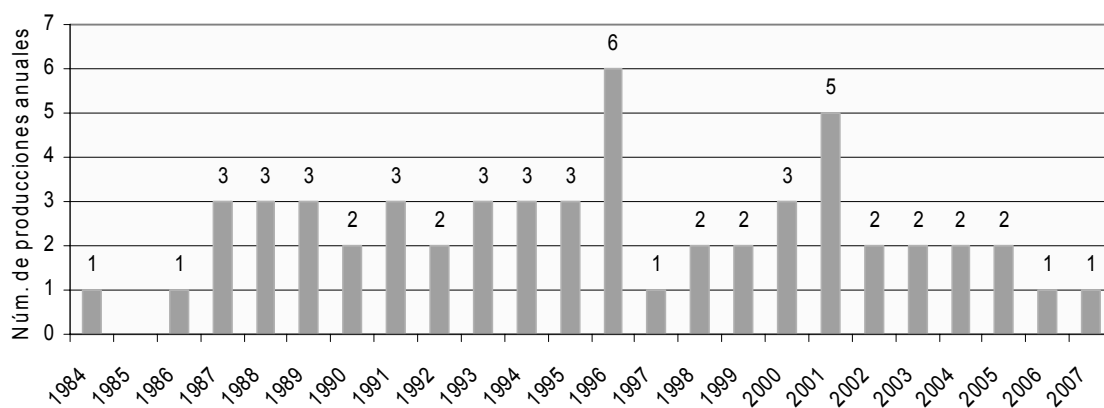
Título	Año de programación
POBLE NOU	1993
SECRETS DE FAMÍLIA	1995
NISSAGA DE PODER	1996
LABERINT DE OMBRES	1998
NISSAGA: L'HERENCIA	1999
EL COR DE LA CIUTAT	2000
VENT DEL PLÀ	2004

Series dramáticas

Título	Año de programación
13 x 13	1987
CANDEL	1987
CRÓNICA NEGRA	1988
L'AVI BERNAT	1988
LA GRANJA	1989
ESTACIÓ D'ENLLAÇ	1994
PEDRALBES CENTER	1995
ROSA	1995
ROSA, PUNT I A PART	1996
ROSA, LA LLUITA	1996
SITGES	1996
EL JOC DE VIURE	1996
DONES D'AIGUA	1997
LAURA	1998
CRIMS	2000
DES DE EL BALCÓ	2001
TEMPS DE SILENCI	2001
MIRALL TRENCAT	2002
MAJORIA ABSOLUTA	2002
SETZE DOBLES	2003
PORCA MISERIÀ	2004
MAR DE FONS	2006
LA VÍA AUGUSTA	2007

En el periodo de 1984 a julio de 2007 hemos registrado un total de 56 producciones de ficción propia en TV3, lo que equivale al estreno de más de 4 producciones de ficción por año. En el gráfico hemos anotado las producciones propias de ficción de TV3 registradas por año de estreno.

Producción propia de ficción en TV3 (1985-2007).



Elaboración propia a partir de datos obtenidos en Baget (1999, 2002), EUROMONITOR obtenidos del artículo "TV3: una televisión 10 de calidad y audiencias masivas." (Prado, E., Larrègola, G., en anuario GECA 2005:197), Informes de la CCRTV (1997-2005), Anuario Geca (1998 al 2006), Vilches et al. (1999, 2002).

Desde su creación, TV3 ha producido series de ficción propia e incluso ha sido pionera en la producción de formatos como la comedia de situación y la telenovela (siguiendo el patrón tradicional de la telenovela) en el ámbito español. Es así, como ha mantenido, durante el primer decenio de la televisión privada (1990-2000), una oferta competitiva. Esto ha provocado que TV3 se constituya como la cadena autonómica más consolidada de la FORTA y la única que mantiene el liderazgo en su propio mercado, el catalán, así lo confirma el anuario Geca que destaca su actuación principalmente en el periodo comprendido del año 1998 al 2005.

La ficción, es el gran paraguas bajo el cual se acogen géneros como la comedia de situación, las series dramáticas, las telenovelas y la telecomedia, todos ellos presentes en la ficción de TVC.

3.4.1 LA COMEDIA DE SITUACIÓN

La comedia de situación (*sitcom*) es el género por excelencia genuinamente estadounidense, este país lo produce desde los años 50. Se considera a la serie “I Love Lucy” como la *abuela de todas las sitcoms* (Wolf, J., Ferrante, L., 1996: 4).

Imágenes de la grabación de la *sitcom* “I Love Lucy”



Wolf y Ferrante (1996) destacan las características de la comedia de situación en los Estados Unidos por décadas. Así, en los 60 identifican dos tipos de comedia, una que mostraba como debe ser la vida familiar y la otra nos ofrecía un mundo mágico. En los 70, *junto con Norman Lear (productor y director norteamericano) vino una sucesión de comedias de social-realismo que adquirieron las siguientes ediciones en los últimos años de los tumultuosos 60* (Wolf, J., Ferrante, L., 1996: 5). Las temáticas abordadas eran el racismo, alcoholismo, homofobia y el aborto entre otras. A finales de ésta década, se percibe un cansancio de la audiencia sobre el género, sin embargo, fue la comedia de situación “The Cosby show” la que lo vitalizó. Una vez más, la temática familiar es el recurso preferido por la audiencia.

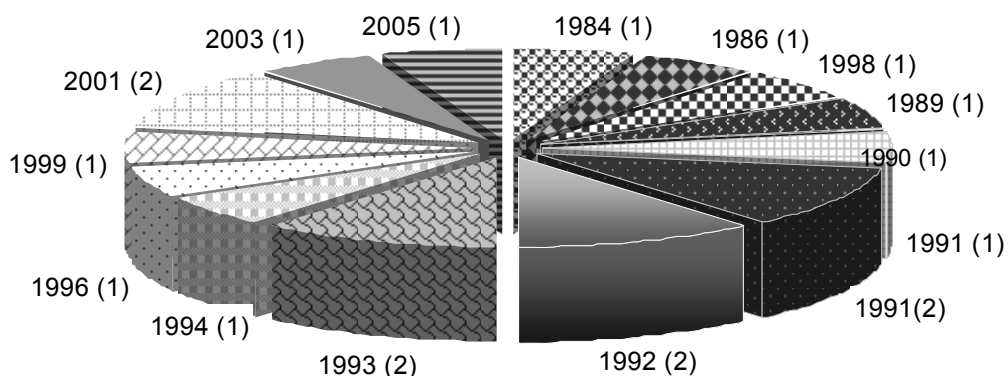
La *sitcom* norteamericana nace en un contexto social en el que *el boom económico se esfumó* (Wolf, J., Ferrante, L., 1996: 5) y las comedias reflejaron la dura realidad de la vida, como la serie “Roseanne” que también se emitiría en

TV3 doblada al catalán. Algunas producciones de estos dos últimos periodos pueden resultar familiares a la audiencia española pues muchas de ellas fueron incluidas en la programación de las cadenas públicas y privadas. Finalmente, en la década de los 90 los protagonistas de las *sitcoms* son los jóvenes solteros o los “*forever young*” como “Ellen”, “Seinfeld” y “Friends”, de esta última aún se pudieron ver reposiciones en la televisión española en el verano de 2007.

Antes de centrarnos en la descripción del género *sitcom* en TV3, es necesario determinar que las series realizadas en el periodo de 1984 a 1988 de esta cadena no cumplen con los cánones de la típica comedia de situación norteamericana, sin embargo, respetan algunas normas básicas como la duración de 30 minutos, la grabación en interiores y sin interrupciones. Además, nuestra categorización se basa en la clasificación elaborada por Baget (2003) en su libro “La nostra. Vint anys de TV3”. El elemento que define a la comedia tradicional norteamericana es la presencia de público en el plató. Sin embargo, para algunos autores este es un plus del cual se puede prescindir.

Nuestra base de datos registra un total de 19 comedias de situación de producción propia en TV3 desde 1984 hasta el 2005.

Producción propia de series de comedia de situación en TV3



Elaboración propia a partir de datos obtenidos en Baget (1999, 2002), Informes de la CCRTV (1997-2005), Anuario Geca (1998 al 2006), Vilches et al. (1999, 2002).

Los años (1991, 1992 y 1993) en los que se produce más de una comedia de situación coinciden con la presencia de las cadenas privadas en el ámbito televisivo español y quizás ésta fue la estrategia para contrarrestar el reparto de la audiencia.

La *sitcom* “Carme i David, cuina, menjador i llit” emitida en el año 1984 inauguró la producción de ficción propia en TV3. La serie contó con el escritor Terenci Moix como guionista. La historia estaba protagonizada por un hombre y una mujer recién divorciados que por diversas razones tienen que compartir piso.

Título		<i>Año de producción: 1984</i>
CARME I DAVID, CUINA, MENJADOR I LLIT		<i>13 capítulos</i>
Fecha de transmisión:	<i>27 de abril</i>	<i>Formato: Sitcom</i>
<i>Macrogénero: Ficción</i>		
<i>Temática: Cómica</i>		<i>Espacio: Barcelona</i>
		<i>Tiempo: Contemporáneo</i>
<i>Dirección/Guión: Orestes Lara/Terenci Moix, Enric Majó.</i>		
<i>Protagonistas: Àngels Moll y Carles Velat</i>		
<i>Sinopsis: Historia de dos divorciados, Carme y David, quienes deciden compartir piso.</i>		

La siguiente comedia de situación, “Tot queda en família”, es una serie basada en la explotación de los tópicos de una familia catalana de los 80 pero esta pasó desapercibida y no sería hasta 1988 que una comedia de situación, “De profesión API”, obtuviera reconocidos índices de audiencia y lograra una segunda temporada. Esta serie es significativa porque da inicio a la carrera de Esteve Durán en TV3 donde dirige, guioniza y realiza. La historia que se plantea en la serie es sobre una agencia inmobiliaria dirigida por un hombre de cincuenta años, casado y sin hijos, que habita en el barrio de la Bonanova en la ciudad de Barcelona.

Título DE PROFESIÓN A.P.I		Año de producción: 1988	
		13 capítulos	30 min.
Fecha de transmisión	5/febrero/88-6/mayo/88	Día/hora	Viernes 21:00
Fecha de transmisión (segunda entrega)	27julio/1990	Día/hora	Lunes 21:35
Macrogénero: Ficción		Género: Sitcom	
Temática: Cómica		Espacio: Barcelona	
		Tiempo: Contemporáneo	
Dirección/Guión: Esteve Durán			
Protagonista: Cassen/ Hombre de 59 años agente inmobiliario			
Sinopsis: Todas las historias giran alrededor a la inmobiliaria heredada por el suegro de Andreu Millén; casado sin hijos y habita en la Bosanova.			

Después de esta serie, “De profesión A.P.I.”, las demás producciones de Durán se dieron en cascada y en menos de tres años produciría cuatro comedias de situación más. Los títulos de las series son: “Tot un senyor” (1989), “Soc com soc” (1990), “Avui per demà” (1991) y “Quart segona” (1991). En todas, Durán es responsable del guión, la dirección y realización. Sus historias relatan la convivencia familiar, vecinal, relaciones de pareja, amorosas, aderezadas con las situaciones de la vida laboral.

El monopolio creativo de Esteve Durán en la comedia de situación, terminaría en 1992 con el estreno de “Teresina, S.A.”, la primera incursión del grupo teatral “La cubana” en este género. Anteriormente, realizaron una mini-serie, con espacios de ficción de 3 a 5 minutos, titulada “Els Grau” (1991 a 1992).

La historia de “Teresina, S.A.” gira alrededor de la vida de tres hermanas, cuya edad sobrepasa de los 50 años, solteras y deciden hacer una empresa en la que contratan a sus vecinos como trabajadores.

Con el fin de descubrir nuevos talentos para la producción de series de ficción en TV3, a principios de los años noventa, la cadena abrió una convocatoria para un concurso de guiones y el premio consistió en la realización del proyecto. Es así, como “L’agència de viatges” se produce en 1993 bajo la dirección de Jordi Roura y guión de Ramón Solsona y Enric Gomá.

Título L´ AGÈNCIA DE VIATGES		Año de producción: 1993	
		13 episodios	30 min.
Fecha de transmisión	17 de abril de 1993	Día/hora Sábado	Sábados 22.00 horas
Macrogénero: Ficción		Género: <i>Sitcom</i>	
Temática: Comedia		Espacio: Barcelona	
		Tiempo: Contemporáneo	
Dirección/Guión: Jordi Roura/ Ramon Solsona y Enric Goma			
Protagonistas: Pep Antón y Jordi Bosch			
Sinopsis: basada en las relaciones personales de los empleados de una agencia de viajes: problemas con los clientes y la lucha interna entre dos hermanos por la empresa.			

La *sitcom* “Quico”, dirigida por Ricard Reguant fue realizada en 1992 y su producción se prolongaría tres temporadas más, hasta 1995, con un total de 52 episodios emitidos de 30 minutos de duración cada uno de ellos. Esta es la primera serie, al menos de la década de los 90, de la cuál se producen más episodios, manteniéndose en pantalla casi 4 años. “I ara què Xenia” (1993) es la segunda comedia de situación dirigida por Reguant pero no logra los resultados obtenidos por “Quico”.

La producción de comedias de situación sufre una leve crisis a partir del año 1993 a 1996, sin embargo, éstas no dejan de realizarse. En concreto, las dos series que se producen en el periodo señalado son “Oh! Europa” y “Oh! Espanya” ambas protagonizadas y realizadas por el grupo teatral “Dagoll

Dagom”. En ellas se relata la historia de un grupo de catalanes que inician un viaje, en la primera serie, por Europa y en la segunda, por España.

La levedad de la crisis de la comedia de situación a la que nos referimos en el párrafo anterior se agudizó en los años 1997 a 1999, periodo en los que no se realizó ninguna serie de este género. En este contexto, surge la comedia de situación que cumple con todos los requisitos de los cánones prescritos por la tradicional comedia de situación norteamericana, nos referimos a “Plats bruts”. Serie que es otro de nuestros focos de interés en la investigación. La idea original es de la productora “El Terrat” y “Kràmpac”, ambas realizan co-producción con TV3. Fue tal el éxito de la serie que se programó en varias plataformas digitales doblada al castellano y la titularon “Platos sucios”. La serie se mantuvo tres temporadas en pantalla, con 73 episodios de 25 a 30 minutos cada uno de ellos.

Título PLATS BRUTS		Año de producción: 1999-2000-2001	
		73 episodios	25 min.
Fecha de transmisión en TV3	19 de abril 1999	Día/hora	Lunes 21:30
Macrogénero: Ficción		Género: <i>Sitcom</i>	
Temática: Comedia		Espacio: Barcelona, la Eixample	
		Tiempo: Contemporáneo	
Dirección/Guión: Oriol Grau, Lluís Manyoses/Jordi Sánchez, Joel Joan, Xesc Barceló, Nuria Furio, Albert Plans, Mercè Sàrrias			
Protagonistas: Joel Joan, Jordi Sánchez, Mónica Graenzel, Anna Maria Barbany, Pau Durà.			
Sinopsis: Es una serie que narra la vida cotidiana de dos chicos, con carácter complementes dispares, que comparten piso.			

Los detalles de esta *sitcom* los hemos dejado para otro capítulo. Esta serie hizo recuperar la fe en este género en TV3 y al menos, éste aún se mantiene en su programación hasta el verano de 2007.

El grupo teatral “Dagoll Dagom” hace una segunda incursión en la comedia de situación y produce para TV3 la serie “Psico Express” estrenada el 7 de enero de 2001. En ella relata la historia de un consultorio de psicólogos que utilizan las nuevas tecnologías para realizar sus consultas.

En el mismo año, 2001, se emite la serie “Jet lag”, cuya idea original es de Cesc Gay y la compañía teatral “T de Teatre”. Esta *sitcom* es, hasta el verano de 2007, la producción, de este género, con más episodios realizados, y, obviamente, con más temporadas en pantalla, desde su estreno hasta el año 2007. La serie esta protagonizada por 3 azafatas que comparten piso.

Las siguientes producciones de *sitcoms* en TV3 (2003 a 2007) son fruto de lo que denominaremos la “Escuela Plats bruts”. Es decir, las series “L’un per l’altre” (2003-2004) y “Lo Cartanyà” están ideadas, dirigidas, realizadas, guionadas y/o protagonizadas por personas que participaron en la serie “Plats bruts”.

En “L’un per l’altre” (2003-2004), los guionistas son Sergi Pompermayer y Jordi Sánchez, este último es, además, uno de los protagonistas de la serie, ambos fueron también guionistas de la serie “Plats bruts” y Jordi Sánchez fue protagonista de la serie.

Por último, “Lo cartanyà”, co-producida con “El Terrat”, se estrenó el 19 de septiembre de 2005, y en su equipo de guionistas figura Sergi Pompermayer. De la serie, se han realizado 30 episodios de una duración de 30 minutos cada uno, y el último episodio se emitió el 8 de febrero de 2007.

Del total de las comedias de situación de producción propia, que conforman nuestra base de datos, la mayoría narra temáticas que se relacionan con el ámbito profesional y familiar de los personajes. En este sentido, los espacios a los que hacen referencia son, el hogar, el lugar de trabajo, y en algunas comparten un espacio común que puede ser un bar, o la casa de alguno de los personajes. Todas las historias se desarrollan en un tiempo contemporáneo y

en un contexto barcelonés: la *eixample*, el barrio de Gracia, la Bonanova o la Rambla de Catalunya.

Podemos concluir, que con la comedia de situación TV3 consigue realizar productos de ficción cercanos al mercado catalán, principalmente al barcelonés, no sólo por la lengua en la que se emiten las series, sino por los contextos representados y las situaciones cotidianas relatadas en sus historias.

3.4.2 SERIES DE HUMOR

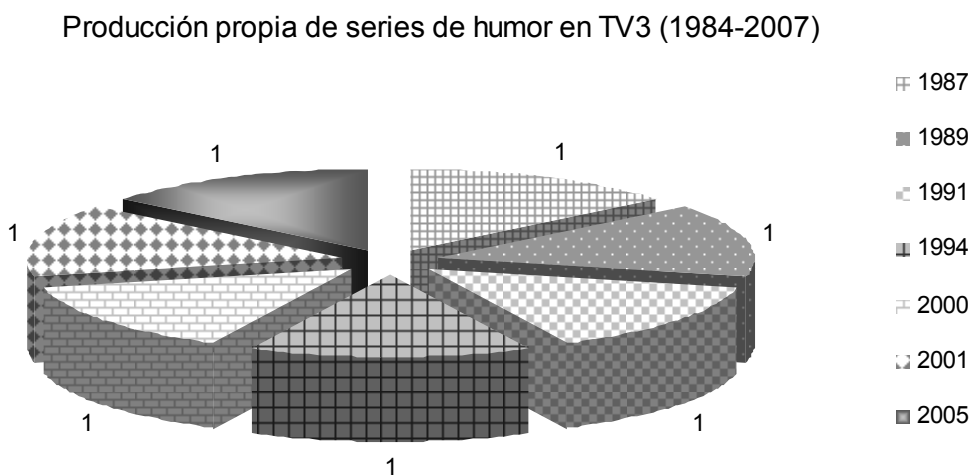
El humor es uno de los ingredientes fundamentales en la programación de Televisió de Catalunya y no sólo está presente en las comedias de situación.

La primera serie de humor en TV3 es “Tres estrelles” y se emitió en el año 1987, con este programa el grupo teatral “Tricicle” inaugura su paso por las series de ficción de la cadena catalana.

Título Tres estrelles		Año de producción: 1987	
		Primera entrega: 6 episodios	25 min.
		Segunda entrega: 6 episodios	
Fecha de transmisión	9/octubre/87	Día/hora	Viernes 21:05
Macrogénero: Ficción		Género: Comedia	
Temática: Cómica		Espacio: Agarò	
		Tiempo: Contemporáneo	
Dirección/Guión: Antoni Janés/ Triciclo			
Protagonistas: Triciclo			
Sinopsis: Situaciones de comedia vividas en hotel de lujo protagonizadas por Tricicle: Carles Sans, Joan Gràcia y Paco Mir. Cada capítulo se presentan dos o tres situaciones dentro del hotel.			

“Tres estrellas” es el primer producto que TVC vende a la cadena pública de ámbito estatal, Televisión Española y como dato adicional, no hubo gastos de doblaje porque “Tricycle” relata sus historias con mímica.

El siguiente gráfico, nos muestra que son siete las producciones de humor realizadas en TV3, desde 1987 hasta el 2005.



Elaboración propia a partir de datos obtenidos en Baget (1999, 2002), Informes de la CCRTV (1997-2005), Anuario Geca (1998 al 2006), Vilches et al. (1999, 2002).

Una de las claves del humor en TV3 son las parodias, y éstas son las protagonistas en la serie “Vindrem a sopar” producida en el año 1990 y de la cual se emitieron 13 capítulos.

El grupo de teatro “La cubana”, después de protagonizar y ser responsables del espectáculo de fin de año en TV3, en 1990, se arriesga a la producción televisiva con la realización de una miniserie, “Els Grau”, cuyos capítulos duran de 3 a 5 minutos. El programa, lo protagonizan una familia que está sentada en un sofá delante de una televisión y se dedican a criticar los programas televisivos, la serie se mantuvo dos temporadas en pantalla.

El director Xavier Borrell dirige la serie “Ell i ella” en julio de 2001, es una miniserie de 6 minutos de duración cada capítulo, protagonizada por una pareja que discuten cuestiones sentimentales.

Sin lugar a dudas, los “reyes” de este género en TV3 son “Tricycle”, quienes después de “Tres estrellas”, han dirigido “Xoof!” (1994), “Dinamita” (2000) y “Trilita” en el 2005.

La serie “Dinamita” se mantiene 4 temporadas en pantalla y estas fueron emitidas en dos bloques, el primero del 2000 al 2001, y el segundo de 2003 al 2004. En ellas obtuvieron importantes porcentajes de cuota de pantalla, una media de 28.15 % del total de sus temporadas según datos del Informe del Audiovisual en Catalunya 2004.

La serie “Dinamita” sorprende con los resultados obtenidos en la audiencia, hecho que no tiene precedente, tratándose de este formato, en la televisión española. Esta tendencia, continúa con “Trilita” que obtiene un 22,4% de cuota de pantalla.

El grupo teatral “Tricycle” ha dirigido y protagonizado el 57,14% de las series de humor de TV3. “Festes populars” es una miniserie que el grupo produjo para TV3, pero ésta no ha quedado reflejada en nuestra base de datos porque su formato no correspondían con los cánones de las series que guiaron la clasificación de nuestra base de datos.

3.4.3 LAS TELENOVELAS

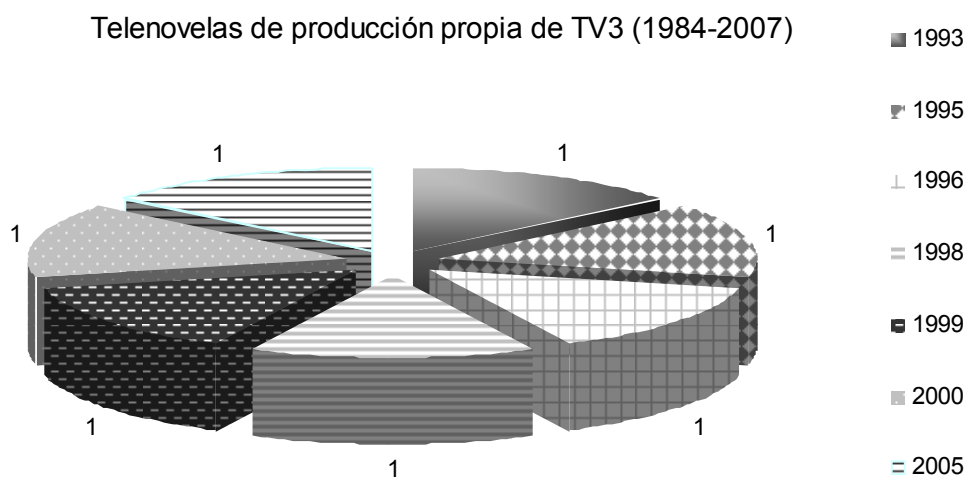
Los productos de ficción de Televisió de Catalunya han destacado entre otras cosas por los índices de audiencia logrados, la originalidad de sus formatos e incluso por ser precursores de algunos de ellos en España. Todo lo explicado cobra mayor sentido, o valor, si se toma en cuenta que estamos hablando de una cadena autonómica.

El desarrollo de la telenovela, como formato, en el estado español inicia con la emisión en TV3 de “Poble Nou” en el año 1993. En TVE se habían adaptado obras de teatro para la televisión, sin embargo, el antecedente de la telenovela que cumple con las condiciones del género es “Poble Nou”. En ella, se relata la vida de una familia de clase media que vive en un barrio barcelonés. La serie está dirigida por Jaume Bonacolocha, Eugeni Margallo y Joan Bas, con guiones de Josep M. Benet i Jornet.

Título Poble Nou		Año de producción: 1994	
		197 capítulos	30 min.
Fecha de transmisión	10 de enero de 1994 Finaliza: 26 de diciembre de 1994	Día/hora: Lunes a viernes 15:35 horas	
Macrogénero: Ficción		Género: Telenovela	
Temática: Melodrama		Espacio: Barrio Poble nou	
		Tiempo: Contemporáneo	
Dirección/Guión: Jaume Banacolocha, Eugeni Margallo y Joan Bas/ Joseph Maria Benet i Jornet			
Protagonistas: Joel Joan, Miquel Cors, Margarida Minguillón y Lola Lizarán			
Sinopsis: Historia de una familia de clase trabajadora y sus tres hijos que se trasladan a vivir al barrio barcelonés Poble Nou.			

Son muchos los motivos por los que “Poble nou” se considera una pieza clave en la producción de la ficción en TVC, entre ellos está el haber conseguido una cifra histórica en los índices de audiencia. Durante su emisión logró una media de 1.500.000 espectadores. Sin embargo, el día de su desenlace, el 26 de diciembre de 1994, captó un 46,7% de cuota de pantalla, 1.846.000 espectadores. En 1995, la serie fue comprada por Antena 3 y fue titulada “Los mejores años”, ésta se emitió, doblada al castellano, en enero de 1995, en horario de *primetime*, a las 20:30 horas, pero los resultados no fueron satisfactorios por lo que se cambió al horario matutino.

En TV3 se han producido un total de siete telenovelas desde 1993 hasta 2005, lo que equivale al 3.92% del total de la producción de ficción propia producida de 1984 al verano de 2007. El gráfico describe la evolución de las telenovelas en TV3, desde 1993 año en el que se estrenó “Poble Nou” primera incursión de dicha cadena en este género.



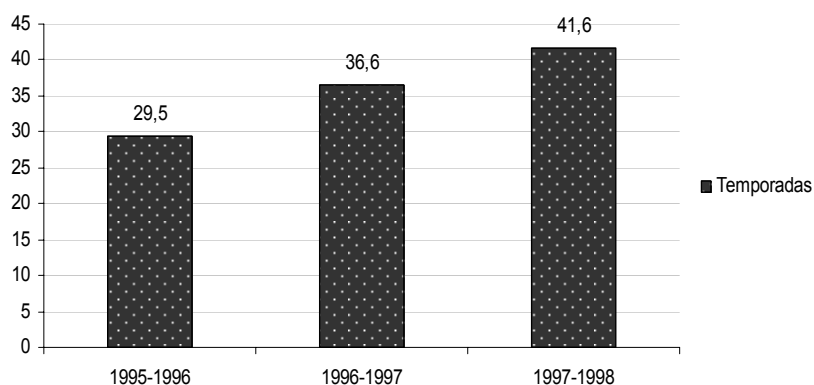
Elaboración propia a partir de datos obtenidos en Baget (1999, 2002), Informes de la CCRTV (1997-2005), Anuario Geca (1998 al 2006), Vilches et al. (1999, 2002).

El relevo de “Poble nou” es la telenovela “Secrets de familia” y nuevamente la temática familiar es la protagonista, ésta se estrenó el 16 de enero de 1995 y finalizó el 23 de diciembre del mismo año. La historia desarrolla la rivalidad entre los Riera y los Alsina y sobre ambas familias se tejen las tramas de este melodrama.

Título SECRETS DE FAMÍLIA		Año de producción: 1995
		187 capítulos
Fecha de transmisión:	16 de enero / Finaliza: 23 de diciembre 1995	Día/hora Lunes a viernes
Macrogénero: Ficción		Género: Telenovela
Temática: Melodrama	Espacio: Girona	
	Tiempo: Contemporáneo	
Dirección/Guión: Maria Mercé Roca, Sergi Belbel		
Protagonistas: Montse Guayar, Montserrat Carulla, Josep Castillo Escalona, Sergi Mateu, Emma Vilarasau entre otros.		
Sinopsis: La trama central de la historia se desenvuelve en las desavenencias de dos familias. Una de ellas recibe a su hijo después de 25 años de ausencia.		

De las historias contadas en un contexto Gironés TV3 ofrece a los telespectadores un cambio de escenario con el melodrama “Nissaga de Poder”, ésta se desarrollaría en las comarcas catalanas del Alt Penedès y la Anoia. La serie logra mantenerse dos temporadas en pantalla con buenos índices de audiencia y una media de *share* del 36%.

Share de las tres temporadas de "Nissaga de Poder" (%)



Elaboración propia a partir de Pérez, J. (Dir.) et. al. (1999): “El serial una apuesta rentable” (220-221).Edit. Geca Consultores, S.A.

El anuario Geca de 1999 destaca que el cierre de la telenovela fue seguido por el 25% de la población catalana. *La característica más acusada de Nissaga de poder es su voluntad transgresora. Su personaje central Eulalia Montsolís, tiene relaciones con su hermano, da luz a un hijo de ambos que no es fruto del azar o de una falsa identidad, sino que es asumido por los dos; asesina a su sobrino (y también amante); contrata los servicios de un gigoló, a quien utilizará como arma personal contra su mortal enemiga Montserrat Capdevilla* (Pérez, J. (Dir.) 1999: 221).

Título NISSAGA DE PODER		Año de producción: 1996-1998
		476 capítulos
Fecha de transmisión	28 de enero de 1996 Finaliza: 3 mayo de 1998	Día/hora: Lunes a viernes
Macrogénero: Ficción		Género: Telenovela
Temática: Melodrama		Espacio: Alt Penedès, la Anoia.
		Tiempo: Contemporáneo
Dirección/Guión: Esteve Rovira/ Josep M. Benet i Jornet		
Protagonistas: Emma Vilarsau, Jordi Bosch y Mercè Comas.		
Sinopsis: Una familia apoderada, productora de cava, padece problemáticas relaciones con la pasión y el dinero.		

Fue tal el éxito de “Nissaga de poder” que en 1999 se estrenó la segunda parte de la historia con “Nissaga: l’herencia”. De esta edición se grabaron sólo 26 capítulos.

La siguiente apuesta de TVC en la producción propia de telenovelas es “Laberint d’ombres” que según las declaraciones de su guionista Josep M. Benet i Jornet al diario “El País” (25/04/1998) es una serie en la que dieron...*más fuerza a la intriga...Laberint está entre Poble Nou y Nissaga.*”

La producción de TV3 pasa de la comarca del Vallés, concretamente de Sabadell, ciudad en la que se grabó “Laberint d’ ombres”, a la ciudad de Barcelona y la elige como escenario para desarrollar la telenovela “El cor de la ciutat”, concretamente el barrio de Sant Andreu.

Para el 21 de enero de 2008 se contaban 1507 capítulos de la telenovela “El cor de la ciutat”, siendo esta la serie de ficción más larga de la historia de Televisió de Catalunya, al menos hasta finales de enero de 2008.

Título EL COR DE LA CIUTAT		Año de producción: 2000 a 2008 (en emisión al menos hasta febrero de 2008)	
		1423 capítulos	60 min.
Fecha de transmisión en TV3	11 de septiembre de 2000	Día/hora: Lunes 16:00	
Macrogénero: Ficción		Género: Telenovela	
Temática: Melodrama		Espacio: Sant Andreu	
		Tiempo: Contemporáneo	
Dirección/Guión: Esteve Rovira/Lluís Arcarazo y Jordi Galceran			
Protagonistas: Silvia Sabaté, Pep Munné, Ester Barto-meu, Pep Torrents, Pep Antón, Margarida Minguillón.			
Sinopsis: Relata las relaciones cotidianas establecidas entre vecinos de un barrio barcelonés.			

En la programación de TV3 coinciden durante el año 2004 dos telenovelas, “El cor de la ciutat” y “Vent del plà”, esta última se emite los lunes y los martes en horario *primetime*. En la búsqueda de nuevas ofertas atractivas para la audiencia TV3 arriesga su horario de mayor audiencia y programa una telenovela en el espacio en el que tradicionalmente emite series de humor o comedias de situación. Esta estrategia, el programar telenovelas en *primetime*, es una tradición en otros países, como México, Venezuela, Colombia o Brasil.

En “Vent del Plà” participan dos figuras importantes en el desarrollo de la telenovela en TV3, Josep M. Benet como guionista y director y la actriz Emma Vilarasau. El primero de ellos había sido guionista del celebrado melodrama “Poble Nou”, y director de “Nissaga de Poder” y “Nissaga l’herencia”. Mientras que la actriz Vilarasau ha sido protagonista de 4 de las 7 telenovelas que se han producido en TVC.

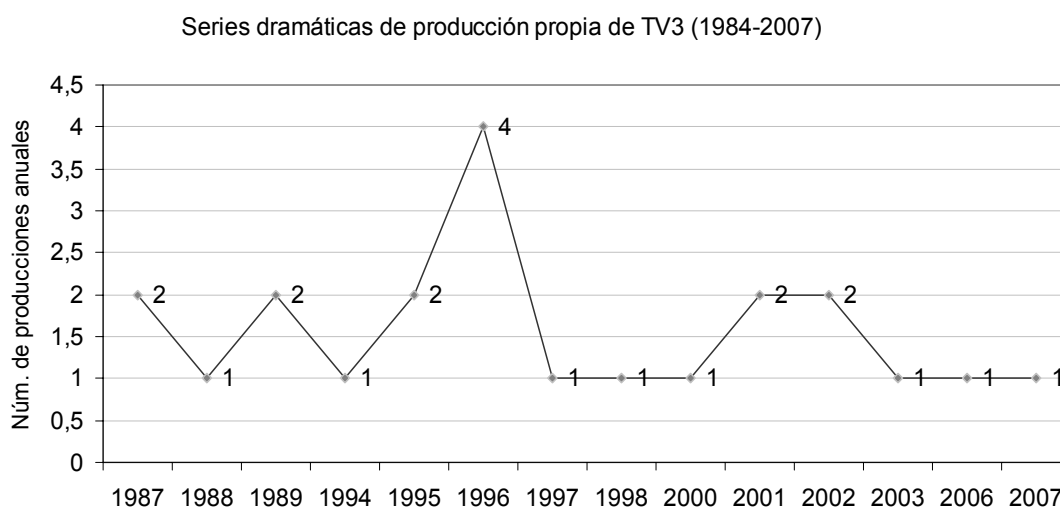
Título VENT DEL PLÀ		Año de producción: 2004-2008 (en emisión al menos hasta febrero de 2008)	
		180 capítulos	60 min.
Fecha de transmisión:	Febrero de 2004	Día/hora: Lunes y martes: prime time	
Macrogénero: Ficción		Género: Serie	
Temática: Melodrama		Espacio: Vent del Plà	
		Tiempo: Contemporáneo	
Dirección/Guión: Josep Ma. Benet i Jornet			
Protagonistas: Emma Vilarasau, Jordi Boixaderas, Ramon Madaula i Joan Crosas			
Sinopsis: La serie narra la vida de una mujer de 40 años casada y con dos hijos que decide mudarse al Vent del Plà, lugar donde establece nuevas relaciones.			

En una entrevista realizada a Albert Rubio (en ese entonces jefe de programas de TV3), publicada en el diario “El País” (25/04/1988) afirma que *desde 1992 - cuando todavía no se había emitido Poble Nou- hasta 1997, la audiencia en ese horario –sobremesa- ha pasado de 272.000 telespectadores de media a 588.000*. Es decir, la telenovela ha funcionado en Televisió de Catalunya para crear y consolidar el horario de sobremesa. Pero además, todo el contexto representado en las telenovelas es completamente cercano a su audiencia, no sólo al de Barcelona, que es el caso de la comedia de situación, sino que se extiende casi al total de la geografía catalana. En la misma entrevista referida interviene Jordi Benet quien expone que el éxito de estas series es porque... *no conectamos con la sociedad por los temas que tratamos, sino que lo que influye al público es lo que subyace tras la trama. Y debajo de las historias hay*

información: sobre un modelo de vida de tolerancia, de respeto y de entendimiento del mundo que nos rodea. Eso es lo que llega (Diario El País 25/04/1988).

3.4.4 LAS SERIES DRAMÁTICAS

Las series dramáticas son otro bastión de la ficción de TV3. A lo largo de la historia de esta cadena se han realizado 23 series dramáticas, de distinta duración, temáticas, espacios y tiempos y éstas representan un 41% del total de la producción de ficción registrada en nuestra base de datos.



Elaboración propia a partir de datos obtenidos en Baget (1999, 2002), Informes de la CCRTV (1997-2005), Anuario Geca (1998 al 2006), Vilches et al. (1999, 2002).

Se produce una media de una a dos series dramáticas por año desde 1987 al año 2007. La serie pionera de este género es “13x13” dirigida por Ricard Reguant quien también sería el responsable de “Crónica negra” estrenada el 28 de octubre de 1988.

Trece cuentos populares son la base de la serie “13x13” escritos por firmas catalanas como: Josep M. Benet i Jornet, Jaume Cabré, Jaume Fuster, Montserrat Roig, Maria Antonia Oliver, Jordi Teixidor, Pere Calders, Rodolf Sirera, Manuel De Pedrolo, Joan Oliver y Carme Riera.

Título 13 x 13		Año de producción: 1987	
		13 episodios	50min.
Fecha de transmisión	2/octubre/87- 8/febrero/88	Día/hora	Viernes 22:00
Macrogénero: Ficción		Género: Drama	
Temática: Diversa		Espacio: Varios	
		Tiempo: Pasado, contemporáneo	
Dirección/Guión: Ricard Reguan			
Protagonistas: diversos			
Sinopsis: Un total de 13 cuentos escritos por escritores catalanes contemporáneos procedentes de Catalunya, Baleares y el País Valenciano. Josep Maria Benet i Jornet, Jaume Cabré, Jaume Fuster, Montserrat Roig, Maria Antonia Oliver, Jordi Teixidor, Pere Calders, Rodolf Sirera, Manuel De Pedrolo, Joan Oliver y Carme Riera.			

El director Gustavo del Real estrenó el 5 de julio de 1987 la serie “Candel”, en la que se desarrolla el tema de la inmigración afincada en Catalunya después de la Segunda Guerra Mundial.

La producción de series dramáticas cierra en la década de los ochenta con dos títulos la programación de TV3: “L’avi Bernat” estrenada en 1991 y dirigida por Esteve Durán y “La granja” en 1989. Esta última, forma parte de un programa de debate llamado “La vida en un xip” y se trata de espacios de ficción de 15 minutos en los que se escenificaba diversos puntos de vista sobre el tema que se iba a tratar en la discusión.

En la década de los noventa se realizaron 9 series dramáticas: “Estació d’enllaç” (1994 a 1999), “Pedralbes center” (1995), “Rosa” (1995), “Rosa, punt i a part” (1996), “Rosa, la lluita” (1996), “Dones d’aigua” (1997), “El joc de viure” (1996-1997), “Sitges” (1996) y “Laura” (1998 a 1999).

“Estació d’enllaç” se mantuvo cinco temporadas en pantalla, con un total de 140 episodios de 45 minutos de duración, por lo que se considera la serie dramática más larga de TV3. En la serie, se relatan distintas historias que se desarrollan en la estación de un tren.

Un fenómeno que no se ha vuelto a repetir en los seriales dramáticos de esta cadena es la realización de una saga de la serie, no en otra serie más, sino en dos más, este es el caso de “Rosa” dirigida por Eduard Cortés. Terminada la serie en abril de 1996 se emitió “Rosa, punt i a part” y finalizada ésta en mayo de 1996 se programó para el 20 de mayo del mismo año “Rosa, la lluita”.

En lo que va de la primera década del año 2000 se han producido 8 series dramáticas como: “Crimis” (2000), “Des del balcó” (2001), “Temps de silenci” (2001), “Mirall trencat” (2002), “Majoria absoluta” (2002 a 2004), “Setze dobles” (2003), “Mar de fons” (2006) y “La Vía Augusta” (2007).

Tres de las ocho series, “Temps de silenci”, “Mirall trencat” y “Setze dobles” son dirigidas por Xavier Borrell.

La variedad de la ficción en las series de TV3 está en el género dramático, donde hay una mayor flexibilidad para recurrir a nuevas temáticas y mayor libertad para jugar con los espacios y los tiempos en la narración. En las series dramáticas, al igual que las telenovelas, está presente la cercanía con la audiencia.

3.5 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA PRODUCCIÓN DE FICCIÓN PROPIA EN TV3

Antes de establecer algunos matices generales sobre la producción propia de las series de ficción que hemos descrito haremos un breve repaso por las series históricas y producciones de ficción infantiles que no fueron sumados en nuestra base de observación.

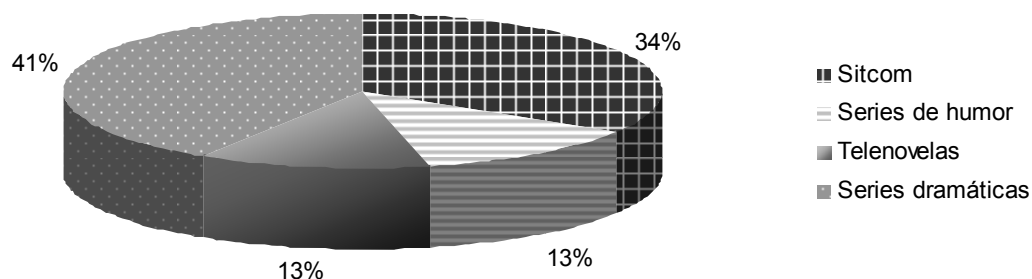
Sobre las series históricas tenemos que mencionar tres de ellas “Arnau” (1984), la “Memoria dels cargols” (1999) e “Histories de Catalunya” (2003 a 2005), ésta última es un híbrido entre ficción y documental. “Arnau” es una serie que narra la vida del Conde Arnau, y es dirigida por Lluís M. Güell.

El grupo teatral “Dagoll Dagom” además de realizar comedias de situación para TV3 realizó la serie histórica, “La memoria dels cargols”, en la que se representa la historia de Catalunya desde el siglo XIII hasta finales del XX.

Algunos títulos de la programación de ficción infantil son: “Mecanoscrit del segon origen” (1985), “A la recerca de l’astàleg de bronze” (1985), “Kiu i els seus amics” (1986), “Oliana Molls” (1986), “El viatge” (1987), “Judes Xanguet i les maniquins” (1988). Además dentro del programa infantil “Fes Flash”, estrenado en diciembre de 1984 y del que se realizaron tres temporadas se incluyeron algunos dibujos animados como “El bosc de Gari-Gori” (títeres), “L’oficina dels temps”, “Poltrona Express”, serie protagonizada por el payaso Tortell Poltrona y “Polifàntic” (serie de dibujos animados).

Las series que conforman nuestra base de datos de observación sobre las series de ficción propia de TV3 han sido organizadas en cuatro géneros: en *sitcom*, telenovela, series de humor y dramáticas. Cabe recordar que en nuestro registro hemos dejado fuera los dibujos animados y las series históricas y por último, la ficción que no cumpliera con una cualidad de serialidad. En el gráfico hemos expresado los porcentajes que cada uno de los géneros referidos representan respecto al total de la producción propia de ficción de TV3 que conforma nuestra base de datos.

Representación porcentual de los géneros que conforman las producciones de ficción propia de TV3 observadas en nuestra base de datos (1984-2007)



Elaboración propia a partir de datos obtenidos en Baget (1999, 2002), Informes de la CCRTV (1997-2005), Anuario Geca (1998 al 2006), Vilches et al. (1999, 2002).

La serie dramática, es el género que más ha producido títulos en TV3, un 41.07%, seguido de las comedias de situación con una representación del 33.92 %, y en igualdad de porcentajes, 12.5%, las telenovelas y las series de humor. Estos datos hay que matizarlos si consideramos que se producen más capítulos de una telenovela que de una serie dramática o de una comedia de situación. En este sentido, está clara la supremacía del melodrama sobre la serie dramática, de esta última se producen, en principio, 13 episodios en una temporada mientras que de un melodrama se realizan 187 capítulos. La realización de los demás géneros, en comparación con la telenovela, es intermitente.

En cualquier caso, la ficción en TV3, cualquiera de sus géneros, representa un contexto y un tiempo que está ligado a una realidad catalana. En ella, expresa una determinada vida cotidiana, una forma de visualizar el mundo y temáticas que son más cercanas a un contexto catalán. Lo dicho, también se justifica en el hecho evidente que Televisió de Catalunya es la única cadena autonómica que controla su propio mercado.

Esta idea que investigamos sobre “lo catalán”, sobre la identidad cultural catalana, se expresa más en los melodramas, en las series dramáticas y en las comedias de situación. En todas ellas podemos observar un abanico diverso sobre la identidad cultural catalana. En las telenovelas y en las series dramáticas las representaciones contextuales están presentes, principalmente, en los espacios en los que se desarrolla la narración, los presupuestos asignados a estos proyectos les permiten cambiar constantemente de escenario, grabar en exteriores y en diferentes comarcas de la geografía catalana. En las comedias de situación, el imaginario o los referentes que hacen alusión a esta idea de “lo catalán” están presentes en los diálogos, en algunas imágenes que utilizan como cortinillas, en la música utilizada y hacen referencia, principalmente, a un contexto barcelonés.

4. LA SITCOM: PLATS BRUTS

Nuestro estudio de caso es la ficción en TV3, sin embargo, por la diversidad de géneros que esta cadena ha producido y por las especificidades de cada uno de ellos, hemos decidido centrarnos en la observación detallada de uno solo, en la comedia de situación.

Del total de las *sitcoms* de TV3, elegimos “Plats bruts” por las características de su formato y los elevados índices de audiencia que mantuvo durante todas sus temporadas, por los que se le considera como una de las series más exitosas de la cadena autonómica¹⁵. Otra particularidad, que observamos en la serie, son las temáticas desarrolladas en sus episodios y algunas de ellas provocaron polémicas en diversos sectores de la sociedad.

La Comedia de Situación (*Sitcom*, contracción de las palabras del inglés (*Situation Comedy*) es un género que nació en Estados Unidos y se define por *una duración de media hora y se basan en personajes fijos y sus situaciones, que producen humor y aligeran el argumento. La mayoría de estos programas están grabados “en directo” delante de un público. Por esta razón el cast (reparto) y platós se reducen al mínimo* (Di Maggio, M., 1992:85).

La descripción sobre las series de producción propia de TV3 nos desvela más semejanzas que diferencias entre éstas y las producidas en Estados Unidos. A las características citadas de la comedia de situación, tendríamos que añadir otros aspectos como, un modelo narrativo que ubica las acciones en torno a cuatro o cinco espacios estables, y que las tramas de sus historias son concluidas en cada entrega. En este sentido, hay una condición de frescura interpretativa e inmediatez que realza el trabajo de los actores y la capacidad de los guionistas para mantener situaciones y diálogos divertidos.

¹⁵ La serie se ha repuesto cada verano en TV3 y actualmente en TVCi.

La estructura narrativa de cada episodio de la *sitcom* es autónoma, es decir, en cada uno de ellos se inicia, desarrolla y finaliza una problemática. La estructura dramática de la comedia de situación es similar a la de cualquier otro género, en ella se contempla un inicio, desarrollo y un desenlace, y ésta se realiza en dos actos. En el inicio, se presenta el *setup* (planteamiento del problema), en el desarrollo, *el centro de la historia contiene las complicaciones, las frustraciones temporales de tu personaje central* (Wolf, J., Ferrante, L., 1996: 17), y en el final se resuelven las problemáticas planteadas.

Las peculiaridades técnicas de la comedia de situación, de 24 minutos, se organizan de la siguiente manera, según Wolf y Ferrante (1996: 21): en los primeros seis minutos se lleva a cabo el *setup*, en los siguientes doce minutos se desarrolla la problemática planteada y por último, en los seis minutos restantes, todo se resuelve. Si bien, esta estructura pareciera convertir un acto creativo en una fórmula matemática, sólo nos sirve para establecer las pautas del género.

La *sitcom* “Plats bruts” se emite en TV3 desde el 19 de abril de 1999 hasta diciembre de 2002, en este periodo se realizaron 73 episodios que se exhibieron durante las tres temporadas que se mantuvo la serie en pantalla. TV3 anunciaba el día del estreno de la serie en el diario La Vanguardia como *una telecomedia de la compañía Krámpack y El Terrat*. Mientras que el diario Avui, de la misma fecha, destacaba que la serie había sido grabada a semejanza de las comedias de situación norteamericanas.

TV3 decidió programar “Plats Bruts” en el horario *prime time* mientras en otras cadenas, en el mismo horario, se emitían series de ficción y películas: “A las once en casa” (TVE1), cine (TVE2), “Periodistas” (Tele 5) y una sesión de cine en Antena 3.

Los episodios de “Plats bruts” narran la vida cotidiana de dos chicos que comparten piso, uno de ellos es estudiante de teatro, David Güell (Joel Joan), y el otro es locutor de una radio local, Josep Lopes (Jordi Sánchez).

Las historias de la serie fueron coordinadas por Joel Joan y Jordi Sánchez y elaboradas por un grupo de guionistas compuesto por Sergi Pompermayer, Albert Plans, Mercè Sàrrias y Núria Furió.

Los protagonistas de la serie son Joel Joan y Jordi Sánchez, los actores de soporte son Mónica Glaenzel (Emma), y Anna Barbany (Carbonell), Lluís X. Villanueva (Ramón), Pau Durá (Pol) y Montse Pérez (Mercedes).

La producción del programa estaba a cargo de “El Terrat” producciones, S.L. y los derechos de la serie están depositados en “El Terrat”, “Krámpac” y TV3.

Los elementos fundamentales de una *sitcom*, además de la historia y de las características propias del formato, son sus personajes y las relaciones que establecen entre ellos, este binomio es sin lugar a dudas la materia prima de la comicidad en este género.

4.1 PERSONAJES Y TEMÁTICAS

El prólogo del libro titulado “Plats Bruts. Els guions”, escrito por Víctor Amela expresa que *una mueca exagerada del David, o una mirada desdeñosa del Lopes son un lenguaje visual que todos entienden, que entra por los ojos de los más simples, sin dejar de admitir lecturas y sentidos por parte de aquellos que lo entiendan más, hasta las interpretaciones más sutiles. Era una serie de televisión que iba más allá del entretenimiento pasajero para pasar a incrustarse en los hábitos de toda una sociedad. Esta serie será bien temprano un clásico. De aquí a unos años, toda una generación de Catalunya evocará al Lopes, el David y a los otros, sus expresiones, sus peripecias. Plats bruts es una de aquellas series que hacen historia, que marcan una época. Es una de aquellas series que acompañan los recuerdos de las vidas de mucha gente. Es, entonces más que una serie (2001).*

La descripción de los personajes de la serie es importante para conocer el objeto de estudio de nuestra investigación.

David Güell: Es estudiante de teatro, goza de estabilidad económica, incluso en muchos episodios menciona “soc ric de cagar”.

Lopes: Locutor de radio de Bofarull, una radio local de Barcelona, al contrario de David, siempre tiene problemas monetarios.

Emma: Vive en una casa de madera que esta en el techo de la casa de David y Lopes. No tiene un empleo u oficio fijo. Generalmente, cuando tiene hambre, baja a la cocina de sus vecinos.

Carbonell: Es la asistente de David, está afiliada al Club del Rifle, pero aún así, es el personaje que aporta el punto de madurez y experiencia a las historias.

Pol: Es el camarero del café Maurici, punto de reunión de todos los personajes, pero, además, es estudiante de teatro. Es homosexual y siempre aporta la visión informada e intelectual al grupo.

Ramón: Es el personaje machista de la serie, es el técnico de radio Bofarrull y está casado.

Mercedes: Es la directora de Radio Bofarrull, está divorciada y tiene una hija adolescente. Es inteligente y es vista con temor en la radio por su carácter.

Oriol: Es el padre de Lopes, es un hombre que se quedó anclado a los años sesenta y a las reivindicaciones propias de esa década.

Lidia: Es la ex novia de Lopes, conocida entre el grupo como “la sapo”.

Marina: Una de las novias de David.

La yaya: Es la abuela de David y se instala en el piso de éste porque argumenta que está a punto de morir, es ciega y sorda, por lo que confunde a Lopes como la pareja de David.

Diana: Es una Química Cubana que se enamora de Lopes y se casa con él.

Starsky: Es camarero del Café Maurici.

Ángel: Guardia Urbana de la playa que se enamora de Emma y le propone matrimonio.

Guillermina: Novia de Lopes en la última temporada de la serie.

La breve descripción de los personajes que hemos elaborado nos da algunas pistas sobre los caracteres tan dispares y hace posible imaginar las relaciones que se entretienen en las historias. Las temáticas de cada episodio van acorde con el carácter de los personajes, es decir, cada temática, aborda fobias, obsesiones, y situaciones difíciles que los protagonistas o personajes de soporte han de afrontar.

El cariz de la serie se ve marcado por las situaciones presentadas durante la primera temporada. Los temas más recurrentes en la serie son: las relaciones sentimentales, la amistad, las responsabilidades que trae consigo la edad adulta y todo lo que comporta cualquier toma de decisiones, sin olvidar la relación con los padres. La descripción de los personajes y las temáticas las hemos realizado a partir del visionado de algunos episodios de la serie.

4.2 PLATS BRUTS EN NÚMEROS

La serie fue elegida como objeto de estudio, entre otras cosas, por sus índices de audiencia, sin embargo, es necesario contextualizar estas cifras con los datos obtenidos sobre el consumo televisivo en Catalunya. Este cruzamiento de datos lo realizamos respecto a los años de emisión de la serie, del año 1999 al 2002. En algunos gráficos hemos sumado cifras del 2003 y éstas corresponden al año en el que se emitió la primera reposición de la serie.

En 1999 la población que consumió televisión en Catalunya, en horario *prime time*, sumó 2.621.000 individuos. Las características de los telespectadores, según datos proporcionados por el Gabinete de Audiencia de TVC son:

- Los telespectadores constituyen un 59.1%, que corresponden a 630.000 mil individuos que tienen entre 65 y + años. En menor medida, con un 28,9%, alrededor de 149 mil individuos con edades de entre 4 y 12 años.
- La mayoría son de clase baja con una representación de un 47%.
- El género que copa el horario *prime time* es el femenino con un 44%.
- Un 42.8% habla catalán.

El panorama del consumo televisivo en Catalunya durante el año 2000 no varía mucho, el total de individuos que ve televisión en horario *prime time* es de 2.556.000. En este año la audiencia baja en las edades comprendidas de entre 4 y 12 años y la mayoría continúa representada por la población de 65 y+ años. En este año baja la población de telespectadores que habla en catalán y la clase social que más ve la televisión sigue siendo la clase baja.

- 583 mil individuos con edad entre 65 y+ años encabezan la lista de los espectadores de televisión. La cantidad de menores, de 4 a 12 años, que consumen televisión son 147 mil.

- Clase baja con un 47% que corresponde a 710 mil sujetos.
- En su mayoría mujeres, 1.216.000 que representa un 44.8% de los telespectadores.
- Un 41.4% (1.874.000) habla catalán.

El dato a destacar en el 2001 es la disminución de telespectadores en Catalunya que hablan Catalán, de un 42.8% registrado en 1999 a un 40.1%. La razón de esta disminución, quizás se deba a que, según lo indican las cifras del Gabinete de audiencia de TVC, la cantidad de individuos que consumen televisión, en horario nocturno, es menor también, de 2.621.000 a 2.463.000.

- Los telespectadores de 65 y +años siguen siendo mayoría con un 53.6 %.
- El 46% son de clase baja.
- El sexo femenino constituye el 43% de los telespectadores en Catalunya en horario nocturno.

En el 2002 aumenta considerablemente el consumo de la televisión en Catalunya. La presencia del rango de edad de 45 a 64 años pasó de un 48% en el año 2001 a un 52%, en el 2002. La clase media crece en consumo televisivo respecto al año anterior, de un 40,7% a un 44% en el 2002.

Durante los cuatro años referidos, de 1999 a 2002 resalta la disminución de consumo televisivo en Catalunya de 2.621.000 a 2.257.000 respectivamente. El rango de edad, que más consume televisión –en horario *primetime*– es el de 65 y +años, de los cuales la mayoría son mujeres.

Los datos estadísticos sobre el consumo de la televisión en Catalunya forman el contexto a partir del cual se analiza la audiencia de la serie “Plats bruts”. En este sentido, ésta serie es la producción de ficción propia de TV3 que más audiencia ha conseguido en Catalunya. Desde su estreno en 1999 hasta su

finalización en el año 2002, la serie se situó entre los programas más vistos, con una cuota media de pantalla del 27,12%.

Lejos de agotarse la fórmula de la serie, la última temporada superó el millón de espectadores, lo que supone una cuota de pantalla del 35.4%, tal como queda reflejado en la tabla.

Cuota de pantalla de la serie “Plats Bruts”

Cuota de pantalla (%)	1999	2000	2001	2002
	34.4%	38.7%	39.2%	35.4%

Elaboración propia realizada con datos proporcionado por el Gabinete de Audiencia de TVC.

El número de telespectadores cautivos que mantuvo la serie durante sus tres temporadas llegaba casi a un millón, lo anterior se observa claramente en el gráfico que anexamos a continuación.

Audiencia de la sitcom “Plats Bruts” (1999-2002)

Nivel de audiencia	1999	2000	2001	2002
Audiencia (%)	15.1%	16.4%	16.0%	15.5%
Audiencia (000)	902	988	966	935
Universo (000)	5982	6018	6043	6043

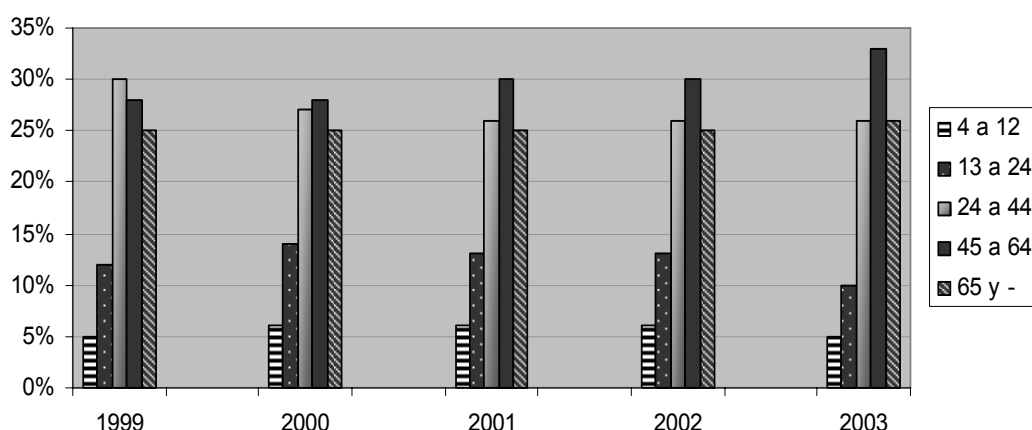
Elaboración propia realizada con datos proporcionado por el Gabinete de Audiencia de TVC

En 1999, la serie registró 902.000 telespectadores, mientras que el siguiente año, casi logra alcanzar el millón, con 988.000. En los años 2001 y 2002, alcanza cifras similares. Esto significa que, remitiéndonos a las cifras del total de individuos que ven televisión en Catalunya, uno de cada seis catalanes vió “Plas bruts”.

A finales de 2002 y principios de 2003 -año de primera reposición- la serie copaba un importante porcentaje de audiencia y llegó a opacar el estreno del *reality-game* “Operación Triunfo 2” el 9 de octubre de 2002. El episodio que logró esta hazaña fue “Tinc ràbia”, que a pesar de haber sido una reposición, fue visto por 932.000 telespectadores, que representa una cuota de pantalla del 33,4%, según datos de audiencia publicados en el Diario Avui, el día 9 de octubre de 2002.

La edad de los telespectadores de la serie “Plats bruts” es variada, de 4 hasta los 65 y+ años. Sin embargo, los telespectadores asiduos de la *sitcom*, durante la primera temporada –1999- tenían de 24 a 44 años. Al año siguiente, en el 2000, la mayoría estaba conformada por el *target* de 45 a 64 años, y éste se mantiene en la misma posición, hasta la última temporada de la serie. En segundo lugar, está el la población de 24 a 44 años y con una presencia significativa, está el *target* infantil, de 4 a 12 años. En la tabla siguiente, representamos lo expresado y sumamos, al análisis, el año 2003 (año de la primera reposición de la serie).

Porcentaje de la audiencia de Plats Bruts por rango de edad



Elaboración propia con datos proporcionados por el Gabinete de Audiencia de TVC

La serie se mantuvo como preferencia de los tres rangos más altos de edad (24 a 44, 45 a 64 y 65 y+), en el año 2002, descendió el *target* de 13 a los 24 años. Sobre la categoría de género, es donde los resultados, del total de telespectadores en Catalunya y la audiencia de la *sitcom*, convergen: en ambos, el sexo femenino es el que más consume la televisión y también el que más ve la serie.

Las mujeres mantienen una representatividad de un 54% al inicio de la serie y hasta el año de la primera reposición. En este sentido, la serie “Plas bruts” es preferida por el género femenino, de más de 16 años, que ve televisión en Catalunya.

Los datos que hemos analizado demuestran que la serie ha sido avalada por la audiencia en Catalunya. Pero no es el único reconocimiento que la serie recibió. En el año 2000 la serie fue premiada por el Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA) por ser líderes de Audiencia. En el mismo año, le fue otorgado el premio Òmnium Cultural, que es un reconocimiento que otorga una entidad que trabaja por la promoción y la normalización de la lengua, la cultura y la identidad nacional de Catalunya. En el año 2002, recibe el Premio Ondas por la mejor serie del año.

El impacto de la serie fue tal que Televisió de Catalunya vendió el formato a la Televisión Vasca (ETB) y más tarde vendió la serie a Paramount Comedy, que la emitió en sistema dual, en castellano y catalán.

Todo lo que hemos descrito constituye, de manera general, la justificación por la que en este estudio nos hemos decantado por el análisis de este género, y por esta serie en particular.

Con este capítulo, sobre el marco contextual, cerramos una de las primeras fases de la descripción del entorno de nuestro análisis. Con él situamos el desarrollo histórico de Catalunya como nación, la creación de sus instituciones oficiales así como algunas estrategias para velar por la dinamización de la lengua y cultura catalana. También, describimos la evolución de la industria

televisiva en España y pusimos especial interés en su desarrollo en Catalunya. Posteriormente, detallamos el papel de la ficción televisiva en el mercado español, europeo y catalán. Sobre la ficción en el ámbito catalán construimos una base de datos fidedigna sobre la producción propia de éste género. Finalmente, nos enfocamos en la descripción de la serie que forma parte de nuestro estudio de caso.

El siguiente marco a desarrollar, el conceptual, versa sobre los tres elementos presentes en nuestra temática de estudio: la identidad, la cultura y la televisión. Esta triada conceptual la ofrecemos como la opción adecuada para la comprensión de las relaciones existentes entre estos tres elementos.

MARCO CONCEPTUAL

5. TELEVISIÓN E IDENTIDAD CULTURAL

Con la intención de aportar elementos que nos aclaren el binomio televisión-identidad cultural, proponemos una fragmentación conceptual, es decir, una separación del binomio en unidades mínimas de significación. Revisar por separado, qué es la televisión, la identidad, la cultura y por último, como si de un puzzle se tratara, volver a unificar todas las partes, pero ya con un conocimiento previo de cada una de ellas y formular una visualización detallada.

En este capítulo, la idea de la red nos sirve como metáfora para explicar que cada una de las unidades que hemos reducido a su mínima expresión está relacionada, a su vez, con otros conceptos que se suman a nuestro estudio.

El campo comunicacional global ha sido completamente alterado por la convergencia de las nuevas tecnologías. Alteraciones en el ámbito espacio-tiempo, en las formas de usar, consumir y apropiarse de los contenidos mediáticos, lo que se traduce en una reconfiguración dinámica del paisaje social, económico, político y cultural, este último ítem atañe de manera particular a esta reflexión. *Las nuevas tecnologías y los actuales procesos de producción están cambiando nuestro entorno geopolítico. A la progresiva pérdida de influencia de los estado-nación frente a las grandes corporaciones industriales y financieras, debemos añadir la configuración de espacios culturales que ya no coinciden con los de dicho estado-nación, espacios donde se tejen nuevas afinidades colectivas o se (re)inventan otras que se creían desaparecidas o en trance de desaparición (Fecé, J., 2003:285).*

En este mismo contexto, las prácticas culturales se basan en una contigüidad temporal y se relacionan con un tipo de discontinuidad espacial. La vida cotidiana nos ancla a contextos globales y locales indistintamente. Los productos de los *media* se distinguen por su presentación en *inputs*, en *flashes* y sus contenidos se exhiben descontextualizados, a lo que se suma la celeridad con la que son apropiados por los individuos, todo esto deja lugar a ideas

ambiguas o vanas. *La globalización supone una interacción funcional de actividades económicas y culturales dispersas, bienes y servicios generados por un sistema con muchos centros, en el que importa más la velocidad para recorrer el mundo que las posiciones geográficas desde las cuales se actúa* (García, N., 1995: 16).

Antes de explicar la televisión en su contexto actual, revisaremos brevemente algunas teorías que la han estudiado desde diversas concepciones. Nos interesa, desvelar sus funciones, roles y su implicación en la sociedad, pero, además, conocer las conexiones que ha establecido con otras industrias culturales. *Las instituciones de transmisión general y las organizaciones televisivas en particular ocupan el centro del campo cultural contemporáneo. No sólo son por sí mismas importantes núcleos de producción cultural, sino que las compañías comerciales dedicadas a la transmisión han adquirido, en grado creciente, partes importantes de otros sectores clave, especialmente la edición de libros, la producción cinematográfica de largometraje, la industria de la música* (Murdock, G., 1983:165).

El poder de la televisión para formar parte de la vida cotidiana del sujeto es otro de los nodos que se adhieren a nuestra idea de la televisión. *Pues una tarea clave de los medios es fabricar el presente: un presente concebido bajo la forma “golpes” sucesivos sin relación entre ellos. Un presente autista, que cree poder bastarse asimismo. Esa particular contemporaneidad que producen los medios remiten por un lado al debilitamiento del pasado, a su reencuentro –ya sea en el discurso plástico, literario o arquitectónico- descontextualizado, deshistorizado, reducido a cita* (Barbero, J., Rey, G., 1999:25).

La ficción televisiva es uno de los ejes fundamentales de nuestra investigación, intentamos, a partir del estudio de un macrogénero audiovisual, explicar cómo esta produce referentes de identidad cultural y cómo se consumen las representaciones propuestas y cómo las utilizan los sujetos para elaborar ideas de pertenencia e identificación.

Uno de los destinos de los referentes construidos por la ficción es el imaginario social, en este gran banco de significaciones la televisión tiene abierta una cuenta en la que constantemente va sumando capital cultural del cual se beneficia la identidad, entre otros procesos.

De este imaginario social al que nos hemos referido anteriormente, nos enfocamos en las significaciones que forman parte del proceso de identidad cultural, que está más cercana a la vida cotidiana del sujeto. Para detallar esta dinámica, nos situamos en una visión postmoderna y en las ideas elaboradas por los Estudios culturales, corriente que forma parte del marco teórico de la investigación.

La televisión es una gran fábrica que abastece de representaciones a los diferentes campos identitarios de los sujetos. *El estallido* (se refiere al audiovisual) *ha producido también unas mezclas muy interesantes entre lo global, lo nacional y lo local. Si hay un lugar social en donde se confirma la circulación mundializada de la cultura (Renato Ortíz) pero a la vez el crecimiento de las afirmaciones locales es la televisión* (Barbero, J. Rey, G., 1999:54).

5.1. TELEVISIÓN

Los medios de comunicación se han analizado desde diversas ópticas: como una ventana a “la realidad” y desde la cual el telespectador se asoma y observa su propio paisaje. Como un espejo de la sociedad en el que se presenta un reflejo de la sociedad, la reproducción fiel del contexto diario de la gente. Los medios como el filtro que selecciona la información y contenidos según criterios políticos y/o comerciales. Como el espacio desde donde los ciudadanos pueden demandar y exigir, como una plataforma política.

Las diversas teorías construidas para el análisis de los medios de comunicación son los antecedentes que nos sirven para entender el desarrollo de la televisión, y contextualizar el interés que ha suscitado, en el campo académico, como objeto de estudio. Para llevar a cabo lo anterior, haremos una revisión general, porque el tema así lo requiere, de las teorías que se han desarrollado en torno a los medios de comunicación, específicamente sobre la televisión.

El recorrido teórico inicia por la investigación de los medios de comunicación masiva (*mass media*). Tanto en Europa como en Norteamérica los estudios se realizaron en el marco de la Primera Guerra Mundial, algunos partieron desde la lógica y las estrategias políticas y militares. Así, surgen los textos sobre propaganda política del autor norteamericano, Harold Dwight Lasswell quien se considera, junto con Paul K. Lazarsfeld, pionero de la investigación en comunicación. Ellos, idearon los primeros esquemas de la comunicación y se preocuparon por los efectos de los medios en la sociedad. La teoría que ambos desarrollaron fue llamada “Estructural Funcionalista” y ésta se distingue por otorgar poder omnipotente a los medios de comunicación y sus efectos son mediatos en la “masa” (agrupación de sujetos anónimos). El objeto de estudio, por excelencia, de estos investigadores fue la radio. En Europa los estudios sobre comunicación se realizan sobre la prensa escrita, por su arraigo en el contexto social.

Los hechos beligerantes de la historia universal pareciera que animan a la invención de nuevas tecnologías y a la proliferación de producción de

conocimiento desde diversas disciplinas. Es así, como el siguiente período teórico de los medios de comunicación coincide con el proceso histórico de la Segunda Guerra Mundial.

En Estados Unidos, la propaganda política sigue siendo objeto de análisis de los investigadores, así como los estudios de opinión pública en los que la encuesta es la herramienta más recurrida. Al término de la Segunda Guerra Mundial la investigación se vuelca al comercio, al marketing, al diseño de campañas para la venta de mercancías y a la publicidad. Mientras tanto, la población europea se recupera lentamente de su segundo episodio bélico. En este contexto, surge una de las principales referencias de conocimiento sobre comunicación, el *Journal of Communication*.

La descripción que hemos realizado, sobre los estudios de comunicación de la primera mitad del siglo XX, nos demuestra su inminente relación con los acontecimientos históricos, sociales, políticos y económicos. Las teorías políticas, como la marxista, también se han expresado sobre los medios de comunicación. Sobre esta teoría política destacamos lo relativo a la sociedad y la cultura, específicamente, lo relativo a la sociedad de clases y la existencia de un grupo opresor identificado como capitalistas y/o clase burguesa. El esquema de las relaciones entre los elementos que conforman la estructura social, es trasladado a la producción comunicativa y su función. En este sentido, los *mass media* reproducen discursos que favorecen a la clase con capital económico. De esta manera, resaltan la explotación y la manipulación de la clase baja, y acentúan las diferencias sociales, preocupación básica de la teoría marxista.

Los estudios norteamericanos se alejan del marketing y los investigadores europeos se preocupan por los efectos de los medios en la audiencia. El acento en temas de comunicación se vuelca al análisis de los procesos sociales y psicológicos de la población. Si antes el objeto de estudio eran los mensajes y el emisor, ahora, se vuelcan a la recepción. Esta determinación se rige de alguna manera por la idea que los *medios electrónicos se cuentan entre los transmisores de ideología y enunciadores de reglas sociales más celebrados y eficaces del mundo moderno* (Lull, J., 1997: 82).

En Norteamérica siguen el ejemplo europeo y se interesan por el estudio de las funciones de los medios de comunicación y sus efectos en la sociedad. El sociólogo, Robert K. Merton, fundador de la “Teoría Funcionalista”, describe las funciones de los medios de comunicación en la sociedad y sus disfunciones, siempre dentro del contexto de la estructura social.

Otra de las teorías que conforman los antecedentes teóricos de los medios de comunicación masiva es la “Teoría del determinismo tecnológico”, ésta atribuye un poder casi absoluto a los medios masivos de comunicación como agente social de cambio.

El paradigma de la “Sociedad de la información” puentea entre los medios y la sociedad, en estos estudios el valor simbólico supera al valor real, el peso está contenido en la producción de servicios y no en la infraestructura industrial, las grandes ciudades industriales se diluyen y se resuelven desde la red, con un ordenador, sin llegar al determinismo tecnológico.

Las teorías revisadas implican a la televisión en diversos espacios, como cómplice de los aparatos hegemónicos con la idea de que esta tecnología reproduce el discurso dominante, o que lo visto a través de ella automáticamente es reproducido por su audiencia. La televisión como aparato de represión ideológica y organizadora de las actividades de los espectadores. En la teoría de la *agenda setting* se considera a la televisión *como una institución cuyas prácticas tienden a convertirse en el regulador esencial del tiempo de los espectadores a un número de diferentes niveles* (Richardson, K., Ulrike, H., 1999:7). Los marxistas incluyen a la televisión y sus roles como una institución más de la estructura social.

En cualquier caso, en este breve itinerario teórico, la televisión experimentó procesos importantes que la llevaron a incorporarse y consolidar su presencia en los hogares.

Como otros inventos tecnológicos, la televisión ha suscitado desde sus inicios y hasta la fecha -en su faceta digital- discusiones, debates, congresos,

seminarios etc., en torno a su uso, consumo, funciones, programación y a su reglamentación. *Durante años la televisión ha sido un laboratorio donde se perciben las interacciones entre lo público y lo privado de una manera más intensa que otros* (Barbero, J., Rey, G., 1999: 57). Ha servido como temática en innumerables trabajos universitarios en todas las facultades de comunicación del mundo. Se ha analizado desde la perspectiva del emisor o del receptor o desde ambas posiciones, relacionando televisión con categorías de sexo, raza, religión, clase social, con prácticas políticas, sociales y culturales.

Al igual que ocurrió con el surgimiento de otros medios, la televisión tuvo que construir un espacio propio, primero, como una nueva tecnología que ofrecía la posibilidad de transmitir imagen y sonido simultáneamente. Que parecía cohesionar el arte del teatro con el cinematográfico, apoyándose en su lenguaje visual y narrativo. Del lenguaje radiofónico y de la prensa reprodujo la organización de los informativos. El otro espacio que se ganó la televisión fue el hogar, en la *familia la televisión tiene una magia especial en la creación de referentes identitarios, de sentido comunitario y de confianza familiar...La televisión no es ningún intruso, como pronosticaban los intelectuales más apocalípticos* (Gifreu, J., 2001:130).

En la constante evolución tecnológica de formatos y géneros, la televisión va perfilando sus características particulares y paralelamente edifica su espacio de acción, ésta última característica la coloca como el medio de comunicación más potente. Su alcance y proyección en el seno de los hogares le aporta un plus para conservar su nicho en la audiencia. Pensemos el término “alcance” en dos dimensiones: una tangible y otra intangible. La primera, la física, se refiere a la capacidad de alcance territorial de la televisión y, la segunda, la etérea, a su espacio privilegiado en los hogares y esta cualidad le permite ser una tecnología “familiar”.

Destacamos la potencialidad de los contenidos televisivos para incorporarse a la vida cotidiana de las personas. *Los mass media ejercen una función rutinaria de mediación narrativa y cognitiva en todos los procesos sociales políticos, económicos y culturales* (Gifreu, J., 2001: 109). Puntualmente, los contenidos

de los géneros televisivos conforman, entre otros contenidos, el material simbólico con el cual el individuo construye parte de su imaginario social, en la cual está implícita su idea de pertenencia a un grupo determinado.

Para poder constituirse como “La Televisión” fue necesario aportar productos que lo diferenciaron de los otros medios, para dotarse de identidad propia y que como tal fuera identificada. Para ello usó, en su génesis, el lenguaje teatral y el cinematográfico, para constituir la punta de lanza que lo conduciría a la visualización de sus posibilidades únicas como medio de comunicación a partir de sus características distintivas. *Las tecnologías nacen en espacios sociológicos precisos, y la lógica de su desarrollo se inscribe en el orden de esos espacios* (Mattelart, A., Pieme, J.M.1983:240). No sólo se constituyó a sí misma, sino que tendió lazos productivos a otras industrias culturales.

La convergencia de la televisión con las nuevas tecnologías le ha facilitado un sin fin de posibilidades para diversificar su acción, como la interactividad. *La posición central de la televisión y su integración con otros sectores culturales –tato en los niveles de producción como de consumo- serán todavía reforzadas por las nuevas tecnologías que llevan a otros usos alternativos del receptor doméstico de televisión* (Murdock, G., 1983: 165). Ya no se venden sólo contenidos, ni espacio publicitario, también DVD’s y CD’s de los personajes que protagonizan las series. La televisión diseña su mercado respecto a su capacidad de alcance, en televisiones comunitarias, locales y autonómicas, reproduciendo la organización en capas de la estructura social.

La televisión es, entre otras cosas un agente cultural. *Por agentes culturales se entenderá a los que ejercen una de las funciones o una de las posiciones definidas por el campo cultural: creador, animador, crítico, difusor, consumidor, etcétera* (Certeau, M., 1999:158).

Raymond Williams (2003), teórico inglés, quien realizó importantes aportes, desde la sociología, al estudio de los medios de comunicación, señala que la televisión tiene formas culturales y tecnológicas. En su libro *Television* (2003),

desarrolla tres puntos de partida para analizar el medio como una tecnología cultural:

1. Como un aparato que ha repercutido en la tecnología y en la sociedad. En la sociedad, como portadora de entretenimiento e información de tal manera que, en palabras de Raymond Williams, la televisión ha alterado nuestro mundo. Ha cambiado nuestros hábitos de tiempo libre y generaciones enteras hemos crecido con los mitos creados por la pantalla televisiva. Es un medio en constante evolución, con posibilidades, contenidas en sí misma, y algunas de ellas aún están por explotar. Es un medio que estimula investigaciones tecnológicas para mejorar la calidad de audio e imagen, o para maximizar el rendimiento de transmisión, ampliar su alcance y desarrollar una gama de servicios a disposición de su audiencia.

2. La televisión como una tecnología que se ha construido con una historia que se ha escrito como la suma de otros medios y descubrimientos ya existentes. Si bien, ahora se hace referencia a la televisión como un ente en sí mismo, como un medio con lógicas de operación y características propias, no se puede dejar de puntualizar sus orígenes basados en otros medios.

3. La historia social de los usos de la televisión como tecnología. Cada tecnología entra en el espacio social hasta que se convierte en una necesidad y es apropiada e insertada en la vida de los individuos. Esta es una historia que no es extraña al desarrollo e incorporación de la televisión en la sociedad.

Los adelantos tecnológicos en la televisión, como la implantación de la Televisión Digital Terrestre, o su convergencia con Internet, posibilitan un mayor alcance y multiplicación de canales, esto hace posible que los contenidos construyan audiencias, desarrollen prácticas y procesos de consumo específicos. La televisión por cable da lugar al surgimiento, no sólo de cadenas temáticas sino también de audiencias fragmentadas, especializadas, en canales documentales, de naturaleza o en espectáculos. Con los servicios de cine a la carta se da la percepción al espectador de estar controlando una parte del medio, sin embargo, las cadenas son las que siguen proponiendo. Con las

televisoras locales, la visión del espectador se dirige a su realidad mediata y en algunas ocasiones se excluyen otras realidades.

Alejándose del carácter tecnológico, y acercándonos más al cultural, la repercusión de la televisión en la sociedad es uno de los objetivos de este estudio: cómo consumen los sujetos el medio y la repercusión en su identidad cultural.

El tema enriquecedor de las posibilidades que brinda la convergencia de las nuevas tecnologías y la televisión, son las convenciones del medio- y de los mensajes emitidos- con el individuo para poder percibir y entender. Cómo al ver una telenovela se entra en la lógica operacional de esta narración, se sabe su secuencialidad cronológica, se identifican los personajes protagonistas y antagonicos –herencia literaria-. Pero, además, lo interesante es que la audiencia diversifica la codificación de la información de los contenidos mediáticos.

Tras estos apuntes, sobre algunas teorías e ideas que permiten construir el marco histórico-teórico, desde donde se ha analizado la televisión, es preciso encontrar el punto que media entre la televisión y la identidad cultural. Quizás el bosquejo de las características del medio nos ayude a explicar esta relación.

Dominique Wolton explica en su texto “Elogio del gran público” (1995) las características de la televisión y en ellas deducimos pistas que nos llevan a dilucidar las relaciones entre televisión e identidad cultural:

1. El espectáculo: esta característica se refleja en la confección de series y programas de concurso que hacen uso de los artilugios propios de la simulación, el teatro y la comedia para entretener a la audiencia. Dicha característica, actualmente, no es propia únicamente del entretenimiento sino también de los informativos, *los aires de espectacularización se manifiestan en el ritmo de la realización, la combinación de géneros, el decorado lleno de gadgets referenciales a la nueva era tecnológica y, hasta, en la gama de planos utilizados* (Moragas,M., Prado,E., 2000:186).

2. La identificación: los recursos o el material desde el cual se elabora la programación de un canal televisivo son recogidos de la realidad mediata. A partir de ella se elabora la información, el contenido de las series, los personajes y el contexto en el que se desarrollan las historias. Por lo que es inevitable que cualquier sujeto de la audiencia exprese cierta identificación, con casos particulares, con personajes “reales” o ficticios y con los escenarios representados por la televisión.

3. La representación: esta característica va de la mano con la anterior. Para que la audiencia se vea identificada con un ítem específico es necesario que antes se sienta representado. Lo que hace la televisión es construir ideas de espacios, de tiempos, de personajes y contextos.

4. La racionalización: los contenidos mediáticos construyen representaciones cargadas de significados simbólicos que tienden a explicar acontecimientos y narraciones desde un punto de vista. Los contenidos mediáticos crean representaciones del mundo. Sintetizan estas visiones para que sean digeridas por la audiencia, la codificación de estos mensajes depende de la audiencia, de su contexto y *back-ground*.

Para esta investigación, de lo enumerado por Wolton, nos quedamos con las características de identificación y representación, ambas situadas en la esfera de lo social. Ambos supuestos, parten de una relación entre los contenidos mediáticos y la sociedad. Estas características nos ayudan a tratar de consolidar una amalgama entre televisión e identidad cultural.

Continuando con el texto de Dominique Wolton (1995), utilizamos las funciones claves que establece sobre la televisión para afianzar nuestro binomio:

» Función de comunicación: esta se refleja en los canales temáticos ofrecidos por la televisión privada. Donde la audiencia puede elegir entre muchos canales el programa, la serie o el informativo que desea y busca que esta se adapte a sus gustos y necesidades.

» Función de vínculo social: los contenidos de la televisión otorgan al individuo la percepción de pertenecer a un grupo determinado, participando en la construcción de su imaginario colectivo. El vínculo social de la televisión se posiciona en dos bandos, uno está integrado por el individuo y su relación con los otros que forman parte de su mismo grupo, y el otro, es la relación de ese grupo con otros grupos. El autor, identifica esta función con la televisión generalista y con la idea de solidaridad social.

El vínculo social como función de la televisión es clave en nuestro estudio porque de esta se deriva un segundo concepto, el de solidaridad, ambos conforman una mancuerna que da sentido a la configuración del análisis. Es decir, el vínculo social expresa la otra cara de la televisión, la cultural, porque la inserta en la estructura social. La solidaridad es una de las reacciones que se genera en el sujeto al consumir determinados contenidos mediáticos.

El nexos entre la televisión y la identidad cultural es el contexto social en el que ambos operan. Es decir, el encuentro entre los sujetos y la televisión se da mediante el consumo y el escenario en el que fluyen ambos imaginarios es el social. Aún y que el consumo de la televisión se efectúe en un ámbito privado, el imaginario social siempre está presente en la reconfiguración de las representaciones propuestas por el medio.

El planteamiento de este estudio se hace desde un macrogénero televisivo, desde la ficción, hemos pensado en un género específico porque éste condensa un sistema de convenciones estéticas y/o textuales que se dinamizan al ser consumidos por los sujetos y propician procesos de identificación que son los que pretendemos descifrar en este trabajo. La ficción, es uno de los macrogéneros más recurridos por las cadenas televisivas y junto con los informativos y los eventos futbolísticos lideran los *rating* de audiencia.

En la continua transformación del medio televisivo, la programación también se ha visto alterada. Sus nuevas posibilidades experimentan con el modelo de flujo, apuestan por el constante devenir. Según Albino Pedroia (1983) coexisten tres tipos de programación televisiva:

» Destaca en primer lugar la apuesta de las cadenas por *un aumento de la diversificación de la producción tradicional, destinada a un público muy amplio* (Pedroia, A., 1983: 461) aparece en el escenario mediático el *broadcasting*.

» De la mano de las nuevas tecnologías se desarrolla la idea de una programación personalizada, *se trata de la televisión fragmentada, es decir, de una producción de programas en función de públicos específicos* (Pedroia, A., 1983: 461) sin perder de vista que la televisión en tanto empresa busca públicos mayoritarios, busca consumidores.

» Las posibilidades actuales de la televisión apuntan hacia la interactividad, *la posibilidad, para el espectador, de intervenir en la programación, eligiendo él mismo los programas, influenciando el producto, etc. Las posibilidades de elección aumentarán y en consecuencia la calidad tendría que mejorar* (Pedroia, A., 1983: 461).

Siguiendo con la idea de Pedroia, a propósito del segundo tipo de programación, sugiere el tránsito de *una televisión de masas (broadcasting) a una televisión fragmentada (narrowcasting) por especialidades, con el afán de satisfacer gustos específicos* (Pedroia, A., 1983: 461). Explica, además, que el *broadcasting* está determinado geográficamente, según los referentes culturales de una comunidad concreta, limitado por una historia compartida. Por otra parte, el *narrowcasting* no se limita a un espacio pero sí a los gustos, *agrupa a gente por encima de las regiones de un pasado cultural* (Pedroia, A., 1983: 462). Esto explica la aparición de canales temáticos de animales, cocina, moda, deportes, etc.

La experiencia de la implantación de la Televisión Digital Terrestre en España no ilustra la ecuación a mayor cantidad de canales corresponde una mayor calidad, en producción y contenido. De ser cierta la ecuación, dicha televisión aún está por venir. Los canales TDT en España han servido, hasta este momento, para orquestar una especie de venta de garaje de la producción realizada con anterioridad, basan su programación en un *remix* televisivo. *Este estallido del espacio audiovisual presenta una serie de características*

particulares. Si bien existe un aumento de la oferta televisiva, su diversidad y sobre todo su pluralismo no es tan abundante y consistente como algunos apresuradamente piensan (Barbero, J., Rey, G., 1999:53).

Sin duda, la ficción es una construcción simbólica que cataliza procesos de identificación en los sujetos e incide directamente en sus emociones, los hace reír, llorar, enojarse, en definitiva consumirlos. *Las ficciones audiovisuales como uno de esos espacios, en los que miles o millones de personas de distintos países comparten los mismos universos simbólicos (Fecé, J., 2003:285).*

La carga simbólica de la ficción descansa en los personajes, las temáticas y los contextos construidos por sus discursos, cada uno de ellos, por separado, o en conjunto generan un proceso de cognición, de identificación de rasgos comunes y/o diferentes a las del sujeto que consume las series de ficción. *En la televisión sucede todo lo contrario mientras los noticieros se llenan de fantasía tecnológica, y se espectacularizan así mismos, en las telenovelas y dramatizados es donde el país se relata y se deja ver (Barbero, J., Rey, G., 1999: 132).* En el mismo sentido, el equipo de Eurofiction, integrado por Lorenzo Vilches, Charo Lacalle y Rosa Berciano (1999), afirman que la telenovela “Poble Nou” (emitida en TV3) y sus grandes resultados se dan a partir de contar *las historias cotidianas de la gente de Cataluña, que constituían una ventana abierta a su tierra, sus costumbres e incluso a su economía (Vilches, L., et. al., 1999:.31).* En nuestro trabajo reconocemos que las series de ficción condensan contenidos de la vida cotidiana, pero no pretende dejarse llevar por la idea ingenua de la ficción como ventana abierta al mundo, creemos que la producción de las series depende de la política de la productora que la realiza y de la cadena que la transmite. En ella, inevitablemente la ideología de ambos entes queda expresada en las series de ficción. En cambio, proponemos la idea de la ficción televisiva como una producción verosímil de la vida cotidiana de los sujetos y de la sociedad.

5.2 IDENTIDAD CULTURAL

La identidad cultural es un proceso que parece imposible de abarcar desde un capítulo de tesis doctoral, cuando desde textos y análisis críticos se hacen disertaciones virtuosas sobre el tema y aún así, éstas son insuficientes como para despejar todas las incógnitas. Sin embargo y, como dicho proceso es fundamental en la investigación, hemos planeado un tratamiento somero del tema, pero que contenga los elementos clave para visualizar la identidad cultural en un espacio mediático.

Para describir lo que consideramos identidad cultural en este estudio, lo dividimos por sus dos unidades mínimas de significado y exponemos por un lado, qué es identidad y por el otro, qué es cultura. Durante la explicación iremos tendiendo puentes entre ellos.

El proceso de identidad comporta elementos difíciles de establecer porque se sitúa en dos dimensiones de la organización del sujeto: en lo social y en lo individual. Cabe señalar que este es un estudio que se hace desde la comunicación y desde un enfoque sociológico, por lo que la dimensión que nos interesa es la del sujeto social, la identidad colectiva y no la psicológica, ni los procesos internos del individuo. *Necesitamos entender la relación de las dos dimensiones de lo individual, de lo variado, la experiencia y la respuesta, como existe en un contexto social particular, trabajando con los recursos culturales disponibles en ese contexto. Esto es concebir de lo individual social el decodificador individual de un contexto social estructurado* (Morley, D., 1992:90).

El contexto desde donde se analiza el proceso de identidad: es desde una cosmografía postmodernista, desde la visión sociológica de Scott Lash (1997) quien lo posiciona en un ámbito cultural, como una especie de paradigma cultural y de configuraciones espacio-temporales. El autor elabora una concepción, a propósito de las intenciones del postmodernismo, como una corriente que no busca saber cómo percibimos el tiempo y el espacio. Lo que interesa es lo que percibimos a través de ellos. En el caso de los contenidos

mediáticos, nuestra percepción de la realidad se produce cada vez más por medio de las representaciones. Vivimos en una sociedad en la que nuestra percepción se dirige casi con tanta frecuencia a las representaciones mediáticas (en nuestro caso) como a la realidad.

El espacio para Lash (1997) es de una arquitectura flexible, que al ser sometido a resistencias potentes pierde la forma que contenía y pasa a crear una diferente, esta concepción nos recuerda la estructura de flujo. El espacio para Martín Barbero y Germán Rey (1999) profundiza *el desanclaje que produce la modernidad por relación al lugar, desterritorialización de los modos de presencia y relación de las formas de percibir lo próximo y lo lejano que hacen más cercano lo vivido “a distancia” que lo que cruza nuestro espacio físico cotidianamente y paradójicamente esa nueva especialidad no emerge del recorrido viajero que me saca de mi pequeño mundo sino de su revés, de la experiencia doméstica convertida por la televisión y el computador de ese territorio virtual al que como expresivamente dice Virilio, “todo llega sin que haya que partir”* (Barbero, M., Rey, G. 1999:24).

El tiempo, para Lash (1997) es un elemento de existencia esporádica, que surge, cumple un ciclo y desaparece, este concepto lo equipara con las dinámicas de las corrientes arquitectónicas. En ambos conceptos, en el de espacio y tiempo, está en juego la representación y la “realidad”, el significante y el referente de Saussure. En este sentido, el postmodernismo problematiza la realidad y no se decanta por la representación como el modernismo. Alterna las representaciones y los símbolos como significantes. El significado del símbolo es inherente a su esencia y el significado de la representación se instala dentro de lo trascendente.

El postmodernismo para nosotros *se basa con más fuerza en una negociación de lo moderno, en la percepción de un abandono, una ruptura o un apartamiento de los rasgos definitorios de lo moderno, con el acento firmemente puesto en el sentido del alejamiento relacional. Hablar de posmodernidad es sugerir un cambio o una ruptura epocal con la modernidad, que conlleva la*

aparición de una nueva totalidad social con sus propios principios distintivos de organización (Featherstone, M., 1991:24).

El proceso de la cultura ha sufrido transformaciones y de ello ha dado cuenta la postmodernidad, entre otras cosas, porque la cultura es uno de sus focos de atención. Featherstone (1991) entiende estas transformaciones de la siguiente manera:

1. Evolución en los campos artísticos, intelectual y académico.
2. Cambios estructurales en la esfera cultural, *que comprende los modos de producción, consumo y circulación de los bienes simbólicos, que pueden ponerse en relación con cambios más amplios en el equilibrio de poder y las interdependencias entre grupos y fracciones de clases tanto en el nivel intersocietal cuanto intrasocietal* (Featherstone, M.,1991:37).
3. Transformación en *las prácticas y experiencias cotidianas de distintos grupos, los cuales, como resultado de algunos de los procesos antes mencionados, posiblemente empleen los regímenes de significación de diferentes maneras y desarrollen nuevos medios de orientación y estructuras de identidad* (Featherstone, M.,1991:37).

Pero no sólo el postmodernismo centra su mirada en la cultura, lo hacen, también, los estudios culturales realizados por la Escuela de Birmingham. Esta corriente de investigación incorpora los símbolos junto con las representaciones en el estudio de la cultura. Los análisis desde esta concepción se han servido del término “Industrias Culturales” acuñado por Theodor Adorno como ese mecanismo donde se producen y se controlan elementos de identidad. David Morley (1998) es uno de los principales investigadores sobre medios de comunicación en el marco de los estudios culturales, para él *la cultura producida por estas industrias culturales es una cultura de los tres minutos, donde la información se presenta en los medios de comunicación como contenidos desconectados y sin significación vinculante que dan lugar a una sociedad desmemoriada, con retención volátil; la narración ha sido sustituida*

por el flujo, la conexión por la desconexión, la secuencia por aleatoriedad, el coste que pagamos es la memoria de una cultura amnésica (Morley, D., 1998: 85).

Paul Gilroy (1998), otro analista representativo de los estudios culturales y catedrático de Sociología en el Goldsmith's College, plantea que hay tres conceptos claves que se entretajan dentro del proceso de identidad:

1. Subjetividad, es un proceso que inicia desde el individuo, desde su conciencia y reflexión personal. Estudiado ampliamente por la psicología y por la antropología, estudia individuos y no sujetos sociales. *La identidad se vuelve visible como el punto donde un asunto con subjetividad individual se despliega, para dar lugar a un compromiso expansivo con las dinámicas de identificación: cómo un sujeto o una persona puede llegar a verse a sí mismo a través de los demás. O cómo puede llegar a ser él mismo a través de su relación mediática con los demás, y cómo puede llegar a ver a los demás en sí mismo* (Gilroy, P., 1998: 70).

2. Igualdad: a pesar de las diferencias personales hay un compromiso a veces tácito, a veces expreso, de pertenecer a un grupo a partir de la identificación de rasgos comunes, como geográficos y/o de lengua. Reconocerse en los otros que son iguales pero no son lo mismo. Es un proceso que se diferencia del anterior porque éste *ha avanzado desde sus relaciones con la formación y localización de sujetos y de su individualidad histórica, hasta el pensamiento sobre identidades colectivas o comunales: naciones, géneros, clases, generaciones, grupos "raciales" y étnicos* (Gilroy, P., 1998: 70).

3. Solidaridad, es la acción de ponerse en lugar del otro y activar una acción social pese a las diferencias sociales, políticas, culturales y religiosas, que tienen los diferentes grupos sociales. Es *la forma en la*

que las conexiones y las diferencias se convierten en bases sobre las cuales se puede provocar la acción social (Gilroy, P., 1998: 71).

El tercer concepto enumerado por Paul Gilroy, la solidaridad, lo unimos a la función de vínculo social de la televisión nombrado por Wolton (1995), ambos procesos hacen que los medios de comunicación y los sujetos se expresen en un mismo escenario.

Las pistas que vamos desvelando, sobre la identidad, mediante este entramado conceptual nos indican que estamos ante un proceso elástico, variable, móvil, deforme, sin valor y peso absoluto, la identidad como proceso en constante construcción-reconstrucción sin término establecido por lo tanto infinito. Para Schlesinger (1987:236-7) la identidad *no está considerada como algo sino como un sistema de relaciones y representaciones...Identidad es verse como un agente dinámico, emergente y de aspecto de acción colectiva*. No es trabajo de esta investigación encontrar el concepto de identidad como término absoluto, porque es un proceso y éste no existe como un objeto físico, palpable, lo que intentamos es entender cómo opera y su implicación en los sujetos. *Identidad puede ser pensada como un proceso de identificación, una capacidad de estar allí. Como consecuencia ahora las identidades son múltiples. Móviles, cambiantes y siempre consistentes y reconocibles por memoria selectiva (Bechelloni, 1997:28).*

Otro aspecto a destacar es que la identidad contiene en sí mismo dos aspectos discordantes como es la exclusión y la inclusión. La inclusión es el proceso que inicia por definir algo a partir de la definición del otro que no es –momento de la inclusión- yo soy este porque aquél es así. Dentro del proceso de diferenciación y de significación como grupo social, la exclusión entra al terreno de juego como un mecanismo de autoafirmación, yo soy éste porque no soy aquél. *Al ser un relato que reconstruimos incesantemente, que reconstruimos con los otros, la identidad también es una coproducción...que se realiza en condiciones desiguales entre los variados actores y poderes que intervienen en ella. La identidad es teatro y es política, es actuación y acción (García, N., 1995: 114).*

La exclusión y la inclusión dan lugar a otro proceso, el de identificación y con éste comienza a generarse, a conformarse, la identidad que a su vez puede expresarse en positivo o negativo, es decir, identificaciones de pertenencia o de no pertenencia. *Desde la recepción, la identificación no aparece como un “perder identidad por un convertirse en otro ajeno” (es decir, la alienación como pérdida de identidad, individual o colectiva), sino, por el contrario, como un “apropiarse de lo ajeno y nuevo, reconocido por alguna analogía con uno mismo”* (Fuenzalida, V., Hermosilla, M., 1991:30).

Estos dispositivos, además de los ya mencionados, dan el sentido (concebimos el término “sentido” como Dominique Wolton (1995), como una identificación simbólica) de pertenencia a un grupo, la idea de formar parte de un organismo con características medianamente similares.

Para ilustrar lo expuesto en la página anterior, sobre la ambivalencia global-local e inclusión-exclusión, se usa el caso específico de la construcción de la Unión Europea y sus políticas de comunicación para dinamizar la integración, expuesto por Kevin Robins y David Morley en *Spaces of identity* (1995):

» Como premisa importante está impulsar el cambio tecnológico para proyectar una imagen integral, que se traducirá en la imposición del mercado transnacional y en la desterritorialización de la producción audiovisual.

» Se intensifica, por otro lado, el apoyo a la producción audiovisual local así como su distribución local.

» La aplicación de nuevas tecnologías implica también las distintas distribuciones de señal, por cable y/o microondas que facilita la fragmentación de los mercados *media* y la segmentación de la audiencia.

De la configuración de las políticas de comunicación mencionadas destacamos un aspecto: el de la intensificación de la producción audiovisual local. Esta política anima a la producción local y ello supone fortalecer, proponer, construir discursos con una fuerte carga de referentes de identidad local y con este

mecanismo incentivan la formación de una comunidad global, una Comunidad Europea. Pretenden formar una política de comunicación desde el espacio local. En cualquier caso *el tema no es sobre un medio global o local, pero de cómo lo global y lo local están articulados* (Morley, D., Robins, K., 1995:2).

La identidad que interesa en este estudio es la identidad cultural, ya expusimos desde dónde miramos éste proceso y cómo nos referimos a ella como una práctica dinámica y no finalizada. Lo que no nos interesa es *una concepción de identidad cultural como “preservacionismo”, que buscará conservar intactas en el pasado e incontaminadas del presente a ciertas culturas minoritarias, sólo ofrece el jardín zoológico como modelo de conservación, para deleite de los visitantes* (Fuenzalida, V., Hermosilla, M., 1991:32).

Nos hemos referido, hasta ahora, a la identidad y en la disertación hemos hecho alusión a la cultura, esta la entendemos como *el nimbo que percibe un grupo cuando entra en contacto con otro y lo observa. Es la objetivación de todo lo que es ajeno y extraño en el grupo de contacto. La cultura, entonces, debe verse siempre como un vehículo o un medio por el cual se negocia la relación entre los grupos* (Jameson, F., 2003:101).

La cultura, retomando a Lull (1997), es un proceso cognitivo y social en el que participan dos figuras el “nosotros” y “ellos”, el “yo” y el “otro”, por lo tanto es *necesariamente colectiva y relacional. La vida cotidiana ya no se compone de modos unificados de pensamiento y conducta* (Lull, J., 1997: 58).

Cultura es un proceso complejo que prescinde de elementos fijos, entre otras cosas porque el contexto social del sujeto está en constante transformación. Al respecto Friedman (2001) argumenta que la cultura no ha cambiado, hace alusión a la globalización y a la complejidad del mundo, *lo que cambió es la forma en que se atribuyen la identidad y el significado dentro de y entre poblaciones que de hecho interactuaron durante un periodo muy prolongado. Advertir que una “cultura” cualquiera contiene elementos de muchas otras no es descubrir algo nuevo, pero advertir que los elementos importados ya no se*

absorben y asimilan en una totalidad homogénea más amplia, es un claro indicio de la falta de procesos integradores (Friedman, J., 2001:123).

El término identidad cultural es una caja de Pandora que no se puede limitar a un concepto inmóvil, en cambio sí se puede relacionar, su configuración, con un conglomerado de identificaciones basadas en:

- Sentimiento de pertenencia, es el sentir que surge de reconocerse como parte de un grupo, adaptándose a las características que le permiten formar parte de él.
- Rasgos diferenciadores de otras culturas, estos son necesarios para poder identificarse a uno mismo.
- Un ideal, religioso y/o nacional, actualmente con el contexto global en el que estamos inmersos, este ideal, cada vez más, logra consolidarse.
- Cultura vivida, las experiencias de vida comunes y compartidas por el grupo social al que se pertenece, como las tradiciones, costumbres y ritos.
- Lengua, es uno de los elementos básicos que conforman la identidad, no es definitivo pero si relevante en la conformación de naciones.
- Vínculo con el territorio, la idea de pertenecer a un grupo se localiza en un tiempo y un espacio determinado, el lugar donde se vive, se trabaja, se socializa.
- Instituciones productivas, son los organismos identificados por los sujetos que permiten la actividad económica del grupo.
- Puntos de vista del mundo similares, este último punto sería el condensador de todos los anteriormente nombrados ya que permiten configurar ideas, representaciones no iguales, pero sí con rasgos equiparables dentro de una sociedad.

Estos elementos separados y por sí solos, sin implicar la socialización del sujeto, no permiten configurar identidad cultural. Siempre -lo mismo pasa en la conformación de la identidad- está la relación del sujeto con el otro, en su reconocimiento, inclusión y exclusión y más cerca de la vida cotidiana. De tal manera que la identidad cultural se nos presenta como una especie de caja negra de la cual surgirán identificaciones y representaciones que conforman el *background* del grupo social al que pertenece el sujeto. De esta caja negra, podemos prever las fuentes desde donde se inscriben algunos elementos que la conforman: desde la geografía, la lengua, la solidaridad, instituciones, ideales, los contenidos mediáticos, los símbolos etc. El carácter de estas fuentes es variado y diverso, provienen de distintas posiciones de la estructura social.

En esta descripción hemos observado que ambos procesos, el de identidad y el de la cultura, se configuran a partir de dinámicas divergentes. Es decir, en el proceso de identidad está presente ineludiblemente la inclusión y la exclusión. En el caso de la cultura: *de una mano, representa normas, valores, pensamientos y memorias las cuales definen tradiciones y puntos de vista del mundo y de otro está la posibilidad de aprender, la búsqueda de la innovación, las aperturas al cambio...* (Bechelloni, 1997: 20).

A partir de lo expresado hemos podido relacionar ambos términos no sólo entre sí, sino enlazarlo con otro nodo importante en esta investigación, el social. Los términos que permiten este amalgamamiento son: los usos sociales de la televisión, la solidaridad y el vínculo social, entre otros. Estos tres *links*, nos permiten avistar las intersecciones entre la televisión, la ficción específicamente, y la identidad cultural.

5.3 IDENTIDAD CULTURAL Y TELEVISIÓN

Comprender el sincretismo entre la televisión y la identidad cultural es otro de los objetivos de esta investigación, entender sus mecanismos de operación, de convivir, de insertarse en la vida cotidiana del sujeto, ambos con procesos sucesivos y/o aleatorios y con una estructura elástica.

Es incuestionable el rol de la televisión en la esfera social del sujeto, en ella interviene como agente social, pero sobre todo como agente cultural. En ambos casos la televisión es ante todo un actor social. *La idea de que los medios fundamentalmente “representan” lo social ha cedido ante su ascensión como actores sociales, ante su legitimidad como sujetos que intervienen activamente en la realidad* (Barbero, J., Rey, G., 1999:57).

El flujo de representaciones que nos ofrece la televisión forma parte de nuestra materia prima simbólica con la cual construimos ideas de mundo, del “otro” y de “nosotros”. *El torrente de imagería simbólica presentado a fines del siglo XX especialmente por la tecnología de las telecomunicaciones ha producido cambios radicales en las síntesis culturales que hacen las personas de todo el mundo* (Lull, J., 1997: 93).

Para Orozco (1987) hay tres formas de abordar la relación entre la televisión y la cultura:

- 1) La primera forma se basa en la construcción de los mensajes televisivos como productos culturales. *La construcción se refiere a su “encodificación” particular de acuerdo a un código cultural específico* (Orozco, G., 1987:12).
- 2) En el producto cultural rige su hegemonía significativa y con ella construye una propuesta para la audiencia.

- 3) Hay una *interacción entre los receptores y los significados propuestos por la televisión. Esta interacción constituye una “negociación” a partir de la cual se aceptan o se rechazan los significados culturales (Orozco, G., 1987:12).*

Cada una de las formas elaboradas por Orozco (1987) concuerdan con tres corrientes de investigación, la primera de ellas analiza la televisión y la cultura desde el proceso de producción, las rutinas productivas, fuentes de información, etc. La segunda forma, coincide con el interés analítico de las representaciones presentes en el mensaje televisivo. Y por último, la tercera forma, busca una relación entre la audiencia y el material simbólico de los contenidos mediáticos, en las que el sujeto negocia las significaciones. Esta última manera de “estar” se relaciona de manera directa con los intereses de nuestra investigación y dejan al descubierto el poder cultural de la televisión. Para nosotros *el poder cultural es la capacidad que tienen los individuos y los grupos de producir sentidos y de construir (en general de manera parcial y temporaria) formas de vida (o constelaciones de “zonas culturales”) que apelan a los sentidos, a las emociones y a los pensamientos de uno mismo y de los demás (Lull, J., 1997:99).*

El proceso de apropiación y consumo de los contenidos mediáticos son importantes pero no determinantes, en la configuración de identidad cultural. Forman parte de un imaginario social y en él depositan sus propuestas de representación, pero es el individuo, con su *background*, contexto social, el que determina la selección. *Las millones de imágenes que flotan a través del imaginario público ayudan a determinar la naturaleza de la lealtad nacional, las actitudes hacia lugares, familia, gobierno y estado (Price, M., 1995: 1).*

Nuestra propuesta de concepción sobre el consumo está alejada de la idea de un proceso mecánico y de un mero intercambio, consideramos que el *consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos (García, N., 1995:42).*

La puesta en escena de la identidad en los medios de comunicación ha provocado una serie de transformaciones y para Víctor Sampedro (2003) éstas se resumen en:

- a) En los medios de comunicación no sólo están presentes ideas sobre un “nosotros”, también se incluye la construcción simbólica de un “ellos”, es así como al consumir los contenidos mediáticos *nos consumimos y consumimos al extranjero, actuamos para y respondemos a sujetos no presenciales en contextos muy plurales y muy diversos. Esto conlleva la fragmentación identitaria, ya que se multiplican los encuentros con extranjeros (Sampedro, V., 2003:12).*
- b) La multiplicada presencia de los medios de comunicación en nuestra vida cotidiana, incrementa las propuestas identitarias y las conforma en *inputs* descontextualizados a los que ya hemos hecho alusión, de los cuales el sujeto ha de elegir.
- c) No sólo se multiplican las propuestas identitarias, además, se diversifican, *creando múltiples identidades de consumo que van desde la moda, la música, la religión o el deporte (Sampedro, V., 2003:13).*
- d) En el marco de la globalización, y al hilo de lo que hemos expresado en el punto anterior, los medios recurren cada vez menos a representaciones ancladas a las instituciones tradicionales, *desafían toda etiqueta identitaria asentada en la familia, el género o las comunidades locales. Por ello y por paradójico que resulte, nunca como ahora, se apela a la tradición (Sampedro, V., 2003:13).*
- e) Por último de esta escenificación identitaria y la multiplicación de sus fuentes simbólicas queda la desalentadora idea que esta fórmula matemática (a mayor número de canales le corresponde un mayor número de contenidos) no implica una diversidad real de propuestas diversas, todo lo contrario, existe una estandarización de contenidos en

lo que se *reproducen unos cuantos roles homogéneos, asignados por las instituciones y el mercado de la audiencia* (Sampedro, V., 2003:15).

Cabe recordar que todo proceso de construcción de identidad implica una práctica de exclusión e inclusión, de reconocimiento y de diferencia. *Si miramos al resto del mundo a través de la televisión, resulta inevitable que las diferencias sean a un tiempo celebradas y borradas, reconocidas y cambiadas, atendidas e ignoradas. Así pues, existe una curiosa fluctuación entre la idea de la televisión como profesor de la “identidad” para sus audiencias y como profesor de la “diferencia” para la misma población* (Hartley, J., 2000:212).

El vínculo social es una de las funciones determinantes en la inclusión de la televisión en la estructura social, ésta le permite posicionarse como uno de los elementos que dotan contenidos, representaciones e identificaciones propios para la configuración de identidad cultural. Además de que en sí misma, la televisión, es ya portadora de rasgos identitarios al mostrar en su programación una forma de ver el mundo y de construir representaciones y puntos de vista de los hechos. *Los medios de comunicación masiva pasan a través no sólo de fronteras geográficas, sino también de fronteras de clase, raza, de cultura, de política, de educación y de sexo a fin de distribuir entretenimiento e información que inculcan y renuevan ciertos puntos de vista y ciertas maneras de dar sentido al mundo que nos rodea como si estos fueran otros productos de rutina transmitidos* (Lull, J., 1997:84).

Toda comunicación lleva expresamente una carga de representación identitaria fuerte, explicándolo en palabras de Dominique Wolton (1995) *no hay comunicación sin identidad* (Wolton, D., 1995:277). Lo anterior explica el reacomodamiento del lugar que ocupan los medios de comunicación dentro de la estructura social, dejan de ser sólo abastecedores de información para ser considerados como mediadores no solo entre el mundo real y el representado, sino como plataforma desde la cual los sujetos pueden demandar y denunciar, como espacio cívico y democrático. En ambos casos –como abastecedores y mediadores- los medios de comunicación, desde el punto de vista sociológico, realizan el rol de actores sociales.

La idea de la televisión como actor social trae consigo otra noción, que incide en la estructura social, como organizadora o desorganizadora; en el caso de la televisión viene a desordenar, con su capacidad de representación, la cultura de un grupo social, club, pueblo rural, ciudad y país. Martín Barbero en el texto que firma junto a Germán Rey “Los ejercicios del ver”, expone que *la televisión es el medio que más radicalmente va a desordenar la idea y los límites del campo de la cultura: sus tajantes separaciones entre realidad y ficción, entre vanguardia y kitsch, entre espacio de ocio y de trabajo* (1999: 24).

La base para detallar el papel de la televisión como mediadora está en lo escrito por el sociólogo y analista de la sociedad contemporánea Jean Baudrillard (1988) que hace una disertación sobre la fascinación del sujeto por lo hiperreal, donde lo real está ligado a lo que puede ser simulado, por ejemplo, en la televisión. Cualquier hecho que pase antes por el filtro de la pantalla chica adquiere un grado de veracidad para el sujeto, pero insistimos que estas nociones o significaciones no son determinantes ni dependen únicamente de contenidos mediáticos; el contexto y la memoria histórica del sujeto entran en la construcción de estas representaciones.

Los *memory banks* ideados por David Morley son el bagaje de memoria histórica que cada sujeto carga a cuestas y éstos se abastecen de contenidos mediáticos, principalmente del televisivo gracias a sus características particulares que se podrían diferenciar en cuantitativas (por su desarrollo tecnológico que le permite llegar a más hogares) y cualitativas (por las diferentes experiencias de consumo y producción, apropiación de las representaciones mediáticas). *Los memory banks de nuestros tiempos son contruidos en parte por los materiales suministrados por la industria fílmica y televisiva, este es el rol de estas industrias, la construcción de memoria e identidad* (Morley, D., Robins, K., 1995:90).

Se reconoce el rol de los medios de comunicación de masas como productores de significaciones identitarias y de memoria colectiva, insistimos en la idea de que estos sólo forman parte de un conglomerado de representaciones aún mayor y más complejo. De lo anterior, se explica el por qué estudiosos de la

comunicación, desde sus inicios, se han volcado a la investigación del proceso de producción y consumo de los medios de comunicación de masas, porque son elementos que inciden directamente en el contexto social del sujeto. Del por qué la necesaria urgencia de hacer políticas culturales que traten de esbozar los roles de las industrias culturales de un país y la necesidad de proyectos culturales en los que se incluya a los medios masivos de comunicación. *En la era de la globalización, la televisión es vital para la construcción de identidades culturales, pues hace circular todo un bricolaje de representaciones de clase, género, raza, edad y sexo, con los que nos identificamos o contra las que luchamos* (Wolton, D., 1995: 277)

La televisión en sus diversas expresiones, pública o privada, mantiene diferentes relaciones con la sociedad y con otros actores sociales. *La fuerza de la televisión es precisamente ser, al mismo tiempo, un factor de comunicación transnacional y un agente de soberanía nacional. La originalidad de la televisión consiste en poder hacer ambas cosas: ser un elemento del vínculo social en el seno de una comunidad nacional y ser un elemento de comunicación entre las diferentes identidades nacionales* (Wolton, D., 1995:290). Para concluir diremos que el rito televisivo actúa en tres niveles, según James Lull (1990): primero en la cultura, en el ámbito familiar y en los sujetos.

MARCO TEORICO

6. ESTUDIOS CULTURALES

Este capítulo concentra la esencia de esta aproximación, el punto de partida son los conceptos expuestos en el capítulo anterior y éstos vehiculizan la comprensión hacia una exposición teórica que descubra los diversos matices desde los cuales abordamos nuestro análisis.

Queda por completar el entramado teórico con las experiencias de otras investigaciones sobre el tema de estudio propuesto y diseñar la metodología de nuestra investigación. Dicho tejido teórico-metodológico se hace desde la filosofía de los estudios culturales ingleses matizándolos con aportaciones de investigadores latinoamericanos, pioneros, también, en el estudio de la cultura y medios de comunicación. Puntualmente, esta arquitectura metodológica se apoya en las investigaciones realizadas por el Grup de Investigació en Imatge Só i Síntesi (GRISS) del Departamento de Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona dirigido por el doctor Emili Prado.

6.1 LOS ESTUDIOS CULTURALES: OTRO ENFOQUE EN LA INVESTIGACIÓN SOCIAL.

Los estudios culturales surgen como respuesta a la necesidad de una solución metodológica alternativa y se desarrollan en un escenario donde la repetición, lo empírico, lo científico, lo palpable colmaban los estudios sobre comunicación. Es una corriente que huye de la “objetividad científicista” y otorga peso a la experiencia subjetiva, al contexto, a la vida cotidiana y reconoce que los resultados dependen, también, de la cultura. *Los estudios culturales nacen del rechazo del legitimismo, de las jerarquías académicas de los objetos nobles e innobles. Se fijan en la aparente trivialidad de la publicidad de las emisiones de entretenimiento, de las modas indumentarias* (Mattelart, A., Neveu, E., 2004: 60).

Los estudios culturales unen dos categorías que habían estado desligadas: los productos y la cultura. Para hacer un análisis de la cultura éste se debe contextualizar en el marco de la estructura social, lugar donde se lleva a cabo el proceso de producción y consumo. Stuart Hall, precursor de esta corriente, aplica lo dicho a los medios de comunicación y los define como productores de significados. Analiza la circulación y consumo de los productos mediáticos y se pregunta cómo las audiencias utilizan y/o decodifican los contenidos para producir otros significados.

David Morley (1998) cita a Evans para explicar que el análisis de los medios de comunicación en los Estudios culturales ha tendido hacía dos vías: una de ellas expresa la idea de una audiencia activa y la otra argumenta que los contenidos mediáticos son polisémicos y siempre están abiertos a la interpretación. Stuart Hall lo describe de forma diferente en su artículo “Encoding-Decoding” (Hall, 1987) en él confiere igual libertad de acción tanto para el texto como para el lector, éste último tiene la capacidad de elegir a partir de contenidos preferenciales y los contenidos mediáticos intentan aportar estas preferencias.

Cada texto mediático define sus significados en función de su contexto, a través de un proceso colectivo de construcción de sentido. El significado del texto nace, pues de la confrontación entre dicho texto y su destinatario (Hall, 1987). Por lo tanto Hall implica en la construcción de imaginarios sociales tanto la producción, circulación, distribución, consumo de productos culturales.

En tal caso *el poder de los telespectadores para reinterpretar significados difícilmente puede equipararse al poder discursivo de las instituciones de las instituciones mediáticas centralizadas a la hora de construir los textos que el telespectador interpreta a continuación, e imaginar otra cosa es simplemente una insensatez* (Morley, D., 1998: 434). Es a ésta relativización de la soberanía del telespectador frente a los contenidos mediáticos, explicada por Morley, a la que se adhiere esta investigación.

El origen geográfico de los llamados Estudios Culturales está en Inglaterra, en el año 1964, en la Universidad de Birmingham con la creación del Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS). Los temas recurrentes de este centro eran el análisis del poder ideológico de los medios de comunicación, de los procesos y dinámicas de codificación y la resistencia de las subculturas al orden predominante.

La ideología vuelve a entrar en el escenario de la investigación en comunicación. En principio los objetos de estudio eran las noticias emitidas en televisión y prensa. El objetivo de estas investigaciones no era el análisis de las audiencias sino de los textos discursivos. Esta tendencia fue criticada por la exclusión de otros contenidos mediáticos que incluyen, también, rasgos ideológicos y significaciones culturales expresados en programas de entretenimiento, ficción televisiva y música popular; fue durante la década de los 70's que se comenzó a experimentar en otros campos.

6.2 CARTOGRAFÍA DE LOS ESTUDIOS CULTURALES.

Federico Di Chio y Francesco Casetti (1999) exponen tres ideas básicas de los estudios culturales y en ellas incluyen los objetivos de esta corriente:

1. Un texto no sólo son convenciones gramaticales y lingüísticas sino convenciones de tipo social, que se producen en un tiempo y lugar específico. De tal forma que los textos modelan el contexto en la misma medida en que dependen de dicho contexto.

2. Esta segunda idea guarda una oposición férrea a lo expuesto por la teoría de la aguja hipodérmica que expone que los contenidos mediáticos son “inyectados” en los sujetos y éstos responden automáticamente a lo argumentado por los medios de comunicación. Es una teoría que confiere eficacia desmedida a los mensajes producidos desde los medios. Los Estudios culturales al conferir importancia al contexto, al tiempo y al espacio, donde se desarrolla el proceso de comunicación, parte del supuesto que no todo está determinado por los medios de comunicación. *En el proceso de interpretación se produce, principalmente, una especie de “careo” entre el texto y su destinatario, cuya confrontación desemboca en una verdadera negociación de sentido, que comprende diferentes aspectos del acto de recepción* (Casetti, F., Chio di, F., 1999: 295).

3. Los usos de los textos producidos por los medios de comunicación dependen del sujeto social, primero se recibe como una propuesta y después como un planteamiento a interpretar. Hay diversos usos: como imágenes de la realidad, esquemas explicativos, repertorios de expresiones, símbolos, figuras retóricas y/o sugerencias para la acción.

Los estudios británicos se basaron en textos de Richard Hoggart (1973) y Stuart Hall, ambos son considerados como los pioneros de esta corriente. De Hoggart rescatan la utilización de métodos y herramientas de la crítica textual y literaria y de Hall ya iremos describiendo en el desarrollo de este marco sus múltiples aportaciones a los estudios culturales.

6.3 ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA SEGÚN EL CCC

Del año 1975 a 1977 el Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) se enfocó al estudio del programa producido por la BBC Nationwide -programa de variedades de horario nocturno- y sus autores fueron Morley y Brunson.

Los objetos de estudio analizados por el CCCS fueron: la programación de entretenimiento y la ficción televisiva, se preocupaban por la construcción de identidades sexuales en las telenovelas, los estudios fueron realizados por Hobson (1982) y Ang (1985). Los estereotipos raciales en los programas dramáticos y de entretenimiento fueron analizados por Cohen y Gardner (1984). Los valores culturales y políticos plasmados en la ficción televisiva y dramas populares se describen en McCabe (1981), McArthur (1981), Bennet y Woollacott (1987).

Los trabajos sobre la audiencia televisiva realizados por los estudios culturales en la década de los ochenta suponen para varios autores un giro hacia lo etnográfico. Los análisis realizados por James Lull en este periodo así lo confirman. Las técnicas utilizadas por Lull lo retornaron al campo, al lugar donde se realizan las prácticas cotidianas, a los hogares. David Morley, por su parte implicó tres categorías en sus análisis: el sexo, la nación y la clase; una de sus herramientas utilizadas fue la encuesta y con ellas obtuvo interpretaciones de la audiencia. Ambos autores apuestan por una visión sociológica de los estudios culturales.

La experiencia en Estados Unidos sobre estudios de recepción con enfoques culturales la podemos encontrar en autores como Tuchman (1978), Gans (1979) y Gitlin (1983) y se caracterizaron por:

» Tratar a la audiencia como texto.

» Rechazar las herramientas tradicionales como las encuestas propias de la metodología cuantitativa.

» Dan un giro etnográfico, y regresan al campo social donde confluyen el investigador y el sujeto.

Las investigaciones norteamericanas basadas en los estudios culturales aplicaron, como si de un modelo se tratara, las ideas concebidas por los ingleses, perdiéndose así una de las cualidades de esta corriente: el carácter flexible y la búsqueda de conocimientos particulares, cercanos, locales y contextualizados.

Es en este momento donde hacemos un paréntesis para reflexionar sobre la conveniencia de utilizar este arquetipo -contextualizado en un momento histórico, en la década de los 60's y 70's en Inglaterra- y trasladarlo a la realidad catalana, ubicado en un contexto completamente diferente. Como el propio David Morley (1987) lo afirma, no conviene entender los estudios culturales como un cuerpo fijo de doctrina que se pudiera trasplantar de un lugar a otro, aplicable similarmente en diversos contextos nacionales y regionales. Sin tomar en cuenta las diferentes audiencias de las televisión y la heterogeneidad de los textos que dependen de la estructura social, cultural y política.

Se propone una estructura heterogénea de los Estudios culturales ingleses, norteamericanos y latinoamericanos con el objetivo de crear una estructura metodológica que se adapte al contexto catalán. Para lo anterior se analizan aquellas investigaciones con enfoque cultural que aporten aspectos metodológicos relevantes en la configuración de la metodología a utilizar, sirviéndose de los conceptos y enfoques que contengan.

Ferguson cita a Grossber (1998) para enumerar tres características claves que él diseñó sobre las prácticas que definen a los "Estudios culturales":

- 1.-La realidad es construida continuamente mediante las prácticas y el pensamiento.

2.- El campo en el que se desarrollan los “Estudios culturales” es el popular visto no como una categoría sino como el lugar desde donde se realizan las prácticas cotidianas.

3.- Apuesta abiertamente por la condicionante del contexto. Cualquier actividad, práctica, fenómeno, objeto de estudio esta completamente ligada –su significación y representación- al marco en el que se desarrolla. Por lo tanto la cultura es un proceso en constante transformación.

El amalgamamiento de dichas características aporta un método abierto e incluyente, con muchas posibilidades para analizar un objeto de estudio, deja de lado la preocupación por la “objetividad” y la ubicación del investigador dentro del análisis y se dirige más hacia la comprensión de los procesos sociales que crean, dinamizan y refuerzan la cultura.

El tercer punto nombrado por Grossberg es clave para el desarrollo de una investigación que se realice dentro de esta teoría porque permite visualizar textos con lecturas múltiples y dependientes completamente del enfoque del sujeto social -del lugar que ocupe- de tal forma que los sujetos que pertenecen a diferentes grupos sociales harán una lectura diversa de los textos. Siendo ocupación primordial de los “Estudios culturales” saber por qué y cómo las diversas audiencias y/o sujetos reciben la cultura producida por los medios de comunicación y sus diversas lecturas.

La sociología no fue la única disciplina que se acercó a esta forma de investigar y de posicionarse ante un objeto de estudio, la psicología social se incluyó, también, dentro de los estudios culturales bajo el precepto de que los pensamientos y las emociones se crean socialmente, algunos autores en esta línea son: Gergen (1994-1995), Harre y Gillet (1994), Shotter (1993-1995) y Moscovici (1984-1988).

La inclusión de la representación dentro del espectro social y la visión subjetiva de las formas en las que codifica el sujeto social son giros fundamentales propuestos por los estudios culturales. Que entienden la cultura como un proceso más que como un objeto definido, un proceso que tiene que ver con las prácticas de las instituciones y de la sociedad. La cultura tiene que ver con la producción y el intercambio de pensamientos entre los miembros de una sociedad o grupo. Lo anterior posibilita convergencias en puntos de vista similares sobre el mundo, representaciones análogas, construcción de memoria compartida por lo tanto de identidad nacional, cultural y política, etc.

Es una corriente crítica que incluye a los medios masivos de comunicación dentro del gran almacén que dota de sentido, puntos de vista, representaciones y significaciones a los sujetos en la construcción de su identidad cultural. Coloca a los medios de comunicación en ambos lados del proceso, como emisores y receptores. *Los medios de comunicación están abiertos a múltiples interpretaciones y carecen de significados dados y fijos, se dice que son polisémicos...proporcionan las bases de ciertos rituales de la vida social, mezclados con otros ingredientes* (Ferguson, et.al. 1998: 198).

Stuart Hall (1997) visualiza la cultura en un circuito en el que están interaccionados la representación, la identidad, los marcos de regulación, las dinámicas de producción y el consumo de los productos culturales. La idea que destacamos de este diseño es que tanto las producciones de las industrias culturales como los sujetos -al consumir dichas producciones- construyen, representaciones y su tesitura depende de los contextos mediatos e inmediatos.

6.4 EL ESTUDIO DE LA CULTURA, UNA TRADICIÓN EN LATINOAMÉRICA.

Cruzando el Atlántico, en América Latina no son llamados “Estudios culturales” pero existe una preocupación latente por la cultura, incluso algunos estudios se llevaron a cabo antes que los ingleses y la Escuela de Birmingham. Su base teórica parte de Hoggart, Stuart Hall y Raymon Williams pero también de sus propios autores, de sus propios objetos de estudio, de sus propios ámbitos comunicacionales. Uno de sus intereses es el análisis de los medios de comunicación como elementos presentes en el proceso de conformación de la cultura, enfocándose a las culturas juveniles y a la ciudad como espacios de representación. Apoyando este giro metodológico es crucial el texto de Jesús Martín Barbero (1987), “De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía”, donde posiciona a los medios de comunicación en un contexto sociológico en el que la decodificación de los contenidos mediáticos depende de los contextos socio-culturales de la recepción. Sobre la televisión Barbero ha realizado diversos textos y de ellos destacamos “Televisión y melodrama” (1992), en él, el autor lleva a cabo un análisis de la telenovela colombiana.

Los argumentos de este análisis están relacionados con el discurso construido por Néstor García Canclini (1993, 1994, 1995) sobre todo los que relacionan los medios de comunicación con la cultura. Este autor es un referente indispensable para entender la lógica de las implicaciones entre las industrias culturales y la sociedad.

Guillermo Orozco (1993) es otro de los investigadores latinoamericanos que ha sumado experiencias al desarrollo del análisis de los medios de comunicación la educación y la cultura. Y sobre estas temáticas y sobre el diseño de políticas culturales también se ha ocupado José Joaquín Brunner (1994, 1991).

La narratología latinoamericana tiene un antecedente clave en los estudios de Beatriz Sarlo (2004). Mientras que el discurso político de los medios de comunicación y la democracia es un campo ampliamente explorado por Guillermo Sunkel (1993).

La carrera de los investigadores que hemos nombrado en este apartado ha sido prolífica desde finales de la década de los ochenta y no han dejado de producir conocimiento sobre medios de comunicación, cultura y política. Hemos destacado sólo los nombres de una generación contemporánea al de los autores de los estudios culturales ingleses. En Latinoamérica los estudios de las nuevas generaciones de investigadores tienen como eje central los procesos culturales.

6.5 EXPERIENCIAS DE INVESTIGACIÓN: TELEVISIÓN Y CONSUMO

Los análisis realizados dentro del marco de los estudios culturales, sobre audiencia televisiva, usos y apropiación de contenidos mediáticos, aportan componentes claves para la arquitectura metodológica que hemos diseñado en nuestra investigación.

Algunas líneas de investigación enfocadas al estudio de los medios de comunicación desde un enfoque cultural son las siguientes:

- La televisión y construcción de sentido.
- Televisión y redes discursivas
- Funciones sociales de la televisión
- Representación de la identidad
- Los medios de comunicación como recursos sociales

Uno de los estudios representativos sobre la televisión como proveedora de representaciones de sentido fue el análisis realizado por Morley (1978) "Nationwide". La metodología de esta investigación suponía el visionado de un episodio de una serie a 26 grupos sociales de diferentes categorías sociodemográficas. Posteriormente les fue aplicado una encuesta con preguntas abiertas y cerradas para tratar de demostrar las lecturas propuestas por Hall (dominante, negociada y de oposición) respecto a los textos.

Sonia Livingstone (1990) en su análisis "Making Sense of Televisión" tiene como objeto de análisis los modos de percepción y comprensión. La hipótesis de su investigación parte de la idea que el receptor interpreta el mensaje a través de sus esquemas mentales.

El norteamericano James Lull (1990) construyó una tipología de los usos sociales de la televisión en el contexto social mediato, en el ámbito familiar, la muestra de dicho análisis fueron más de 200 familias que fueron observadas durante tres años. La tipología de los usos de la televisión las organizó en: estructurales y relacionales. El uso estructural de la televisión hace referencia a ésa compañía tácita de la programación televisiva a través del entretenimiento y la información. La tipología relacional está ligada al paralelismo de actividades cotidianas, conectadas con los tiempos de la programación televisiva. El noticiero de la mañana o nocturno, la telenovela de la sobremesa, que van a la par de las actividades diarias de los sujetos.

Lull además de estas dos tipologías desarrolló subcategorías del uso relacional de la televisión:

- Los contenidos mediáticos como materia prima que facilita la comunicación, la conversación.
- La televisión como herramienta de conocimiento de aquéllas culturas que no están a nuestro alcance.

El consumo mediático y la construcción de redes discursivas fue un tema trabajado por Dorothy Hobson (1990) en su análisis “Women, Audiences and the Workplaces” en el que localizó y contabilizó en la conversación de los sujetos los contenidos difundidos por la televisión. Su trabajo determina que los programas televisivos ayudan a la comprensión del mundo y de uno mismo.

Los usos y el consumo de la televisión fue una de las prioridades primarias de estos estudios y se fueron perfilando hacia un análisis más específico, hacía los géneros televisivos. Género entendido como la estructura discursiva que facilita la lectura por sus cánones y formas de representación propias de la comunicación. Los géneros contienen convenciones que posibilitan la conexión con la audiencia. *El género tiene que ver con cómo interpretan “lo que se ve”, tanto los que realizan los programas como los televidentes, y esto se relaciona*

con la forma que tienen esos grupos de clasificar los programas entre: *noticias, telenovelas, concursos y musicales* (Giddens, A., 2000: 254).

Christine Glendhill (1992) realizó un análisis sobre el género *soap opera* y su implicación en la producción y circulación de pensamientos culturales, específicamente con la categoría de género. Lo que interesa de esta investigación son las preguntas construidas a partir de su objeto de estudio:

- Cómo la *soap opera* contribuye a las representaciones de cultura, particularmente a la definición de género.
- Cómo la ficción popular contribuye a la producción y circulación de identidades de género.
- Cómo la naturaleza de los *soaps operas* como género afecta la lucha cultural sobre representaciones, pensamientos e identidades.
- Cuál fue el recorrido que llevo a establecer a la *soap opera* como un género femenino.
- Qué tipo de cambios en el contenido y el estilo de las *soap opera* sugiere alrededor de la lucha de género y cambia la definición de masculinidad y femineidad.

La formulación de estas preguntas da lugar a otra reflexión sobre una de las facetas de los estudios culturales; se interesan por entender el proceso mediante el cual se construye la cultura y la identidad. El centro de su atención ya no son los efectos, porque de antemano estos estudios reconocen que los medios masivos de comunicación están implicados en las prácticas cotidianas del sujeto social y viceversa.

Ien Ang en su investigación "Watching Dallas: Soap Operas and the Melodramatic Imagination" (1985) hizo un análisis de la serie, distribuida internacionalmente, Dallas. Analiza el placer y las emociones de los

espectadores al ver la serie; contribuye así a la creación de la noción de realismo emocional. El objeto de estudio se centraba en las cartas que había recibido la propia investigadora, quien anteriormente había publicado un aviso en el diario haciendo una invitación a los que habían visto la serie para que a su vez le enviaran una carta donde detallaran las emociones que esta serie despertaba en ellos.

Sherry Turkle (1997) investiga como a través de la dinámica de un juego llamado “Mud” (en él los participantes pueden asumir roles diferentes) los sujetos adoptan distintas identidades y pretende identificar como estas construcciones identitarias tienen un nexo con procesos sociales y con la construcción del yo. Utilizó el método etnográfico con entrevistas, análisis de textos y encuentros informales.

Otro análisis medular en esta investigación es “Living with the Rubbish Queen, Telenovelas, Culture and modernity in Brazil” de Thomas Tufte (2000) en dicho texto hace un estudio de caso de la telenovela “Rubbish Queen”. Es un análisis de la recepción como un rol determinado en el proceso de comunicación, se basa en el reconocimiento de los textos polisémicos (Stuart Hall, 1973) hasta la reciente discusión concerniente a la heterogeneidad de la audiencia, especialmente desde las investigaciones realizadas en los 80’s (aparecen los primeros estudios etnográficos del contexto de uso inmediato de la televisión en la vida familiar). Es un análisis sobre cómo las audiencias usan la televisión activamente como parte de su cultura propia.

El marco conceptual del estudio de Tufte está constituido por términos como: vida cotidiana, y lo liga a las actividades básicas que organizan el día a día:

1. Organización del tiempo, espacio y relaciones sociales
2. Su disposición o trayectoria individual y colectiva en términos de su conformación de identidad y producción de significados

Este estudio de caso condensa las claves básicas de todo estudio cultural, primero, es un análisis que reconoce que la cultura es un proceso inacabado y que está en constante reformulación. Dentro de este proceso reconoce, también, que los medios de comunicación están implicados y que los sujetos se apropian de los contenidos mediáticos y los incorporan en su vida diaria, lugar donde se construye la identidad cultural. Metodológicamente al ser un estudio de caso, circunscrito en el marco teórico de los estudios culturales, no pretende crear leyes absolutas, en cambio pretende describir el uso de los medios y su incorporación en los contextos mediatos del sujeto. De tal forma este análisis y los conceptos definidos son parte fundamental en la confección de las herramientas a utilizar para analizar el objeto de estudio en nuestra investigación.

6.6 INVESTIGACIONES DEL G.R.I.S.S.

En Catalunya el Grupo de Investigación en Imagen Sonido y Síntesis (G.R.I.S.S.) ha realizado investigaciones experimentales en el marco de los objetivos buscados por autores propios de los estudios culturales. Un estudio precedente a los que a continuación describimos es “International Television Viewers Views in Six Countries” realizado por Emili Prado, entre otros investigadores, en 1988. El objetivo del estudio era comparar el consumo juvenil de productos televisivos de calidad. Dichos productos fueron elegidos del Internacional Public Televisión Screening, INPUT de 1987. Esta investigación se llevó a cabo en seis países: Italia, España, Estados Unidos, Canadá, Inglaterra y Suiza. Algunos de los resultados de la pesquisa revelaron datos sobre el uso de la televisión.

Años más tarde, Emili Prado realiza un estudio en el cuál diseña y valida una metodología cualitativa para el análisis de las nuevas modalidades de relación con la televisión y su consumo. El estudio fue financiado por la Dirección General de Investigación Científica y Técnica. En palabras de Prado la investigación tenía como *objetivo fundamental la validación de una metodología capaz de dar cuenta de los nuevos comportamientos de los telespectadores en función de los cambios acelerados del ecosistema televisivo, en función de la multiplicación de la oferta, los servicios y los utillajes que influyen en una diversificación de los mecanismos de elección y los usos* (1999:150). La metodología cualitativa utilizada fue la entrevista en profundidad (primera fase del estudio), discusión de grupo (segunda fase y el escenario de la aplicación fue el hogar de cada una de las familias que conformaron la muestra) y observación participante (última fase que fue realizada por uno de los integrantes de la familia fue observador y responsable del registro). La muestra fue representativa con un total de 26 familias de las que se fueron descartando aquellas que se iban modificando durante el desarrollo del estudio teniendo una muestra total de 18 familias.

La propuesta de la metodología en la investigación referida es interesante por el agente de observación utilizado y, por el orden de la aplicación de cada una de las técnicas utilizadas: en escalera. *El análisis de los resultados obtenidos confirman que la aplicación escalonada de estas tres metodologías resuelve los defectos de cada una de ellas, aplicada individualmente y, ofrece la ventaja de no prescindir de los aspectos cualitativos más subjetivos que caracterizan el proceso de recepción televisiva* (Prado, E., 1999: 151).

Las conclusiones de este estudio apuntan a una audiencia fiel a canales determinados, dejando la tarea de diversificar los canales a los miembros más jóvenes integrantes de familias numerosas. Demuestra que el consumo televisivo individual no es una de las preferencias de los integrantes de la familia y sí lo es, el consumo televisivo en compañía incluso sacrificando preferencias de programación. Sobre el uso del mando a distancia reveló que éste es manejado por la persona que ostenta la autoridad en la familia o por aquélla que demuestra habilidad en su uso.

Otra investigación clave sobre el uso y consumo televisivo es la tesis doctoral de Núria García Muñoz titulada “Comportamientos y hábitos de consumo televisivo del niño en el contexto familiar”. Es una investigación empírica sobre el uso de la televisión de la población infantil de 6 a 10 años en el contexto familiar. Una de las deducciones primarias de este estudio señala que el consumo de la programación televisiva es una actividad de relaciones familiares ya que el aparato y el corpus familiar comparten un mismo escenario.

Las conclusiones del análisis cualitativo son cruciales porque desvelan conductas infantiles experimentadas a partir del consumo televisivo. *La satisfacción manifestada por los niños en relación a ver televisión en compañía de padres, en primer lugar, y hermanos, lo cual disminuye las posibilidades de uso de televisor propio* (García Muñoz, N., 1997: 251). Ver televisión con la familia es uno de los momentos esperados por algunos niños entrevistados. Este análisis revela que el uso de la televisión y su consumo no está normado por los padres de familia, sin embargo, el marco normativo familiar sí alcanza a los equipos de música, video y videojuegos. El género que prima en los gustos

infantiles (niños de 6-7 años) son los dibujos animados y se observa que los niños de 8 y 10 años se van decantando por la programación de ficción.

La previsibilidad como estrategia narrativa de la telenovela es una investigación doctoral realizada por Ana Isabel Zermeño. En ella observa cómo la audiencia detecta los recursos de la narración que hacen posible que la historia sea comprendida y que algunas situaciones sean previsibles. Por lo tanto las bases del análisis son la previsibilidad, narración y telenovela. *Es un estudio de la actividad predictiva en el sujeto que descodifica el mensaje televisivo de ficción* (Zermeño, A., 1996: 222). Bajo esta perspectiva, el estudio es importante por el diseño metodológico cualitativo utilizado que, permitió relacionar el bagaje de experiencias anteriores del individuo en el consumo de este tipo de narraciones y relacionarlas automáticamente con la narrativa visionada, por lo que se establece que la narración de la telenovela es hipercodificada por la naturaleza de la audiencia a la cual se dirige, a un grupo heterogéneo.

En la telenovela existen elementos aislables que funcionan como pistas de anticipación (Zermeño, A., 1996: 224). Al grado de que, en los puntos argumentales fuertes de la narración aumenta el nivel de previsibilidad por parte de los sujetos. Otro punto focal de este análisis es la lectura de estas narraciones hechas por sujetos culturalmente diferentes entre sí, desvelando la fácil comprensión de estos productos por su reducida carga de ambigüedades. El análisis se hizo con dos telenovelas, una mexicana “Agujetas de color de rosa” producida por Televisa y “Poble Nou” producida por la cadena televisiva catalana TV3.

La telenovela es un discurso que toma como soportes a la familia nuclear, el espacio doméstico, el conflicto interior. Discurso que se decanta por la cotidianización de lo representado, que apela a título individual –pero en un espacio colectivo- a la emotividad del espectador y que en su dramatización busca la identificación análoga con el ambiente que representa. Todo esto hace que el espectador, en el proceso de “lectura”, perciba situaciones extrapolables a su cotidianeidad porque cuenta con esquemas mentales aplicables a esa realidad (Zermeño, A., 1996: 231).

Por último, mencionar la tesis doctoral de Enrique Guillén “Medios y Sociedad en Aragón: discursos, construcción de identidad y relaciones de poder” que incide directamente en el tema a analizar.

Es una apuesta por comprender lo real social desde la comunicación y la cultura...es una investigación que aspira a producir conocimiento científico a partir de una comprensión lingüística del acontecer social vivido en Aragón entre el 1 de marzo de 1992 y el 15 de septiembre de 1993 (Guillén, E., 2001: 7).

Plantea un análisis discursivo de una temática social en un contexto determinado, implica los acontecimientos suscitados en un periodo de seis meses que se resumen en:

- Firma del Pacto Autonómico entre el Gobierno español y los representantes de partidos políticos.
- Repercusión de este pacto en la Comunidad de Aragón.
- Primeros pasos del Plan Hidrológico Nacional y una clara oposición de la comunidad Aragonesa al desarrollo del plan.
- Pacto entre la cadena Antena 3 y el Gobierno Autonómico de Aragón para que dicha cadena programara tres horas para la comunidad.

Es una lectura textual de estos hechos vinculados con otros acontecimientos históricos y con discursos de diversas fuentes, no sólo se estudia el acontecer generado por los medios o su representación del acontecimiento a partir de la noticiabilidad, también se atienden las prácticas sociales cotidianas en las que coexisten diversos tipos de comunicación y en las que puede resignificarse lo medial y determinar el comportamiento colectivo o, en términos semióticos, la significación (Guillén, E., 2001: 39).

Se mencionan estos estudios, en particular, porque contienen características esenciales así como objetivos compartidos con esta investigación. Comparten la preocupación por los procesos de consumo y usos de los medios de comunicación, con una mirada introspectiva de las dinámicas que propician dichas acciones. Un interés por exteriorizar esas actividades que están más cerca de las emociones, de lo cotidiano del sujeto. Es una búsqueda de conocimiento que no intenta extrapolarse, ni hacer sentencias definitivas sobre los temas analizados.

La construcción de la geografía de nuestra investigación está conformando diversos continentes que describen, contextualizan y precisan los códigos de lectura de nuestra observación. Así, hemos construido un marco contextual, uno conceptual y uno teórico. Sin embargo, todo lo expresado en ellos se entiende a partir de la aplicación de nuestro estudio de caso. Después de todo lo descrito consideramos urgente la exposición de nuestro diseño metodológico y de sus diversas fases de aplicación.

MARCO METODOLÓGICO

7. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio de la ficción televisiva como productora de referentes identitarios en un contexto cultural catalán se justifica por la necesidad de trabajar con la categoría “cultura” vinculada con los medios masivos de comunicación, especialmente con la televisión. El análisis se plantea desde esta categoría de estudio porque la televisión por momentos históricos-teóricos ha sido aislada de ella. Es pertinente retomar el binomio, medios de comunicación y cultura, porque durante un periodo de la historia pasó desapercibida (después de la Segunda Guerra Mundial), y tuvo algunos atisbos de presencia durante los años sesenta.

El estudio de los géneros televisivos es fundamental porque ofrece un nivel de análisis en el que se integran los aspectos culturales y discursivos de la comunicación (Larsen, P., 1993).

El análisis de la producción de la ficción televisiva, de los textos audiovisuales y de su consumo es importante porque genera conocimiento primero, sobre las interrelaciones entre los elementos que conforman esta triada (televisión, identidad, cultura) y segundo, registra las representaciones culturales, su materialización y operacionalización. Y porque permite indagar en las características de los elementos referenciales de identidad cultural en un contexto global. El objetivo final de esta línea de investigación es servir de antecedente al diseño de políticas culturales de producción de las cadenas televisivas acordes al contexto social y para revitalizar el vínculo social como función de servicio público de la televisión.

Hemos elegido la cadena televisiva autonómica catalana por la proximidad con el contexto. Televisió de Catalunya es una cadena que forma parte de la Corporación Catalana de Radio y Televisión, ente que se ha preocupado desde su fundación por la inclusión de cuestiones culturales en su programa de

actuación. De las cláusulas de formación de la CCRTV se destacan los siguientes ítems que hacen alusión a las prácticas de los medios de comunicación que forman parte del ente mencionado y que están relacionados con lo cultural:

- Proporcionar una información completa, veraz y objetiva que posibilite la divulgación del conocimiento entre la población de Catalunya y del resto de tierras y comunidades de habla catalana.
- Contribuir a la normalización y promoción de la lengua catalana (en sus diferentes variedades incluyendo su presencia en las tecnologías de la información y de comunicación) y del Aranés.
- Transmitir los valores de la catalanidad entendida como una defensa de la identidad nacional catalana, de los valores democráticos, y de la solidaridad entre las personas.
- Promover la cohesión social, particularmente entre las tierras y comunidades de habla catalana, así como la integración de colectivos que merecen atenciones especiales y de colectivos procedentes de otros ámbitos culturales.
- Consolidar un espacio comunicacional catalán.
- Consolidar el imaginario colectivo en el que se reconozca y se implique el conjunto de la población de Catalunya y del resto de tierras de habla catalana.
- Promover el desarrollo de la industria audiovisual catalana fomentando la producción audiovisual en catalán especialmente de programas de entretenimiento, deportivos, formativos y publicitarios.
- Promover la incorporación de Catalunya a la sociedad de la información.

Las cuestiones enlistadas dibujan las preocupaciones y ocupaciones de la CCRTV. Los fundamentos mencionados salvaguardan la identidad y cultura e incentivan el uso de la lengua catalana a partir de la promoción de prácticas que se desarrollen en contextos democráticos y de inclusión.

Nuestro análisis basa su entramado metodológico en el circuito de la cultura propuesto por Stuart Hall (1997) para él la representación a través del lenguaje es un elemento central en el proceso de producción de significados. Por lo tanto, nuestro estudio indaga en la producción de las representaciones, en el carácter de los referentes culturales de la ficción televisiva y cómo éstos son consumidos por la audiencia.

Es tan basta la producción de ficción en Televisió de Catalunya que hemos optado por el análisis de una serie y a partir de ella realizar la investigación. Nuestro objeto de estudio es la comedia de situación “Plats bruts”, emitida por TV3 y de ella analizaremos los episodios “Tinc nació” y “Tinc espelma”.

Determinado nuestro objeto de estudio es necesario plantear las hipótesis que incitan la búsqueda de una metodología apropiada para comprender los procesos que intervienen en la producción, en el texto audiovisual y en el consumo de las representaciones mediáticas. El marco desde en el que trazamos las hipótesis considera que con el entretenimiento se elaboran representaciones de lo que es la identidad nacional (aunque cada vez se configura en menor medida desde lo nacional), individual, social, política y cultural; esta última categoría, la identidad cultural, es un elemento significativo que trataremos de identificar en la creación y la narración de la ficción, así como en el consumo.

La identidad es una categoría de análisis que en el ámbito de la comunicación ha estado ligada a los informativos, porque se parte del supuesto que es un género que refleja fielmente el contexto social. El estudio de las representaciones de la ficción televisiva es exiguo respecto al de los informativos. En tal caso, es necesario realizar estudios que relacionen la categoría de identidad y contenidos de ficción. En primer lugar, por la escasa

atención prestada a su análisis y segundo, porque los informativos tienden hacia la espectacularidad en su afán por ganar audiencia y con estas apuestas se alejan cada vez más del entorno social cotidiano. Y la ficción, paradójicamente, se acerca, cada vez más, al contexto cotidiano del sujeto.

Nos decantamos por una comedia de situación porque la producción de este formato en España y Catalunya es relativamente reciente respecto al mercado norteamericano y el inglés. Por lo tanto, su audiencia también es reciente. En este sentido, existe cierto vacío en los análisis de este género.

Planteadas las claves que orientan la construcción de las hipótesis, citamos cada una de ellas a partir de los tres puntos nodales de esta investigación: desde la producción de la ficción (creativos del producto), el producto cultural (la *sitcom* “Plats bruts”) y su consumo.

Hipótesis generales

Producción de la ficción (creativos del producto)

- » Los responsables del proceso creativo de la serie reproducen en sus historias contextos que son cercanos a ellos.

- » El perfil de los personajes creados por los guionistas de la *sitcom* está basado en características que los creativos reconocen en las personas que son cercanas a su entorno.

- » El matiz de las temáticas desarrolladas en la serie corresponden a las preocupaciones, intereses, ideología y valores de los guionistas.

- » Coordinadores y guionistas construyen las historias de ficción sin la conciencia que las representaciones de sujeto, sociedad y contexto presentes en sus guiones son propuestas que forman parte de un imaginario social.

El producto cultural (la *sitcom* “Plats bruts”)

» El texto audiovisual de la serie contiene representaciones que hacen alusión a la identidad cultural.

» Los referentes identitarios presentes en la serie se condensan en imágenes y en el audio, en los diálogos desarrollados por los personajes, en el contexto de la historia desarrollada y en los perfiles de los personajes (en su forma de actuar y comunicarse).

» Los referentes culturales propuestos por las series de ficción producen un imaginario social específico que se corresponde al contexto próximo de la producción, distribución y consumo de la serie.

Consumo de la ficción

» Los sujetos identifican en las series de ficción referentes culturales.

» Los sujetos identifican que los referentes de las series de ficción le son cercanos.

» Los sujetos se reconocen en los referentes propuestos por la ficción televisiva.

» Los sujetos reconfiguran los referentes propuestos por la ficción televisiva según su origen.

Hipótesis particulares

Producción de la ficción (creativos del producto)

» Los creativos de la serie “Plats bruts” (guionistas y coordinadores) eligen las temáticas tratadas en las historias de los episodios a partir de experiencias, valores e intereses personales.

» El contexto que construyen los guionistas con sus historias corresponde a un ámbito propio y conocido por ellos.

» El bosquejo del perfil de los personajes de la serie está basado en características personales del equipo creativo o en rasgos que reconocen como próximos a su entorno.

» Los creativos de la serie no tienen conciencia las representaciones que proponen en sus historias forman parte del gran banco de significaciones que generan ideas de pertenencia o rechazo a un grupo social determinado.

El producto cultural (la *sitcom* “Plats bruts”)

» El texto audiovisual de la serie “Plats bruts” contiene representaciones identitarias que hacen alusión al contexto dónde éstas fueron producidas.

» Las representaciones identitarias se expresan en imágenes, en los diálogos o en el audio de los episodios de la serie.

» El carácter de los referentes culturales condensados en el texto audiovisual están determinados por el contexto de producción de la serie. En este caso, los referentes hacen alusión a un espacio de significación catalán.

Consumo de la ficción

» Los sujetos reconocen los elementos que constituyen una *sitcom*.

» Los sujetos sin importar su *background* consideran que los referentes culturales propuestos por “Plats bruts” se relacionan con un contexto catalán.

» Los sujetos cercanos al contexto catalán y también los lejanos, reconocen, además de la lengua catalana, otros referentes culturales que corresponden a un imaginario catalán.

» Los sujetos relacionan el carácter de los referentes culturales identificados con una línea editorial de TV3.

» Los sujetos próximos al ámbito catalán se identifican con los referentes propuestos por “Plats bruts”.

» Los sujetos alejados del ámbito catalán no se identifican con los referentes propuestos por “Plats bruts”.

» El humor de la sitcom “Plats bruts” es un referente cultural catalán.

Es importante destacar que este análisis no pretende concebir un concepto de identidad cultural catalana, entre otras razones, porque es un proceso que está en constante reformulación. Y esta es una característica universal de las identidades culturales como queda dicho.

7.1. METODOLOGÍA

Para desarrollar el marco metodológico es necesario desvelar las preguntas que dirigen el estudio de la ficción televisiva como productora y reforzadora de referentes de identidad cultural catalana. Las preguntas están organizadas por los tres paneles analíticos que constituyen nuestra investigación.

Producción de la ficción (creativos del producto)

- ¿Cuál es el trabajo que realiza cada uno de los responsables de las historias de la serie “Plats bruts”?
- ¿Cómo se trabajan los guiones?
- ¿Cómo se construyen los personajes, contextos, perfiles, etc.?
- ¿Cómo se eligen las temáticas de cada episodio?
- ¿Cuál es la línea editorial de la serie?
- ¿Características del lenguaje utilizado en la serie?
- ¿Cómo se trabaja el humor en una comedia de situación?

El producto cultural (la *sitcom* “Plats bruts”)

- ¿Los referentes culturales (imagen-audio) presentes en la serie hacen referencia a un contexto catalán?
- ¿Alguno de los referentes culturales (imagen-audio) hacen alusión a símbolos nacionales de Catalunya?
- ¿La lengua utilizada en la serie es un elemento referencial?

- ¿El contexto de los episodios se reconoce como catalán, y a partir de qué elementos es posible hacer esta asociación?
- ¿Las problemáticas desarrolladas en la serie reproducen situaciones cercanas a la realidad social?
- ¿Las historias narradas en “Plats bruts” hacen referencia a personalidades que existen fuera del ámbito de la ficción?

El consumo de la ficción

- ¿Los sujetos reconocen referentes culturales catalanes en la serie “Plats bruts”?
- ¿Cuáles son los elementos que constituyen referentes culturales catalanes?
- ¿Los sujetos determinan que la lengua no es el único rasgo que hace referencia a lo catalán en la serie?
- ¿Los sujetos vinculan el carácter de los referentes culturales identificados con TV3?
- ¿Los sujetos detectan que “Plats bruts” refuerza la idea de pertenencia a un grupo social catalán?
- ¿Los sujetos identifican en los personajes de la serie referentes catalanes?
- ¿Se identifican los sujetos con las temáticas de la serie?
- ¿Se identifican los sujetos con los personajes de la serie?
- ¿Depende del origen de los telespectadores las identificaciones, el carácter de éstas, que puedan detectar en la serie?

- ¿Para los sujetos el humor de la serie Plast bruts es un referente cultural?
- ¿Los sujetos reconocen los elementos que constituyen una sitcom?
- ¿Con qué aspectos relacionan el formato?

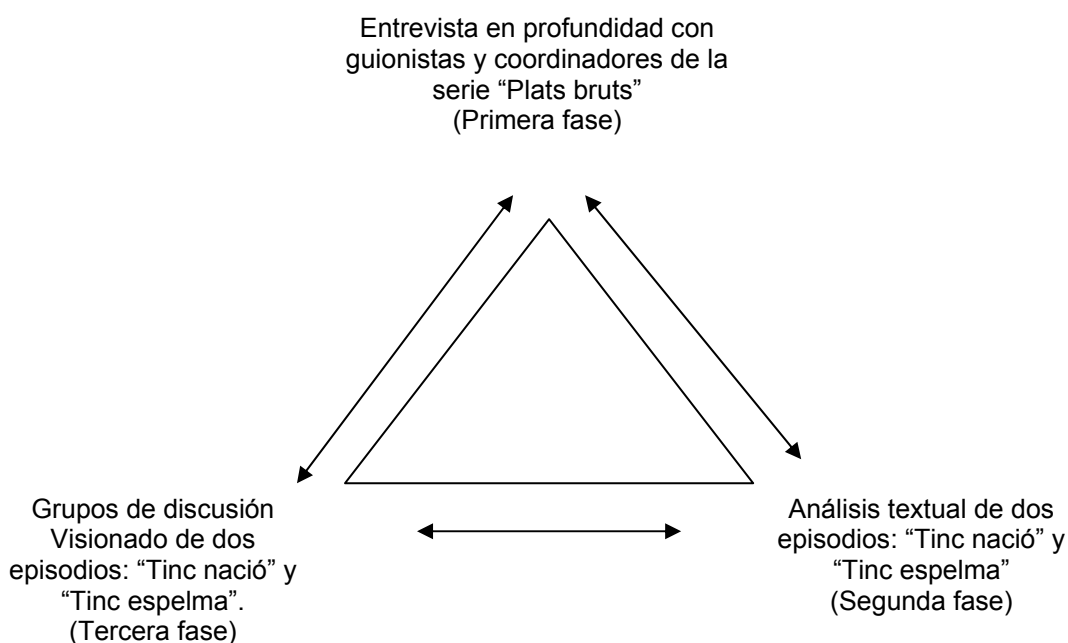
Con las preguntas citadas diseñamos un arquetipo metodológico cualitativo y es ésta cualidad la que nos permitirá alcanzar los objetivos planteados. Durante el diseño y aplicación de las herramientas surgieron otras dudas que se han sumado en el desarrollo del trabajo de campo.

7.2. DISEÑO DE LAS TÉCNICAS

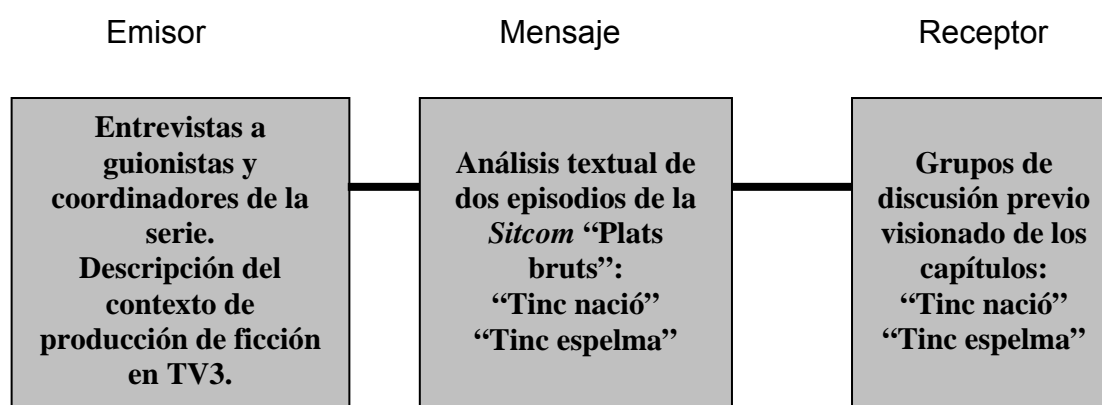
Las herramientas a utilizar en la investigación son: la entrevista en profundidad, el análisis textual y los grupos de discusión. Se pretende hacer una triangulación y contrastar los datos obtenidos entre los creativos del producto cultural, el texto de la producción, el consumidor y el proceso de consumo.

La entrevista en profundidad se realizará a los guionistas y coordinadores de la serie. La aplicación de esta herramienta nos aportará información sobre la dinámica de producción de la comedia de situación y enfatizaremos en los detalles sobre la elaboración de las historias de la serie.

El análisis textual aporta la visión de los episodios de la serie a observar. Para cerrar nuestro triángulo metodológico y para contrastar los datos obtenidos con las herramientas mencionadas recurrimos a los grupos de discusión. En cualquier caso este es el esquema de nuestra investigación:



La pertinencia, a propósito de estas herramientas, se justifica en la idea básica de la comunicación: emisor, mensaje y receptor. Es decir, se entrevista a los guionistas de los episodios estudiados y a los coordinadores de la serie. Se describe el contexto de producción de la serie y del medio de comunicación donde fue emitida. Podríamos decir que se explora el proceso de emisión del mensaje, que en nuestro caso son dos episodios de una serie. Por otro lado, se realizan grupos de discusión con la finalidad de hacer un estudio de recepción, de consumo, para conocer cómo se descodifica el mensaje, la serie, el episodio en concreto. Situados en este punto, consideramos la necesidad de cerrar el círculo y realizar un análisis del mensaje, del discurso construido por los episodios. El esquema de investigación, atendiendo a lo descrito anteriormente, se expresa de la siguiente forma:



El esquema anterior nos ayuda a comprender la aplicación de las herramientas que conforman nuestra investigación que no es más que una forma de *reflexionar sobre las complejas relaciones entre el lector e historia, ficción y realidad, puede constituir una forma de terapia contra cualquier sueño de la razón, que produce monstruos* (Eco, H., 1997:152).

7.2.1. ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

En el análisis de una serie de ficción son múltiples los aspectos a tomar en cuenta si se quiere realizar un estudio que ilustre la complejidad del objeto de estudio. En este sentido, creemos fundamental obtener información de los responsables de la producción creativa de la serie, por lo que consideramos

oportuno realizar entrevistas en profundidad semidirigidas a los directores de la serie y guionistas de los episodios que forman parte del análisis de este trabajo de investigación.

La entrevista como herramienta metodológica en esta investigación se aplica *no tanto como un medio de acceder al conocimiento de comportamientos y rasgos individuales de las personas, sino más bien como un medio de acceder al conocimiento de los fenómenos sociales* (García, M., 1984:151). De tal modo, nos interesa indagar en el proceso creativo de una comedia de situación, desde la génesis de la idea pasando por el diseño de los personajes, contextos y temáticas abordadas como por la caracterización del humor como ingrediente narrativo de la ficción.

Al tratarse de una entrevista semidirigida hemos diseñado una escaleta que condensa los aspectos sobre los cuales nos interesa hacer hincapié:

- 1) Idea original de la serie
- 2) Una comedia de situación
- 3) Sobre los personajes
- 4) Sobre las temáticas
- 5) Los guiones
- 6) El humor en la comedia de situación
- 7) Libro de estilo: la Biblia
- 8) El catalán en “Plats bruts”
- 9) Los episodios analizados

Si bien, esta investigación es un estudio que se plantea desde la audiencia, desde el consumo, es pertinente conocer el trabajo previo a la producción de la serie de ficción. En este sentido, las entrevistas a los responsables creativos de la serie conforman un eje fundamental en este entramado metodológico, el registro de los discursos elaborados en ellas son el objetivo fundamental de esta herramienta cualitativa.

7.2.2. DISEÑO DEL ANÁLISIS TEXTUAL

Uno de los objetivos de esta investigación es ubicar las representaciones y referentes producidos por la ficción televisiva en el terreno de lo social. Por otro lado, creemos oportuno conocer el dispositivo que produce y/o contiene los referentes propios de la identidad cultural. Para ello, es necesario detallar los elementos que constituyen el discurso de la ficción y cómo éstos se relacionan entre sí. En cualquier caso, reconocemos que el discurso de la ficción contiene material simbólico que se construye en conjunto con las significaciones que la audiencia aporta. Al respecto, Eco expresa que *toda ficción narrativa es necesaria y fatalmente rápida, porque –mientras construye un mundo, con sus acontecimientos y personajes- de este mundo no puede decirlo todo. Alude, y para el resto le pide al lector que colabore rellenando una serie de espacios vacíos* (Eco, H., 1997:11).

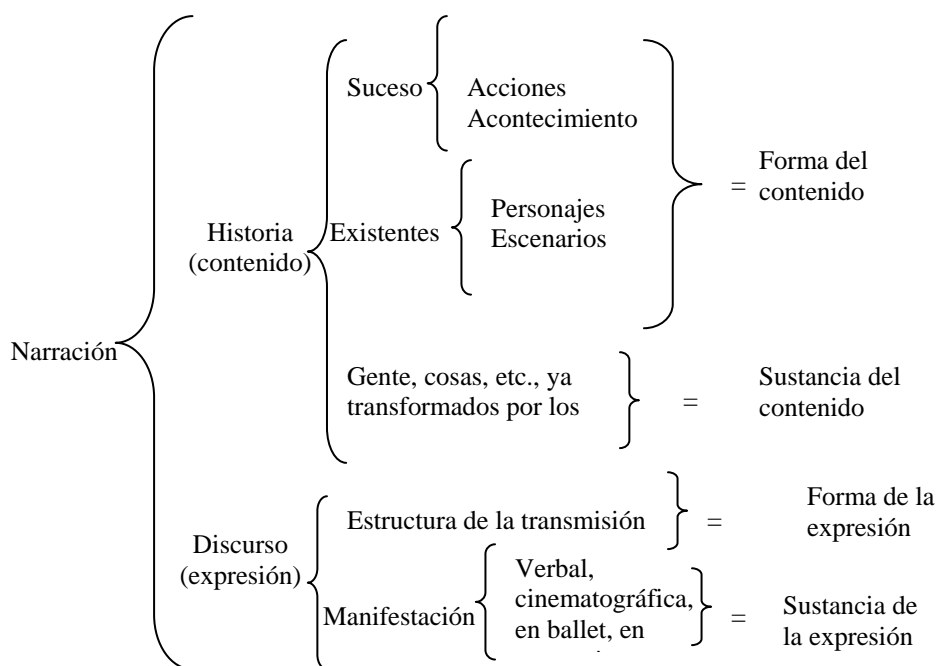
La segunda fase que conforma el método de esta investigación es el análisis cualitativo del discurso de “Plats bruts”. Según Peter Larsen (1993) fue el sociólogo alemán Siegfried Kracauer quien usó, por primera vez, el término de análisis cualitativo del contenido, en su artículo *The challenge of qualitative content analysis*, publicado en 1953 en la revista *Public Opinion Quartely*. En dicho artículo, Kracauer expresa que *puesto que el análisis cuantitativo demuestra ser inadecuado para describir comunicaciones complicadas, parecería recomendable investigar dentro de perspectivas de un acercamiento analítico el cual enfatice en lo cualitativo más que en los procedimientos cuantitativos* (Kracauer, S., 1953:637).

El análisis textual se ha servido de los instrumentos diseñados por la narratología y la semiología principalmente. Este binomio (narratología-semiología) supone contradicciones por sus enfoques tan diferenciados, sin embargo, no existe un arquetipo de análisis textual sino que se concibe como la suma de herramientas de diferentes corrientes analíticas.

El método cualitativo nos permite comprender la estructura de una comedia de situación, desde los elementos “físicos” que la conforman (personajes y escenarios) hasta aquellos elementos etéreos que se reconocen sólo bajo el paraguas de un análisis cualitativo del texto audiovisual. Entendemos el texto *como un campo indeterminado de significado en el que se produce la intersección entre las intenciones y los efectos posibles* (Larsen, P., 1993:151). En nuestro caso el texto es una narración audiovisual.

Para nosotros además de una narración audiovisual, la ficción televisiva es una práctica social (si se inserta en una dinámica de consumo). Es así como el análisis del discurso cualitativo *enfoca la conversación y los textos como prácticas sociales* (Potter, J., 1996:125), lo expresado anteriormente hace posible que se pueda analizar la ficción televisiva desde un contexto social. A diferencia del *Content Analysis* que *considera a los mensajes como secuencias de elementos aislados y que a la vez son susceptibles de clasificarse por categorías y ser objeto de clasificaciones estadísticas* (Moragas, M., 1984: 57).

Seymour Chatman, profesor emérito en la Universidad de Berkeley, diseñó en su libro “Historia y Discurso” (1990) un paradigma de la narración y sus componentes, en él condensa los elementos que la constituyen. El gráfico siguiente define cada uno de los componentes de una narración dentro del contexto de la teoría literaria.



Los dispositivos principales en este arquetipo son la historia y el discurso, para Chatman *lo que se comunica es la historia, el elemento de contenido formal de la narración, y se comunica por el discurso, el elemento de expresión formal* (Chatman, S., 1990:32). En el gráfico anterior se expone claramente las unidades temáticas que deben estar presentes en el estudio de un texto narrativo, es así como cada una de estas unidades se incluyen en nuestro modelo de análisis textual.

Cassetti y di Chio, estudiosos de los medios de comunicación, específicamente de la televisión, explican que *la afirmación del análisis textual se lleva a cabo a partir de los años setenta y obedece a una razón técnica, a la necesidad de corregir algunos límites del análisis de contenido (tienden a actuar sobre unidades semánticas aisladas unas de otras y de un tamaño reducido al mínimo). Pero los textos (incluidos los audiovisuales), movilizan configuraciones mucho más complejas, construyen mundos propiamente dichos, que tienden a amalgamar las diferentes indicaciones ofrecidas y abarcan toda la realidad representada* (Cassetti, F., Chio di, F., 1999:250).

Además de obtener –con el análisis textual- una información propiamente referencial, interesa ubicar los tipos de representaciones que están presentes en el texto. Podemos adelantar que dichos referentes, quizás, se vean reflejadas en el léxico y en la forma de comunicarse de los personajes de la serie (códigos lingüísticos, estilísticos, pero también culturales e ideológicos).

El análisis textual de los episodios de la *sitcom* “Plats bruts” se basa en un modelo diseñado por Francesco Casetti y Federico Di Chio (1999) quienes plantean un estudio en cuatro fases. Las dos primeras, se enfocan a los personajes y a su enunciación, es decir, descomponen el texto audiovisual (el episodio) en unidades de análisis. Las dos últimas fases estudian el total del texto de los episodios, describen la historia, las tramas que la componen, así como los espacios donde se lleva a cabo la acción narrativa.

Las fases de nuestro análisis textual se organizan en:

1. Historia de la ficción.
2. Sujetos e interacciones
3. Al texto oral y a la enunciación.
4. Puesta en escena.

Si recordamos el arquetipo de la narración diseñado por Chatman (1990) las fases 1 y 2 del diseño de Casetti y di Chio (1999) condensan el estudio referente a la forma y sustancia del contenido. Por otro lado, las fases siguientes, la relativa a la descripción del texto oral y a la enunciación, así como el análisis de la puesta en escena conforman la forma y sustancia de la expresión.

Cada fase del análisis textual comprende unidades de investigación totalmente diferentes entre sí, es decir, es un estudio parcelado temáticamente pero que no pierde de vista el texto total. En cualquier caso, el conjunto de los resultados

observados por cada parcela constituyen un todo, expresan diferentes ideas sobre un mismo objeto de estudio, por lo tanto, son fases de investigación complementarias. Este devenir es expresado por Kracauer (1953) a partir de la idea que los análisis cualitativos hacen uso de categorías que son cuantificables pero siempre los relacionan con la estructura del texto como un todo.

Para la realización de las cuatro fases del análisis textual se diseñaron tablas de registro que contemplan las variables a observar según cada unidad temática.

7.2.2.1 HISTORIA DE LA FICCIÓN

En esta etapa del análisis se describe la historia como el curso de “sucesos que presuponen el conjunto total de todos los detalles concebibles” (Chatman, S., 1990:29). Se identifican las tramas y su estatus respecto a la historia. Posteriormente, se fragmenta el discurso audiovisual por su expresión más técnica, por secuencias y cada una de ellas es relatada. Cada secuencia corresponde a una continuidad espacio y tiempo en la narración.

Cada texto audiovisual –episodio- se divide en tres momentos que corresponden a los puntos clave de toda narración:

» Principio, momento en el que se define el problema a solucionar, se explica de qué tratará el episodio.

» Clímax, es cuando la situación problemática en la historia se encuentra en su nivel de máxima complicación.

» Final: es la resolución o no del problema.

Las secuencias que conforman el episodio son organizadas respecto al momento narrativo correspondiente. A cada secuencia le corresponde una trama de la historia.

Esta primera fase de la investigación es descriptiva. En ella, se hace hincapié en el tiempo y en los espacios utilizados por los personajes que conforman la serie. Respecto al tiempo, se identifica la duración de aparición de cada uno de los personajes en el episodio. A cada tiempo le corresponde un espacio, mismo que también hemos registrado. El cuadro siguiente expresa el modelo de ficha de registro para la categoría tiempo y espacio de los personajes.

	Protagonistas		Secundarios	Fugaces
Personajes	Lopes	David		
Tiempo de aparición				
Espacios ocupados				

La primera unidad de análisis, tal como lo hemos expuesto, nos ubica en un determinado tiempo y espacio de la serie. Este binomio implica una acción narrativa determinada. Hay que recordar que el texto audiovisual es una comedia de situación y sus acciones narrativas se relacionan con el registro humorístico. Por lo anterior, es fundamental situar, en los textos, los gags por tiempo de ejecución y sus protagonistas. Nos interesa conocer si el peso humorístico de la serie recae en algún personaje en específico.

El humor en una *sitcom* puede estar protagonizado por un gag, que es ese “detalle gracioso –verbal o visual, de comportamiento, o de decorado-concebido para ser repetido varias veces” (Melgar, L., 2000:105). Sin embargo, el registro cómico, para este análisis se observó más allá de su concepción tradicional y se indagó en las situaciones graciosas creadas por los personajes. Al registro se suma, además, los tags, *rasgo característico, tic, gesto, réplica peculiar, detalle indumentario*, (Melgar, L., 2000:107) de los personajes que provocaron risas en el público asistente.

	Protagonistas		Secundarios	Fugaces
Personajes	Lopes	David		
Tiempo de aparición de gags y quién los protagoniza.				

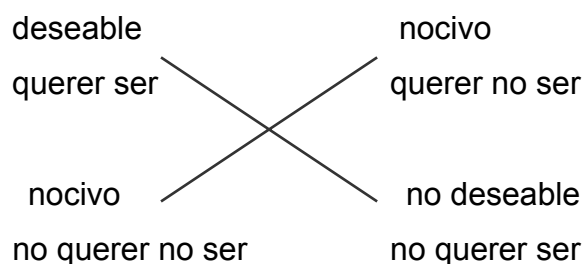
En la ficha de análisis diseñada, se especifica el tiempo de aparición de los gags de manera general, es decir, se registra indistintamente los gags, las situaciones cómicas y los tags desarrollados en la serie.

7.2.2.2 ANÁLISIS DE LOS SUJETOS E INTERACCIONES

Superada la fase anterior, el análisis se enfoca en los personajes, a partir de la descripción de algunos rasgos de su comportamiento, de su lenguaje gestual y en su caracterización. Se trata de describir el carácter de los personajes y cómo están reforzados verbal y físicamente.

Describir el comportamiento de los personajes de la serie traslada este análisis a un plano psicológico que hasta el momento hemos evitado porque no está dentro de los objetivos de esta investigación.

Nuestra búsqueda de una taxonomía apropiada se basa en la idea de las categorías tónicas de Greimas quien las explica como *una categoría “primitiva”, también llamada propioceptiva, con cuya ayuda se trata de formular, muy someramente, el modo en el que todo ser vivo, inscrito en un medio, “se siente” a sí mismo y reacciona ante su entorno, un ser vivo considerado como “sistema de atracciones y de repulsiones* (Greimas, A., 1990:107). Según el mismo autor se trata de categorías superficiales a las que le corresponden cuatro modalidades: el querer, deber, poder y saber, las categorías se circunscriben en las siguientes relaciones:



Las denominaciones citadas forman parte de un listado más extenso que Greimas anota en su texto *Del sentido II* (1990, pp.114)

Las modalidades que Greimas propone están diseñadas para el estudio de una sintaxis modal, las cuales nos ayudan a ubicar una taxonomía del comportamiento de los personajes basados en las cuatro modalidades que se expusieron anteriormente. Greimas, explica que dicha fabricación terminológica plantea dificultades por su definición arbitraria y sugiere la necesidad de *confiar a un “comité terminológico” que pudiera apreciar su empleo –de las denominaciones- en la práctica de análisis textuales* (Greimas, A., 1990:114). En este sentido, los nominalistas explican que los rasgos son sólo nombres y que no es necesaria una validación universal ya que dicha categoría no existe en sí misma.

De tal forma, haremos una categorización nominativa de los comportamientos basada en estudios realizados desde el contexto de la psicología. La búsqueda de dichas denominaciones estará limitada al contexto español, porque es importante el contexto cultural ya que los rasgos están codificados por esta categoría. Por otro lado, la psicología no es la única disciplina que se ocupa de diseñar taxonomías de comportamiento sino, también, *la astrología, la medicina galena, la Reforma, el neoclasicismo, el romanticismo y el psicoanálisis* (Chatman, S., 1990:132).

En cualquier caso, lo que nos interesa es definir algunos rasgos que identifiquen a los personajes de la serie. Para nosotros un rasgo es *cualquier manera distinguible y relativamente duradera en la que un individuo se diferencia de otro* (Guilford (1959) en Chatman, 1990:130)

Todo lo expresado anteriormente nos sirve para justificar que las categorías que utilizamos en la descripción de los personajes son apreciaciones que algunos investigadores podrán etiquetar como subjetivas, sin embargo, nos justificamos en las tres máximas de Chatman que explican nuestro proceder analítico:

» *Todas las características personales relativamente constantes pueden agruparse como rasgos de una manera improvisada si lo único que nos importa es cómo son los personajes* (Chatman, S., 1990:34).

» *Si distinguimos entre un caso de la vida real y uno narrativo añadiendo «narrativo» o «ficticio» es ya suficiente para recordarnos que no estamos tratando realidades psicológicas sino de construcciones artísticas, pero que entendemos estas construcciones por medio de información psicológica extremadamente codificada que hemos recogido en la vida ordinaria, inclusive en nuestras experiencias con el arte* (Chatman, S., 1990:135).

» *Es mejor arriesgarse a ser irrelevante que excluir inferencias y especulaciones sobre los personajes potencialmente ricos* (Chatman, S., 1990: 129).

Nuestras nominaciones se basan en el estudio desarrollado por Ana Iraregui y Ma.Paz Quevedo (2002) de la universidad Pontificia de Salamanca quienes proponen una aproximación psicolingüística al estudio de la personalidad en español; en ella diseñan una taxonomía compuesta principalmente por adjetivos, sustantivos y verbos extraídos de la Real Academia Española. Las autoras de dicha propuesta explican que su objetivo es *identificar en nuestro lenguaje, todos los términos que sirven para diferenciar las conductas, experiencias, estados, disposiciones, efectos sociales, apariencia, etc., se ha realizado desde un punto de vista integrador, que quizá sirva para vincular las distintas hipótesis y resultados sobre la naturaleza de la personalidad humana* (Iraregui, A., Quevedo, P., 2002).

La taxonomía se guía en un modelo propuesto por Allport, G.W. y Odbert, H.S. (1936) quienes dividen las categorías en cinco sentidos:

- 1) Disposiciones del individuo.
- 2) Sobre condiciones temporales
- 3) Aspectos sociales
- 4) Características externas y de apariencia
- 5) Términos de limitada utilidad

Disposiciones del individuo	Condiciones temporales	Aspectos sociales	Características externas	Términos de limitada utilidad
Seguro-Inseguro	Tolerante-Dominante	Desleal-Apreciador	Responsable-Vago	Sociable-Introvertido
Decidido-Pesimista	Pacífico-Gruñón	Fanfarrón-Profundo	Cuidadoso-Inconstante	Hablador-Seco
Valiente-Decaible	Paciente-Mandón	Hipócrita-Meditador	Centrado-Vicioso	Alegre-Solitario
Positivo-Depresivo	Pacienzudo-Brusco	Malvado-Comprendedor	Aplicado-Imprudente	Abierto-Callado
Optimista_Débil	Apacible-Vengativo	Fantasmón-Receptivo	Constante-Golfo	Comunicativo-Asocial
Vencedor-Indeciso	Sereno-Malhumorado	Embustero-Reflexivo	Estudioso-Irresponsable	Charlador-Serio
Brillante-Temedor	Bondadoso-Enojadizo	Impostor-Perceptivo	Precavido-Vividor	Extrovertido-Tímido
Avanzado-Miedica	Bueno Autoritario	Destruidor-Pensador	Disciplinado-Holgazán	Simpático-Antisocial
Original-Lorón	Aguantador-Agresivo	Malintencionado-Confiable	Obediente-Distraído	Risueño-Inexpresivo
Talentoso-Lamentador	Comprensivo-Enfadadizo	Falso-Sensitivo	Esmerado-Despilfarrador	Amistoso-Reservado
Aventajado-Hipersensible	Bonachón-Posesivo	Farolero-Especificativo	Perfeccionador-Perezoso	Dicharachero-Retraído
Despierto-Torpe	Compasivo-Testarudo	Traicionero-Entendedor	Ahorrador-Impulsivo	Cariñoso-Cohibido
Hábil-Medoso	Humilde-Violento	Maligno-Deductivo	Cauto-Desorganizador	Expresivo-Desconfiado
Avispado-Ahogadizo	Sensato-Retorcido	Ruín-inventivo	Dedicativo-Derrochador	Afectuoso-Individualista
Sagaz-Cobarde		Trolero-Íntimo	Prevenido-Alocado	Divertido-Apático

Elaboración propia a partir del diseño realizado por Iraregui y Quevedo 2002.

Las categorías expresadas en la tabla anterior conforman el abanico de posibilidades a partir de las cuales se observa el comportamiento de los personajes en la serie, sin embargo, no se busca la correspondencia a cada una de las cinco unidades propuestas por Allport, G.W. y Odbert, H.S. (1936), sólo se citan (en el cuadro) porque son la base del estudio realizado por Iraregui y Quevedo (2002).

Para describir el lenguaje gestual de los personajes, hemos optado por construir variables ordinales. Una medida ordinal *además de incluir las propiedades de la medida nominal, incluye la propiedad de que las categorías pueden ser ordenadas en el sentido de menor que o mayor que* (García, M., 1984:37). Las categorías se han organizado en tres sentidos, se citan por orden descendente: exagerado, sencillo y sobrio.

La descripción de la indumentaria de los personajes hemos optado por una construcción libre, que se fundamenta en lo observado en cada episodio, en la cual no se utilizaron variables definidas.

	Protagonistas		Secundarios	Fugaces
Personajes	Lopes	David		
Comportamiento de los sujetos				
Lenguaje gestual				
Ropa utilizada				

La ficha analítica de esta fase del análisis textual condensa cada una de las unidades temáticas a observar.

El rol de los personajes de la serie se analiza a partir de la observación de los episodios. A medida que las tramas se desarrollan, los personajes protagonizan diferentes roles en función de la historia y su implicación narrativa con otros personajes.

Para identificar el papel que los personajes desarrollan en la narración nos basamos en la clasificación tradicional de la dramaturgia, en este sentido los personajes pueden ser:

- Protagonista.
- Secundario.
- Fugaz.

Los personajes son responsables de la ejecución de varios roles en pro de la narración. Para culminar con el análisis de los personajes es necesario identificar los roles que desempeñaron en cada uno de los episodios. Para ello, nos basamos en una clasificación de Linda Seger (1999):

Personajes principales: responsables de la acción y de ellos depende la historia.

Antagonista: es el personaje que obra en contra del protagonista, a la figura del héroe en la narración.

Papeles de apoyo: ayudan al protagonista a desarrollar la acción o sirven de testigos de la misma.

Confidentes: el rol de este personaje es contrario al desarrollado por el antagonista, en este caso, el personaje es el aliado del protagonista.

Catalizador: son los sujetos que provocan una acción en el protagonista.

Pequeños papeles de apoyo: *manifiestan el prestigio, poder o importancia del protagonista o del antagonista* (Seger, L., 1999:230).

Personajes que añaden otra dimensión a los personajes: *proporcionan otra dimensión a la historia y a los personajes principales adquiere multidimensionalidad por su presencia* (Seger, L., 1999:31).

Personajes de contraste: son los personajes que representan comportamientos y/o características opuestos a algunos personajes y que permiten que éstos sean identificados con mayor claridad.

Personaje de equilibrio: *es el personaje que asegura que el tema se explique claramente y no se malinterprete* (Seger, L., 1999:234).

Personaje punto de vista del público: *este personaje introduce al público dentro de la historia, al hacernos ver cómo respondemos –como público- ante una situación* (Seger, L., 1999:238)

La tabla expresa el modelo de ficha analítica en la que se registra lo observado en el análisis de los sujetos y su relación con la narración.

		Protagonistas		Secundarios	Fugaces
	Personajes	Lopes	David		
Sujetos y narración	Papel en la narración				
	Roles narrativos ocupados en el texto.				

Con esta última unidad analítica, la que se enfoca al estudio del texto audiovisual por unidades temáticas concretas: tiempo, espacio, roles y registro humorístico etc., finaliza la primera parte del modelo del análisis textual.

7.2.2.3 EL TEXTO ORAL Y LA ENUNCIACIÓN

La segunda fase del análisis considera el texto audiovisual de manera total. El discurso audiovisual no depende, en esta fase del análisis, de una fragmentación o división del texto, por el contrario, se analiza el texto audiovisual en su conjunto. Se categoriza a nivel general, el texto en su totalidad.

Se evalúa el peso del texto oral de los episodios, para ello se utilizan variables ordinales propuestas por Casseti y di Chio (1999):

- Peso absoluto.
- Preponderante.
- Medio.
- Escaso.
- Inexistente.

La identificación del lenguaje utilizado en la *sitcom* es parte fundamental de esta investigación, en este caso, el análisis se orienta en las variables propuestas por Casseti y di Chio (1999) pero se adapta al contexto lingüístico de Catalunya. La categorización se expresa en el siguiente listado:

- Castellano correcto.
- Castellano incorrecto.
- Catalán correcto.
- Catalán incorrecto (castellanismos).

El tratamiento del discurso de la ficción es otra unidad a indagar, para su estudio se agregó una variable a las propuestas por los autores del análisis textual. Como hemos señalado, en repetidas ocasiones, el formato de la serie, objeto de estudio de esta investigación, es una comedia de situación, por lo anterior, la variable que se suma es la del registro cómico, que en este caso, es parte fundamental en la construcción del discurso. Sin embargo, hay que reconocer que dicho formato puede expresar otras tonalidades y las otras variables que nos permiten reconocerlas son:

- Irónico.
- Paródico.
- Serio.
- Dramático.
- Cómico.

Otra unidad que conforma esta segunda fase del análisis textual, es el reconocimiento de valoraciones verbales explícitas e implícitas realizadas por los personajes en sus diálogos. El criterio por el cuál se reconocen las valoraciones explícitas es el registro de todos aquellos juicios de valor expresados por los personajes y que tienen nexos más allá de la trama desarrollada en la ficción. Es decir, se identifican como valoraciones explícitas aquellas sentencias valorativas que tienen anclajes con el contexto social.

La búsqueda de valoraciones implícitas, es quizás uno de los trabajos más complicados dentro del análisis textual porque precisa gran agudeza en la observación del texto audiovisual. El criterio de selección de las valoraciones implícitas es el mismo que el de las explícitas, sin embargo, la dificultad está en “justificar” la valoración como tal, para lo cual se argumenta el anclaje con el entorno social.

Para finalizar esta fase del análisis, se identifican (de formal verbal, sonora y visual) los referentes presentes en el discurso audiovisual, mismos que se clasifican en:

- Personajes.
- Espacios.
- Prácticas sociales.
- Expresan otras producciones audiovisuales.

La ficha analítica de esta última fase del análisis textual se puede observar en la siguiente tabla.

Peso del texto verbal	Absoluto	Preponderante	Medio	Escaso	Inexistente
Estilo del lenguaje	Castellano correcto	Castellano incorrecto	Catalán correcto	Catalán incorrecto (castellanismos)	
Tratamiento del discurso	Irónico	Paródico	Serio	Dramático	Cómico
Valoraciones explícitas					
Valoraciones implícitas					
Referentes					

La localización de los referentes en el discurso del texto audiovisual cierra la fase correspondiente al estudio del texto oral y a la enunciación. La última fase del análisis textual es la descripción de los escenarios utilizados en la serie.

7.2.2.4 PUESTA EN ESCENA

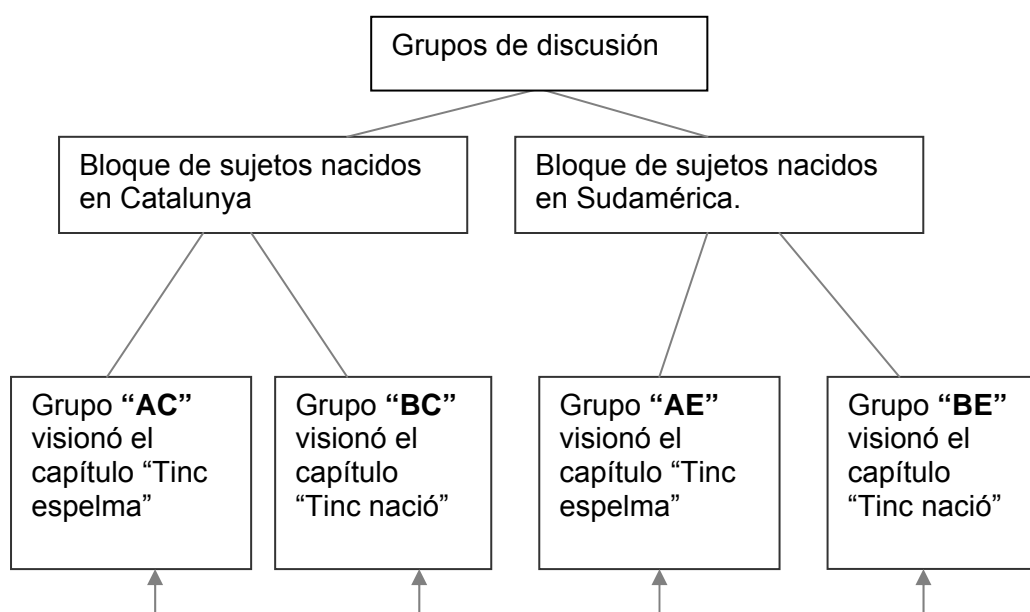
El modelo de Caseti y Di Chio (1999) propone un análisis de la escena muy específico, en él se incluyen descripciones de los sets utilizados y especificaciones técnicas -como encuadres o movimientos de cámara-, sin embargo, para esta investigación no es prioritario hacer un análisis del lenguaje televisivo tan exhaustivo. En cualquier caso, lo fundamental para este estudio es hacer una descripción general de los espacios donde se desarrolla la acción narrativa de cada uno de los episodios y de las cortinillas utilizadas para separar las secuencias.

La descripción de la puesta en escena de la serie, el estudio de la historia narrada en la serie, la descripción de los personajes y la indagación del texto oral y la enunciación del discurso constituyen los pilares del análisis textual diseñado para esta investigación.

7.2.3 GRUPOS DE DISCUSIÓN

La tercera y última parte de nuestra argumentación metodológica es el análisis del consumo de la ficción y para ello hemos recurrido a los grupos de discusión. El proceso de producción de referentes de identidad cultural no es sólo responsabilidad de los medios de comunicación o de sus productos. Es a través del consumo de estos productos que los sujetos son incluidos en el proceso de producción de referentes culturales, de significaciones.

Los grupos de discusión son cuatro y están organizados en 2 bloques, es decir, a cada bloque le corresponden 2 grupos. Los sujetos que forman parte de los *focus group* fueron elegidos de acuerdo al perfil sociodemográfico de la audiencia de la *sitcom*. Uno, de los dos bloques, está constituido por sujetos nacidos en Catalunya. El otro bloque, está integrado por sujetos nacidos en el extranjero, específicamente por iberoamericanos. Cada grupo de discusión está conformado por ocho personas. La dinámica de los grupos de discusión inicia con la aplicación de una encuesta y posteriormente se hace el visionado de uno de los capítulos de la serie (“Tinc espelma” o “Tinc nació”). A continuación, se esquematiza la organización de los grupos de discusión para expresar de manera clara la aplicación de dicha herramienta cualitativa:



Los grupos de discusión se registraron con cámara de video, pero sólo se utiliza el audio como recurso para el análisis.

7.2.3.1 TIPO DE UNIVERSO Y MUESTRA

El perfil de los sujetos que forman parte de los grupos de discusión lo diseñamos a partir de las características sociodemográficas de la audiencia de la serie "Plats bruts". El objetivo de esta investigación es constituir un primer acercamiento al objeto de estudio, a la ficción televisiva como productora de referentes culturales, interesa comprender cómo se presentan los elementos referenciales en ambos grupos por lo que la muestra no es representativa.

Características generales de la muestra:

- Participan hombres y mujeres (el mismo número)
- Edades comprendidas entre 20 y 45 años
- Clase media
- Telespectadores de TVC
- Que hayan visto la serie (para el grupo de extranjeros este requisito es prescindible)

El bloque de "sujetos catalanes" (AC/BC) comprende dos grupos de discusión, uno de ellos está integrado por sujetos de 35 a 45 años y el otro grupo por sujetos de 20 a 35 años.

El otro bloque (AE/BE) está compuesto por Iberoamericanos porque nos interesa un grupo social que no sea tan lejano culturalmente del contexto español. En cualquier caso, los iberoamericanos son el segundo grupo migratorio con mayor presencia en Catalunya y ocupan la misma posición respecto al total del Estado español. Los iberoamericanos, según el Boletín número 11 -de enero de 2007 del Observatorio Permanente de la Inmigración-, son el segundo grupo con mayor presencia que reside en España, después de los ciudadanos de la Comunidad Europea. En este

bloque no hay una diferencia generacional entre los integrantes de los grupos, ambos están constituidos por sujetos que tienen de 30 a 40 años.

Hemos optado por incluir un grupo de origen diferente al catalán porque la identidad cultural se construye con la imagen que los sujetos argumentan sobre sí mismos, creando un “nosotros” pero, en ella, también participan las ideas que los “otros” tienen sobre el “nosotros”. Por lo tanto, para tratar de identificar las representaciones que hagan alusión a “lo catalán” es necesario incluir al “otro”, a los extranjeros.

7.2.3.2 ORGANIZACIÓN DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

Las temáticas que rigen los grupos de discusión se diseñan a partir de las preguntas que se plantea esta investigación. De tal forma, los puntos clave o detonadores que dirigen la dinámica de la discusión se condensan en los siguientes ejes:

- Referente a lo “catalán” observado en los episodios
- Referente al contexto de la serie
- Referente al formato de la serie
- Referente al humor de los episodios
- Valoración de los personajes de la *sitcom*
- Lenguaje de la serie
- La serie como producción TV3

La organización de la lectura de los discursos registrados en los grupos de discusión responde a unos indicadores específicos. Estos, se constituyen como una herramienta que nos sirve de guía para hilvanar el discurso vertido en ambos bloques. Es decir, en los indicadores resumimos los criterios comunes entre ambos bloques. La siguiente lista condensa los indicadores de codificación utilizados y los relacionamos con los 7 ejes temáticos antes mencionados. Además, en la lista mencionada, hipotetizamos sobre las relaciones entre los indicadores que nos puedan aportar elementos que nos respondan las preguntas que dan origen a esta investigación. Por último,

agregar que los indicadores son, en sí mismos, resultados preliminares de los grupos de discusión.

1) Referente a lo “catalán” observado en “Tinc espelma”

En este eje se cuestiona a los sujetos sobre lo que observaron en la serie y qué situaciones desarrolladas en la historia les parecen próximas o lejanas. En este sentido, los dos bloques manifestaron los siguientes términos para darle sentido a su discurso:

Indicadores:

- Catalana (adjetivo)
- Catalunya (nación)
- Catalanes (grupo social)
- Catalán (adjetivo)
- Catalán (nominativo)
- Catalán (lengua)

Las diversas posibilidades de nominar lo que expresamos en un sentido amplio como “lo catalán” se expresa en los términos antes señalados. En este sentido, la expresión “Catalana” se utilizó como adjetivo en femenino y “Catalán” se usa como adjetivo masculino. Por otro lado, se nombra “Catalunya” en su uso habitual, como palabra que identifica a una nación. El término “Catalanes” se utiliza para hacer referencia a un grupo social y “Catalán” se utiliza como palabra nominativa ya sea de sujetos o ligado a unas características determinadas. La lengua, también está presente en el discurso y es expresada como “Catalán”. Por último, el “Catalanismo” forma parte del discurso como práctica social.

Esta primera fase de lectura de los grupos de discusión nos servirá para responder las siguientes preguntas que se plantea la investigación:

1. ¿Los sujetos reconocen referentes culturales “catalanes” en la serie “Plats bruts”?

2. ¿Cuáles son los elementos que constituyen referentes culturales “catalanes”?

2) Referente al contexto de la serie

El segundo detonador de los grupos es discutir sobre lo representado en la serie, específicamente sobre la cercanía y/o lejanía del contexto y del discurso vertido por los personajes de la serie. Los indicadores que sirven para situar lo explicado anteriormente son:

- Discurso
- Contexto

3) Referente al formato de la serie

Esta temática explora los conocimientos de los sujetos sobre el formato *sitcom* y hace hincapié en la serie “Plats bruts”, puntualmente en la descripción de los temas desarrollados en cada episodio. A los sujetos que integran los grupos se les plantea la situación hipotética de haber visionado el mismo episodio pero en castellano con el objetivo de indagar en sus posibles reacciones.

El último indicador, identificado en este apartado, plantea una comparación entre la serie de TV3 con la norteamericana “Friends”. Para este eje resumimos los indicadores en:

- Formato
- “Plats bruts”
- Temáticas
- Doblaje castellano
- “Friends”

Las preguntas que prevemos se resuelvan son:

1. ¿Los sujetos reconocen los elementos que constituyen una sitcom?

2. ¿Con qué aspectos relacionan el formato?

4) Referente al humor de los episodios

La serie “Plats bruts” es una comedia de situación, de tal forma, el humor es uno de los temas fundamentales a discutir en los grupos.

Indicadores:

- Tópicos
- Humor específico catalán
- Humor “Plats bruts”
- Temáticas

El humor en esta *sitcom* es un referente de la serie, como una expresión propia de “Plats bruts”, con “lo catalán” y con “lo americano”, en cualquier caso, ambos bloques manifiestan que el humor está vinculado a tópicos.

Las posibles preguntas a resolver en la investigación son:

1. ¿Para los sujetos el humor de la serie *Plats bruts* es un referente cultural?
2. ¿Se identifican los sujetos con las temáticas de la serie?

5) Valoración de los personajes de la *sitcom*

Los grupos expresan valoraciones sobre las temáticas, el contexto y el humor de la serie pero también especifican en los personajes. Los indicadores que construyen al respecto son:

Indicadores:

- Personajes
- David
- Joel Joan
- Carbonell

- Emma
- Lopes

Hemos sumado al listado de personajes el nombre de uno de los actores de la serie, el de Joel Joan, porque fue el único actor que los sujetos que participaron en los grupos de discusión llamaron por su nombre propio. Nos parece interesante destacar este hecho que quizás puede aportar algunas ideas para la discusión.

Preguntas a resolver en la investigación:

1. ¿Se identifican los sujetos con los personajes de la serie?
2. ¿Los sujetos identifican en los personajes de la serie referentes catalanes?

6) Lenguaje de la serie

La expresión corporal y verbal de los personajes de la serie conforma un dispositivo de análisis focal para esta investigación.

Indicadores:

- Lengua Catalán
- Expresión/lenguaje corporal
- Lenguaje
- Palabras

En la lectura de los grupos se observaron los criterios antes mencionados, sin embargo, el último indicador (palabras) fue observado sólo en el bloque de extranjeros.

Preguntas a resolver en la investigación:

1. ¿Los sujetos determinan que la lengua no es el único rasgo que hace referencia a lo catalán en la serie?

2. ¿Cuáles son los elementos que constituyen referentes culturales catalanes?

7) La serie como producción TV3

Por último, se observa un indicador que liga la naturaleza de la serie con el medio de comunicación que lo difunde, con TV3.

Indicadores:

- TV3

Preguntas a resolver de la investigación:

1. ¿Los sujetos son capaces de vincular el carácter de los referentes culturales identificados con TV3?

Los indicadores mencionados son expresados por los sujetos que participan en los grupos de discusión y están relacionados con situaciones y aspectos diversos vinculados al entorno de la ficción pero otros fueron extrapolados, e incluso justificados, dentro del discurso de la no ficción.

Estos indicadores dirigen el análisis de los grupos, pero el instrumento que nos sirve para organizar el texto bajo estas premisas es el programa de análisis cualitativo Atlas.ti. Este *software* nos permite establecer relaciones y posibles cruces entre los datos registrados.

Los grupos de discusión cierran el análisis de nuestro estudio de caso y nuestro marco metodológico. Con la aplicación de las técnicas de investigación diseñadas obtendremos los hallazgos, que describimos en el siguiente capítulo, que nos ayuden a comprender las relaciones entre los creadores del producto de ficción, el producto audiovisual y los consumidores.

8. APLICACIÓN DE LAS TÉCNICAS METODOLÓGICAS

La descripción de los resultados obtenidos tras la aplicación de las herramientas que conforman nuestro marco metodológico está organizada atendiendo a las tres fases de la investigación. Es decir, primero haremos la exploración de lo observado en las entrevistas en profundidad, después sobre los datos obtenidos en el análisis textual, y por último exploramos lo captado en los grupos de discusión.

8.1 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A COORDINADORES Y GUIONISTAS DE LA SERIE

Del equipo creativo de “Plats bruts” entrevistamos a Jordi Sánchez (J.S.) quien desarrolló diferentes roles en la serie: como coordinador, guionista y actor; es protagonista de la serie junto al actor Joel Joan. Participaron en este ejercicio dos guionistas de la serie, Mercé Sarrias (M.S.), responsable del episodio “Tinc nació” y Sergi Pompermanyer (S.P.) de “Tinc espelma”.

Las entrevistas se realizaron por separado y de ellas se registró sólo el audio, posteriormente, para el análisis, se transcribieron. El discurso elaborado por los entrevistados nos sirve para hacernos una idea general del trabajo creativo y de producción de la comedia de situación producida en un contexto catalán.

La idea original de la serie “Plats bruts” tiene como antecedente la obra teatral Krámpack, escrita por Jordi Sánchez y estrenada en el Festival Internacional de Teatro de Sitges en 1995. Sergi Pompermanyer la describe como una obra que narra la historia “de tres chicos jóvenes que compartían piso, cada uno con sus peculiaridades...” (232). En esta obra los protagonistas fueron Jordi Sánchez y Joel Joan.

El salto del teatro a la pequeña pantalla fue propuesto por la productora “El Terrat” cuyo máximo responsable es Andreu Buenafuente; Jordi Sánchez lo explica de la siguiente manera “...el tío dijo que intentaría colar la serie en televisión, que le había gustado mucho la obra y que por qué no trabajábamos

juntos”. (008) La propuesta fue aceptada por Joel Joan y Jordi Sánchez y constituyeron un equipo de guionistas del cuál formaban parte, además de ellos, Albert Plans, Xavier Bertran, Núria Furió, Sergi Pompermanyer y Mercé Sàrrias.

Una Comedia de situación

La comedia de situación como formato es el que más se adecuaba a la experiencia teatral de los coordinadores la serie y sobre el tema Jordi Sánchez (J.S.) expresa “éramos un grupo de teatro y trabajábamos con público y era el único tipo de televisión que se hacía con público fuera de aquí sí, porque aquí no se había hecho nunca...nos copiamos del modelo americano”. (015)

Los integrantes del equipo creativo desconocían las características de una comedia de situación, por lo que algunas *sitcoms* norteamericanas como “Friends”, “Frasier”, “Seinfeld”, “Mad about you”, “Cheers”, les sirvieron de modelo. Al respecto Pompermanyer (S.P.) recuerda en la entrevista que “Nuria Furió cogió guiones de “Friends” y se puso a transcribirlos directamente de la televisión, entonces aprendimos que había dos tramas, más o menos aprendimos cómo funcionaba, aprendimos un poco sobre la marcha, viendo otras series que a nosotros nos gustaban”. (232) Sobre el mismo tema Mercé Sarrias (M.S.) opina que “nadie teníamos mucha experiencia haciendo *sitcoms* quisimos hacer una *sitcom* muy a la americana”. (126)

Los entrevistados puntualizan ciertas similitudes con la serie norteamericana “Friends” “sí hay alguna que se podría parecer es a “Friends” pero no se hizo pensando en Friends...había el bar que era como el Central Perk y los pisos eso está claro, los espacios.” (M.S./188)

La producción de una comedia de situación en Televisió de Catalunya era una experiencia nueva por lo que recurrieron a una productora norteamericana para observar el proceso de producción de una *sitcom*. Pompermanyer puntualiza en ello durante la entrevista “...Oriol Grau que era el director y Manyosas se fueron a los Ángeles a ver cómo se grababa una serie, porque tampoco sabíamos

cómo se hacía, hay público pero ¿cómo se hace, no? y ellos fueron creo que a la Warner a ver cómo grababan y lo que vieron ahí lo trajimos aquí en plan barato, porque ahí tenían hasta un DJ, números de danza entremedio para tener a la gente animada. Nosotros lo que sí teníamos era un animador de público, porque claro en los cambios de un set a otro, se cambian de vestuario, se hace muy pesado”. (293)

El diseño y caracterización de los personajes, principalmente de David, Ramón Lopes y Emma fue un trabajo que se desarrolló en casi un año. Sarrias comenta que “Plats bruts” es la serie en la que más se ha pensado previo a su producción “hay capítulos de seis, siete versiones...” (M.S./200)

Sobre la rutina de producción de una comedia de situación Sergi Pompermanyer específica durante la entrevista el siguiente cronograma de producción:

Día	Actividad
Lunes	Se monta el capítulo, se hace un ensayo, de forma cronológica, solo con actores y director.
Martes	Se vuelve a ensayar con vestuario y con utilería con las cosas de <i>atrezzo</i> .
Miércoles	Se hace el ensayo (por secuencias y <i>atrezzo</i>) técnico que se hace mañana y tarde, se hace con luces y cámara.
Jueves	Por la mañana se hace ensayo general y por la tarde entra el público y se graba el capítulo de forma cronológica.

Sobre los personajes

La caracterización de los personajes protagonistas de la serie, David y Lopes, son muy semejantes a los de la obra de teatro Kràmpack. Para la guionista Sarrias son “los dos clowns de Jordi y de Joel, un poco los personajes que han tendido a hacer durante toda su carrera y que se complementan muy bien, que uno es el perdedor apático pero feliz y el otro es el hipernervioso, egoísta superactivo, incapaz de disfrutar de la vida.” (123)

Los tres entrevistados coinciden al describir las relaciones entre los personajes de la serie como infantiles, “como todas las *sitcom* que con las temporadas se fueron todos subiendo un poco de tono, se fueron infantilizando...pienso que sí por eso al final fue así como que estaban muy pasados de vuelta porque cuando empiezan a inventar historias a inventar historias cada vez te pasas más y buscas más historias externas porque ya no te dan tanto los personajes de dentro.” (M.S. /172)

La caracterización de los personajes responde de alguna manera a las características personales de cada actor “...variamos los personajes porque intentamos sobre todo escribir a favor del actor...” (S.P./235) Jordi Sánchez señala que su papel en la serie “era el neurótico, de un toque pesimista pues seguramente forma parte de mi personalidad llevada al extremo.” (008) Pese a estas características o por ellas, el personaje de Lopes “generaba más tramas, porque era mas reconocible y caía mejor el personaje porque decía es igual a tal y a tal...” (J.S./066)

Los entrevistados destacan como característica primordial de David, personaje interpretado por el actor Joel Joan, la incapacidad de relacionarse con los demás. Además, expresan que este personaje no funciona en la serie por identificación, entre otras cosas porque encarna unas características muy concretas; se trata de “un pijo tan pijo que era incapaz de hacer...” (J.S./066) por lo que siempre recurría a su asistente, a Carbonell, “una mujer muy vivida que había visto mucho mundo” (J.S./066).

Emma es el personaje que en esta serie forma parte de la Tensión Sexual No Resuelta (TSNR), “esto es muy importante, esa tensión sexual no resuelta, nunca va a poder llegar, este nudo no se va a deshacer nunca, no se puede destensionar”. (S.P./238) Es un personaje que vive en la azotea del piso que habitan David y Lopes. “...cuando tiene hambre baja la escalera abre la nevera y se lleva un bistec y al principio de la serie si ves los primeros capítulos no era así, no habla ni igual poco a poco la actriz empezó a cambiarle la voz y a darle ese toque entre campanilla de Peter Pan y eso nos sugirió muchas tramas.” (J.S./070) “...era un poco inspirada en la Phoebe de Friends.” (M.S./123)

Con el objetivo de ampliar el *target* de la serie "...nos pedían una serie familiar había que poner una persona mayor..." (M.S./123), incluyeron a un personaje que representa la figura de una abuela "hicimos una yaya muy arquetípica, era muy tópica." (M.S./172) El personaje de la abuela funciona por identificación, porque su caracterización "era mucho más fácil de reconocer, a las abuelas les gustaba más porque era una señora con muletas que se le va la bola." (J.S./066)

Las descripciones de los personajes construidas por los entrevistados hacen referencia a perfiles que identifican con espacios cercanos, que corresponden al periodo en el cual los coordinadores de la serie estudiaban en el Instituto del Teatro en Barcelona.

Los guionistas entrevistados así como el coordinador de la serie continúan haciendo carrera en Televisió de Catalunya, específicamente en las series emitidas en TV3. El trabajo creativo de los entrevistados se resume en el diseño de la caracterización de los personajes, la creación y argumentación de las historias, así como los diálogos de los personajes de la serie. Al respecto Jordi Sánchez apunta que "los personajes que se construyen en TV3 son siempre los mismos, la primera *sitcom* fue "Plats bruts" entonces las otras tres que ha habido todos los guionistas son de "Plats bruts". (012) De tal forma, se puede afirmar que los guionistas de "Plats bruts" han marcado estilo y creado escuela en la producción de las series de comedia en TV3.

Sobre las temáticas

Los personajes descritos desenvuelven sus acciones en un contexto determinado por el equipo creativo de la serie, son éstos quienes deciden qué problemáticas y soluciones se plantean en la narración de cada episodio. En tal caso, las historias contadas en "Plats bruts" tienen diferentes objetivos pero comparten una base común que se condensa más en la "...situación que en gags. Buscaba más la situación cómica que el chiste."(M.S./126)

El tratamiento de temas tabú es otro de los elementos fijos en las historias de “Plats bruts”, temas que formaban parte de la opinión pública y que por distintas razones no se tocaban en otras series y cadenas. Como los episodios que narran historias con matices religiosos, relacionadas con el tráfico de drogas, la pedofilia, etc. Sin embargo, “el tema religioso es donde nos encontramos con más obstáculos, con más quejas, con más cartas al director.” (S.P./246) Esta política editorial de la serie rompía, incluso, con lo establecido en Televisió de Catalunya, pero el equipo creativo manifiesta que en ese momento “...estábamos un poco hartos del tono TV3 y que todo es muy limpio y muy catalanes, que decimos nosotros. Muy que no pasa nada...” (S.P./246) Al parecer, la línea editorial de la serie no concordaba ni con la cadena autonómica catalana donde era emitida. Incluso, algunos de los temas que se consideran sensibles en España se trataron antes en la pantalla autonómica catalana, como el tema de la monarquía, “¿Por qué no te puedes reír del Rey? a ver, en la constitución pone que todos los españoles son iguales ante la ley, si somos iguales porque me voy a reír de este y de este no, porque no voy a ridiculizar una cosa como lo es la corona.” (S.P./246) Esta característica cualitativa diferencia las series producidas en Catalunya a las realizadas en España, al menos durante el período de emisión de la serie.

Los temas, según lo expresado por los entrevistados, corresponden a preocupaciones de una etapa personal: la hipoteca, el trámite del carnet, las relaciones amorosas, entre otros. El cariz de las temáticas se ligaban a intereses personales de cada guionista, así: “los capítulos de Sergi Pompermanyer son muy...muy pasados de vuelta, a Albert Plans le gustaba mucho las aventurillas del museo de cera, la castañada...” (M.S./126)

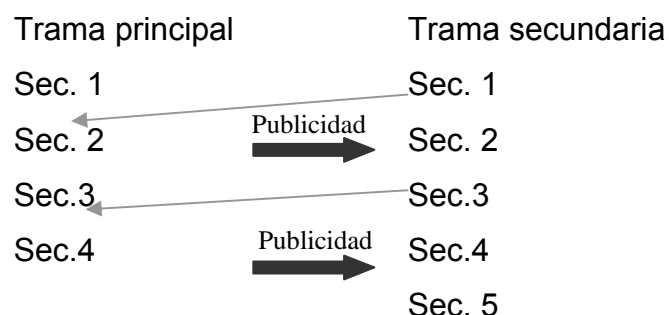
Algunas temáticas, como el de la inmigración, quedaron en el tintero de los guionistas de esta *sitcom*, “intentamos mostrar todos los grados de cutrería de la gente cuando llega alguien de fuera, pero lo que no nos gustaba que entonces el inmigrante fuese un personaje perfecto, porque no nos cuadraba una víctima...el inmigrante al final era un cutre y tampoco nos gustaba porque decíamos entonces realmente vamos a dar el mensaje que mucha gente está dando, los inmigrantes van de buen rollo y después... entonces dijimos mira no

toquemos el tema, no es el momento, igual y han de pasar unos años y que las cosas este más calmadas. Decíamos tiene que pasar como con los gays ¿no? Hemos de estar unos cuantos años en que haya series con inmigrantes y todos estupendos, entonces podemos hacer uno que no lo sea tanto...” (S.P./246)

Los guiones

En lo descrito en párrafos anteriores los entrevistados nos dan pistas de la elaboración de los guiones de la serie. Sobre este tema comentaron que las historias se desarrollaban a partir de intereses personales. Sin embargo, las temáticas se pensaban en conjunto, la argumentación y los diálogos eran realizados por el guionista que se hacía responsable del episodio. “...era un trabajo muy colectivo y lo único que se hacia solo de hecho era dialogar, de hecho cuando ya estaba dialogado, Joel y yo que éramos los coordinadores nos quedábamos el capítulo y había algunos que los cambiábamos mucho y muchos que nos los cambiábamos nada.” (J.S./025)

La mayoría de los episodios de “Plats bruts” narran dos historias en paralelo; había una trama principal y una secundaria, que se intercalaban tal como está reflejado en el gráfico siguiente.



“Algunos (episodios) eran de tramas únicas pero sí que intentábamos que hubiesen un par de tramas, un planning gag para repartir y algunos capítulos que sí que eran de trama única que implicaban a todos los personajes...intentábamos que hubiera para todos un poco.” (S.P./242)

El humor en la comedia de situación

El humor en la comedia de situación es uno de los elementos que la identifican. El dispositivo de comicidad en “Plats bruts” se basa en situaciones cotidianas y en el desarrollo ligero de las problemáticas planteadas en las historias narradas.

Los entrevistados argumentan diversas características del humor utilizado en la *sitcom* “se caracteriza por la naturalidad, nosotros optamos por un lenguaje muy de aquí o un humor muy nuestro, un poco porque está basado en los personajes y en su actuación... (M.S./133) “En el fondo es un humor sano que desdramatiza la situación y yo de este tipo de humor, yo estoy muy contento. En su época se dijo que se decían muchos tacos y que igual recurriamos al humor fácil, porque se decían muchas palabrotas pero bueno yo creo que lo decíamos, pues sal a la calle, es así como hablamos”. (S.P./263)

Uno de los ingredientes que destacan de la comedia es la identificación con el contexto que se desarrolla en la historia, en este sentido “Plats bruts” “...hacia referencias a cosas de aquí en el sentido de cosas culturales, eso también pienso que funcionó pero sin querer hacer folclorismo para nada...voy a trabajar con cosas mías, incluso de mi generación o no quiero decir que fueran cosas de Catalunya o de España y tal sino cosas de tu generación”. (M.S./133)

“Me inspiro en los personajes de aquí y la serie sí que es verdad que poníamos lo que a nosotros nos hacía gracia y no lo que creíamos que hacía gracia... funcionas por identificación tú escribes sobre lo que sabes y lo que sabes es catalán porque tú vives aquí...” (J.S./038)

Los tres entrevistados elaboran sus discursos a partir de la idea que el humor es universal y que éste funcione o no depende de la calidad del mismo. “Lo que es bueno gusta a todo mundo y cuando una serie de aquí no funciona en España no es porque sea catalana sino porque el humor es malo”.(J.S./133) Sin embargo, en el desarrollo de la entrevista argumentan algunas discrepancias con esta idea y destacan que hay tipos de humor que están asociados con el espacio geográfico-cultural, como el humor andaluz o el español, el urbano y no urbano.

La cualidad del humor catalán la identifican a partir de la dinámica de reírse de uno mismo, en cambio “el humor español, para diferenciarlo, es más de reírse del otro, es más del chiste del cateto que le toma el pelo al noruego...” (S.P./263)

El humor, es una tradición narrativa en Catalunya, de ella destacan a humoristas como Joan Capri “...tiene un tipo de humor que retrata muy bien el carácter catalán, mofarte de ti mismo pues reírte de ti mismo les hace más gracia a los tuyos que no a los que están en Asturias”. (J.S./038) Es una práctica constante en esta temática de la entrevista la concepción de una ambivalencia sobre el humor de la serie, por un lado expresan un matiz abierto y generalizado un humor universal y por el otro piensan en un humor más específico y caracterizado como catalán, local, andaluz, español, “...sí es verdad que hay una tradición de humor en los sitios, hay humores más escatológicos, humores más brutos, humores más tal pero hay una base que es universal.” (M.S./142) Esa base universal que detallan es la que provoca la risa en la audiencia “...que hable de las personas, de las costumbres y que haga reír.” (M.S./142) “Yo creo que sí hay un tipo de humor catalán y un tipo de humor español muy concreto que es el de retrato de costumbres pero que saliendo del costumbrismo hay un tipo de humor más universal porque si no estaríamos aislados todos.” (J.S./038)

Los entrevistados además de construir discursos de diferencia respecto a los estilos de humor, establecen relaciones de semejanza respecto a otros tipos de humor. Para ellos el humor catalán es muy parecido al inglés “Eso es echarse flores un poco porque hacemos humor inglés y el humor inglés es bueno.” (J.S./038) Incluso ligan el carácter del humor catalán con el producido por directores norteamericanos “...porque aquí como somos pequeñitos hacemos humor como Woody Allen, no nos queda más remedio que reírnos de nosotros mismos. Pero a nivel español, igual por todo lo que ha pasado en este país, dictaduras y todo esto, no había opción a hundirte aún más riéndote de ti mismo, tienes que reírte del otro, quizás la cosa viene por aquí. (267)

Los tópicos son una materia prima de la narración humorística de la comedia de situación “...esto de lo curas es general, si hay un tipo de andaluz o si hay un tipo de argentino o si hay un tipo que...son tópicos todo pero que los tópicos están contruidos sobre realidades, al argentino cuando ve el típico argentino pues le hace más gracia que a mí que no se quién es el típico argentino y eso si pasa.” (J.S./038)

Libro de estilo: la Biblia

La serie “Plats bruts” no tiene lo que en el argot de la producción televisiva se denomina “Biblia”, que es un conjunto de normas que rigen la línea editorial de la producción. En cualquier caso “la línea editorial la marcaba Jordi y Joel, pero no estaba nunca marcado...la línea editorial se hacía para cada capítulo, había capítulos que no había problemas porque todos podríamos tener un punto de vista muy similar o muy de acuerdo.”(S.P./251)

Lo más cercano a una norma, que imperaba en la serie, era la de tratar de que en las historias los personajes se rieran de ellos mismos “intentar tomar nuestros problemas, nuestros miedos, nuestras fobias, nuestras confusiones y reírnos de eso. Y yo creo que es verdad en cuanto más cercano sea a ti de lo que te ríes puede ser más identificable por el público, puede ser.” (S.P./251)

Uno de los coordinadores entrevistados menciona que a Joel Joan, actor y coordinador de la serie, “...el tema catalán...le preocupa y estaba ahí evidentemente pero no había una voluntad de, bueno no sé, ni de no ni de sí...”(J.S./093) En este mismo sentido agrega “... si él es el coordinador no vas a ir en contra de tus ideas políticas pero en general...” (J.S./093)

El catalán en “Plats bruts”

El catalán como lengua en la *sitcom* es coloquial y recurre constantemente a palabras altisonantes en este tenor Jordi Sánchez comenta que existía “preocupación de toda TV3 diciendo, regalándonos diccionarios...el director de TV3 y miren que si puede ser sin tantas palabrotas que será recordada como la

serie de las palabrotas”. (J.S./100) Era tan recurrente el uso de éstas palabras que los actores las utilizaban de muletillas y “...tuvieron que aprender a decir las frases de otra manera.” (M.S./196)

Los diálogos de “Plats bruts” se basan en castellanismos “...es un espacio que abrió el Terrat, al principio en los programas del Buenafuente...empezó a utilizar un catalán muy poco correcto. (M.S./196)

Sobre “Tinc nació”

En las entrevistas realizadas los guionistas y el coordinador de la serie fueron interrogados sobre los episodios que conforman la muestra del análisis de esta investigación. La trama principal de este episodio gira en torno a una temática nacionalista “...era un cachondeo sobre localismos, sobre la estupidez del rollo no te vayas fuera y tal, era una ironía total sobre el tema del nacionalismo.” (M.S./153)

Sobre “Tinc nació” expresaron que este episodio en concreto fue difícil porque “...en la serie teníamos una persona que es súper nacionalista que es Joel, que está en todas las manifestaciones independentistas y no se qué y Mercé que no lo es nada en absoluto...”(S.P./263)

Este episodio en concreto recurre a los tópicos “lo que queríamos es que tuviesen conexiones con el mundo real y en la calle hay mucho tópico y la gente tira de tópicos, desde esto de Madrid y no sé qué y funcionan; son tópicos que funcionan en ambas direcciones de ¡uyyy en Madrid te oyen hablar catalán y ya te hacen bajar del taxi!...” (S.P./263)

La guionista del episodio explica que este episodio se ha emitido repetidas ocasiones y se ha utilizado en debates televisivos que tratan temas nacionalistas “Joel Joan ese capítulo lo odia, lo quise hacer yo y me dijo que ese capítulo nunca me dejaría hacerlo ahora porque en esa época no era tan nacionalista.” (M.S./153)

8.1.1 CONCLUSIONES DE LAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

Las respuestas formuladas por los entrevistados respecto a los ítems cuestionados nos describen el proceso de la producción audiovisual de una comedia de situación; ilustran el universo creado para cada uno de los personajes, describen las rutinas de producción propias del formato y el origen de las temáticas desarrolladas en las historias.

» La comedia de situación como formato televisivo se ajusta a la experiencia teatral del equipo creativo, es un género que utiliza dinámicas similares a las teatrales: hay un escenario en el que se presentan los personajes y desarrollan su actuación delante de un público.

» El estilo de producción de la comedia de situación norteamericana se utilizó como modelo para pensar el diseño de la serie “Plats bruts”. Así como el de las series: “Cheers”, “Friends”, “Mad about You”, “Seinfeld” etc. De esta forma de producir, reprodujeron los elementos básicos que conforman el formato, como los escenarios, las relaciones entre los personajes, la dinámica en el *set* con el público presente y la estructura narrativa de las secuencias.

» La caracterización de los personajes de la serie está basada en rasgos que los creativos de la serie reconocen cercanos a sus contextos personales, principalmente al periodo en el cual los coordinadores estudiaban en el Instituto del Teatro de Barcelona. Reconocen como características primordiales de los personajes, la irresponsabilidad y las actitudes infantiles que desde su punto de vista se fueron exponenciando durante el desarrollo de las temporadas que duró la serie.

» El equipo creativo tenía entre otros objetivos, respecto al tratamiento de las historias desarrolladas en los episodios, tratar temas tabú; temas sensibles no sólo al contexto catalán sino también al español. Algunos de estos temas provocaron cierta crispación en determinados contextos sociales como el religioso y el monárquico. Esta *sitcom* se considera como una serie pionera en hacer humor sobre la familia real.

» Los guiones de “Plats bruts” son producto de un trabajo colectivo, cada guionista era responsable del desarrollo de un episodio. La versión de los guionistas era revisada y corregida por los coordinadores de la serie.

» El humor para los entrevistados es universal pero consideran que hay tipos de humor y sus características dependen de espacios geográficos y culturales; algunos de los tipos que mencionaron son el español, andaluz, catalán, inglés, urbano y no urbano. Por otro lado, consideran que el ingrediente fundamental del humor de la serie se basa en desarrollar situaciones más que en la elaboración de *gags*. En su discurso, describen que la burla hacia el otro es el fundamento del humor español, mientras que el humor catalán intenta reírse de él mismo. De tal forma, crean diferencias con otros estilos de humor pero también tienden puentes con otros, como con el humor inglés, incluso, especifican que el humor realizado por el director cinematográfico norteamericano Woody Allen es cercano a ellos.

» El lenguaje de la serie es coloquial y utiliza palabras altisonantes porque los entrevistados observan que así es como se habla en la calle.

» Finalmente, fueron cuestionados sobre los episodios en concreto y puntualizaron en “Tinc nació”. De este episodio, explican que trataron de hacer humor sobre una cuestión nacionalista y al mismo tiempo querían dejar claro que no estaban por un nacionalismo español. La historia narrada en este episodio está basada en estereotipos sobre lo que se considera como lo catalán. Sobre “Tinc espelma” los entrevistados no recordaron la trama del episodio por lo que no hicieron referencia alguna.

8.2 RESULTADOS DEL ANÁLISIS TEXTUAL DE LOS EPISODIOS DE “PLATS BRUTS”

Los episodios, de la *sitcom* “Plats bruts”, que conforman nuestro estudio de caso son “Tinc espelma” y “Tinc nació”. Estos episodios forman parte de la segunda temporada de la serie y fueron elegidos al azar entre el total de temporadas que se mantuvo la *sitcom* en TV3. La aplicación del análisis textual de ambos episodios se hace por fases, así, la primera fase a explorar es la descripción de la historia.

8.2.1 HISTORIA EN EL EPISODIO “TINC ESPELMA”

Esta primera fase del análisis hace hincapié en la historia que se desarrolla en el episodio “Tinc espelma”, en ella hay dos tramas que se diferencian temáticamente entre sí, además, otro elemento que las distingue es su estatus dentro del relato.

Trama principal: David se enamora de la amiga (Marina) de su novia (Lola) y al verse incapaz de terminar su relación sentimental, David le encomienda a Lopes que finalice por él su noviazgo.

Trama secundaria: Emma descubre que es descendiente directa del último rey catalán y se corona como princesa de Catalunya.

Las tramas que conforman la historia de “Tinc espelma” se desarrollan en catorce secuencias entre las cuales se intercalan cinco cortinillas (entrecorillones anotamos el minutaje de aparición) que hacen referencia a distintos espacios de la ciudad de Barcelona:



Fig. 1 Tráfico en Barcelona, en la *exámple* (07:16).



Fig. 2. *Exámple* desde el aire (11:57).



Fig. 3 Taxis de Barcelona (13:36).



Fig. 4 Tráfico, bus Barcelona (15:43).



Fig. 5 Bus Barcelona (19:57).

Para relatar la historia que se plantea en los episodios hemos realizado una sinopsis de cada una de las secuencias de los episodios.

Secuencias del episodio “Tinc espelma”:

SEC.1. Interior casa David y Lopes, salón.

David está postrado en el sofá de su casa y se encuentra aturrido, Carbonell advierte el estado de ánimo de David y le cuestiona sobre el origen de su malestar. David le explica que está enamorado, que la noche anterior conoció a una chica que se llama “Marina” (le cuesta recordar el nombre), al tiempo que de su habitación sale una chica en ropa interior a la que Carbonell saluda efusivamente llamándola “Marina”. David corrige a Carbonell y le comenta que se llama Lola, se lo dice repetidas ocasiones para que le quede claro.

SEC.2. Interior casa David-Lopes, cocina.

Lola y David están desayunando en casa, ella le propone diversas actividades para realizar juntos, ir de fin de semana a Bagur, ir por semana santa a Andalucía etc. A cada propuesta hecha por Lola, su novio David responde que podrían decirle a Marina e invitarla, ante la insistencia Lola reacciona con enfado y le pregunta por qué siempre quiere incluir a Marina en sus planes; David sorprendido le contesta que lo hace por tratar de juntar a Marina con Lopes. Lola acepta con agrado la propuesta de David.

SEC.3. Interior Bar Maurici.

Pol, Emma, Carbonell, Lopes y Ramón están desayunando en el bar Maurici y se enfrascan en una charla sobre los orígenes de sus apellidos. Cada uno de ellos da la versión del posible origen de los suyos. Carbonell cuestiona a Emma sobre cuál es su apellido y sobre el origen del mismo. Emma bajo advertencia de que nadie se burle dice su apellido paterno, es un apellido catalán, largo y difícil de pronunciar. El segundo apellido de Emma, el materno, es castellano. Pol le propone a Emma investigar el origen de su apellido y le asegura que posiblemente venga de algún ilustre. Él mismo se acomide a buscar a alguien que le pueda hacer su heráldica.

SEC.4. Interior casa David-Lopes, salón.

Lopes llega a casa con unas bolsas de plástico y le explica a David que acaba de comprar dos kilos de *llibrets* para la cena, como una forma de recordar el tiempo que compartieron en las *escoltes*. David le comunica que será imposible porque él se ha encargado de organizarle una cena con Lola y Marina. A Lopes no le agrada la idea porque eso le implica ducharse, cambiarse de ropa y ponerse colonia. David se lo pide como un favor personal, le explica a Lopes que en esa cena deberá ligarse a su novia (a Lola) y de esta forma, él podría iniciar una relación con Marina. Lopes acepta porque afirma que se ha pasado por la *pedra* a todas las novias de sus amigos y la novia del David no sería una excepción.

SEC.5 Interior Casa David-Lopes, comedor.

David, Lopes, Marina y Lola están cenando en el comedor de casa. Todo parece perfecto hasta que Lopes empieza a equivocarse sistemáticamente, no sabe quién es la novia de David, no tiene nada claro a quién se debe ligar esa noche.

SEC.6 Interior Casa David-Lopes, cocina.

David hace esfuerzos por explicarle nuevamente el plan a Lopes. Le recuerda que es a Lola a quien se debe dirigir, pero Lopes sigue confundido y consigue que la cena sea desastrosa tras sus continuas equivocaciones.

SEC.7. Interior Bar Maurici.

Ramón vestido muy elegante está conversando con Pol sobre la noticia que le tienen que dar a Emma, se expresan completamente asombrados. Emma entra al bar y Ramón se dirige a ella inmediatamente y de manera muy formal la invita a que se siente, mientras tanto, Pol va a buscar la heráldica de Emma y se la extiende en la mesa. Emma asombrada pregunta de qué película es el cartel que Pol le presenta. Ramón y Pol se afanan en explicarle a Emma que no se trata de ningún cartel sino de su heráldica, la cuál explica que ella es descendiente directo del último rey catalán, por lo tanto Emma es princesa, heredera de la corona de Catalunya.

SEC.8. Interior casa David-Lopes, salón.

David reclama a Lopes que la cena con Lola y Marina fuera un desastre. Lopes se justifica diciendo que nunca se enteró a quién debía ligarse, en cualquier caso, él le recomienda que lo que tiene que hacer es cortar su relación con Lola. David se niega como hombre a cortar con una mujer porque aduce que ellos nunca deben cortar la relación sino ellas. Lopes sugiere que si alguien pusiera al tanto a Lola de quién es en realidad David, un hombre tonto, egoísta y narcisista, quizás, de esa forma, a ella ya no le interese seguir con la relación. David decide que ese alguien es el mismo Lopes.

SEC.9. Interior casa David-Lopes, salón.

Emma le explica a Carbonell el asunto de la heráldica, le informa que es descendiente directa del último rey catalán. Carbonell por su parte le explica que a ella no le interesan los temas monárquicos y trata de hacerla entender que lo que ella pretende es imposible, al no conseguirlo prefiere irse de casa.

SEC.10. Interior casa David-Lopes, cocina.

Lopes llega a casa. David le pide explicaciones de cómo fue la conversación que mantuvo con su novia y Lopes le informa que ella -su novia- no quiere verle jamás y que se alegra mucho de no haberse enrollado con él. Con esto último, David deduce que Lopes se volvió a confundir y habló con Marina y no con su novia.

SEC. 11. Interior Radio Bofarull, cabina radiofónica.

Lopes entrevista a Emma en su programa *Nissagas catalanes* y la presenta como heredera directa de la corona catalana, la transmisión se interrumpe cuando entra una llamada privada para Emma, es desde la Zarzuela, es la Reina Sofía quien le extiende una invitación para cenar en Madrid.

SEC.12. Interior Bar Maurici.

David y Marina se encuentran por casualidad en el bar Maurici, ella se muestra renuente a hablar con él. David convence a Marina para que lo escuche y le explica que todo lo que le dijo el Lopes se lo debía haber dicho a Lola. Marina acepta las explicaciones y sólo le pide a David que termine su relación con Lola.

SEC.13. Exterior Casa David-Lopes, terraza.

Lopes y David están charlando en la terraza de su casa. Lopes cuestiona a David si ha terminado su relación con Lola ahora que comienza a salir con Marina. David le dice que no lo estrese que todo a su tiempo y que ya cortará con su novia. Lopes le comenta que, si quiere, él mismo corta por teléfono con su novia, David acepta. En ese preciso momento llaman a Lola, salta el contestador, y Lopes le deja el mensaje que David termina con ella y aprovecha para proponerse como consolador.

SEC.14. Interior La Zarzuela, comedor.

Emma está cenando en compañía de los Reyes y les agradece sus atenciones para con ella, alaba la exquisita comida servida y elogia el gusto y diseño del Palacio. Ella reconoce que se lo ha pasado muy bien porque son personas muy simpáticas y sobre todo sencillas pero que sinceramente su hijo no le gusta.

El conocimiento de la historia narrada, a través de la descripción de las secuencias del episodio, nos permite identificar los tres momentos clave en toda narración: el principio, el clímax y el final. Además, nos ayuda a relacionar cada uno de los momentos con las secuencias y tramas correspondientes.

Principio:

1. Interior casa David y Lopes, salón (Trama principal).
2. Interior casa David-Lopes, cocina (Trama principal).
3. Interior Bar Maurici (Trama secundaria).
4. Interior Casa David-Lopes, salón (Trama principal).
5. Interior Casa David-Lopes, comedor (Trama principal).
6. Interior Casa David-Lopes, cocina (Trama principal).
7. Interior Bar Maurici (Trama secundaria).

Clímax:

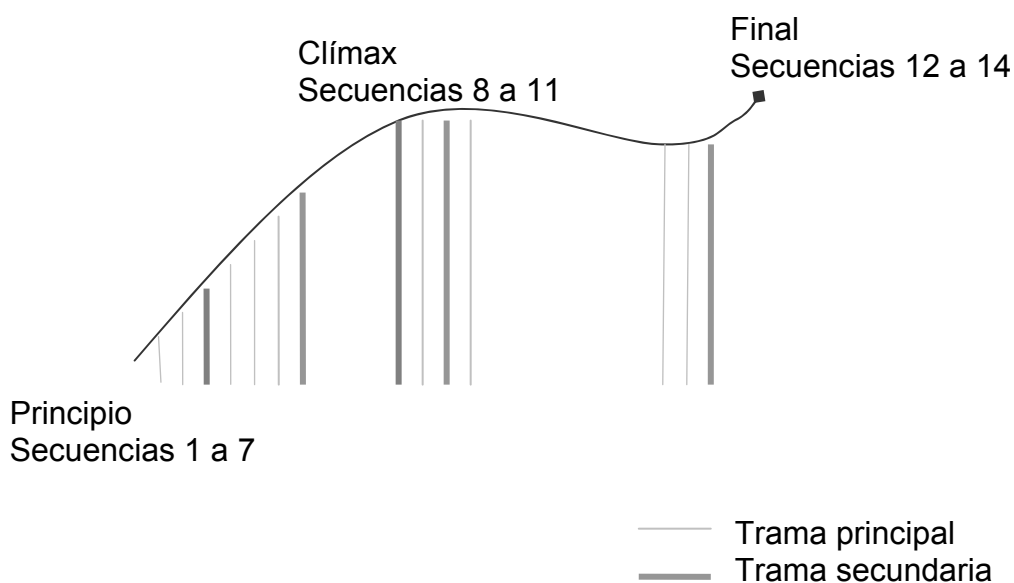
8. Interior Casa David-Lopes, salón (Trama principal).
9. Interior Casa David-Lopes, salón (Trama secundaria).
10. Interior casa David-Lopes, cocina (Trama principal).
11. Interior Radio Bofarull, cabina radiofónica (Trama secundaria).

Final:

12. Interior Bar Maurici. (Trama principal).
13. Interior Casa David-Lopes, terraza (Trama principal).
14. Interior Palacio de la Zarzuela, comedor (Trama secundaria).

Con la descripción secuencial de la historia, la identificación de las tramas y el conocimiento de la estructura narrativa podemos identificar el peso argumental del episodio, que en este caso, recae en la trama que protagoniza David, en la trama principal.

Organización de las tramas y secuencias en “Tinc espelma”



Como podemos observar en el cuadro anterior, el planteamiento del problema de la trama que protagoniza David requirió cinco secuencias mientras que la trama secundaria, protagonizada por Emma, demandó sólo dos.

En el clímax las secuencias se reparten equitativamente entre las dos tramas. Por último, dos de las tres secuencias, que conforman el final de la historia, tienen como eje central la culminación de la trama de David, sin embargo, el episodio se cierra con una secuencia protagonizada por Emma y por personajes figurantes que hacen referencia a los Reyes de España y a su hijo el Príncipe Felipe.

La descripción de la historia de este episodio nos indica que los protagonistas son David y Emma tal como se había anotado al comienzo de este apartado.

8.2.2 HISTORIA EN EL EPISODIO “TINC NACIÓ”

En “Tinc nació”, se desarrollan dos argumentos, en este caso, el argumento principal cataliza el desarrollo del secundario.

Trama principal:

A David le proponen hacer un cásting en Madrid y decide irse para probar suerte en otro lugar. La entrevista se le complica por diversas situaciones y termina fracasando en su intento por lo que decide regresar a Barcelona.

Trama secundaria:

A Lopes se le aparece su Conciencia Nacional y le pide que vaya a Madrid por David, en principio rechaza la idea pero finalmente decide llevar a cabo la petición y se va a Madrid. Estando allá, Lopes se instala en el Bar Maurici, conoce a un parroquiano y cambia completamente de opinión sobre Madrid y su gente.

El episodio está conformado por doce secuencias que se desarrollan, al menos dentro de la ficción, en Madrid y Barcelona. Entre las secuencias se intercalan nueve cortinillas, mismas que sirven para situar al espectador, les indican el lugar donde se lleva a cabo la acción. Las imágenes, que sirven de cortinilla, son lugares emblemáticos de Madrid y de la *Eixample* en Barcelona, imágenes ya habituales en la serie.



Fig. 1 La Cibeles de Madrid (3:33).



Fig.2 Barcelona tráfico (4:51).



Fig. 3. Taxis de Barcelona (6:12).



Fig. 4. Edificio de telecomunicaciones en Madrid (7:58).



Fig. 5 y 7 Puertade Alcalá (11:34) (18:55)

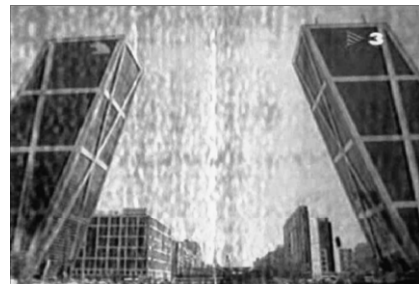


Fig. 6. Torres Kio (15:03).



Fig. 8. *Example*(21:13).



Fig. 9. Tráfico en Barcelona (24:39).

Las imágenes que conforman las cortinillas, corresponden a espacios exteriores, sin embargo, la acción narrativa de la *sitcom* se desarrolla en interiores. La siguiente descripción de las secuencias así lo hace constar.

SEC.1. Interior Casa David-Lopes, salón.

David le comenta a Lopes que conoció a un director de cine en un bar y que éste le propuso hacer un *cásting* para una película en Madrid. Lopes extrañado le argumenta que para hacer cine no es necesario irse a Madrid, que en Catalunya también se hace cine, le plantea todos los inconvenientes de irse y trata de disuadirlo.

SEC.2. Interior Casa David-Lopes, salón.

Lopes paga a Carbonell y a Emma para que bailen una *sardana* en el salón de casa y, de esta manera, despertarle a David su catalanidad y decida no irse a Madrid. David, con maleta en mano, sale de su habitación y al verlos bailar se dirige a ellos en castellano y les dice que él no bailará y se despide de ellos. Pero antes de irse, les deja claro que cuando se vuelva famoso, quizás, no les hable.

SEC.3. Interior Set de película.

David se entrevista con el director de cine en Madrid y éste le comenta que se estudie el guión. En su conversación, surgen algunas imprecisiones lingüísticas, mismas que David justifica diciendo que no entiende porque viene de allá. Termina la entrevista y David se despide del director de manera nerviosa.

SEC.4. Interior Casa David-Lopes, salón.

Lopes duerme en el sofá de su casa y es despertado por su Conciencia Nacional (que es él mismo actor, vestido con el traje típico de *pagès*) quien le pide que vaya a Madrid por David. La Conciencia Nacional le informa a Lopes que son muy pocos catalanes, y si estos se van de Catalunya quedarán aún menos y se extinguirán. Una vez dado el mensaje la Conciencia Nacional desaparece ante la estupefacción de Lopes.

SEC.5. Interior Casa David-Lopes, salón.

Lopes está haciendo su equipaje y le enseña a Emma todo lo que lleva en él, desde libros de literatura clásica catalana, hasta un sombrero ruso y una *senyera* catalana. Lopes explica a Emma que estando en Madrid tendrá que ir con cuidado porque es una ciudad muy peligrosa. Carbonell escucha todo lo que Lopes le dice a Emma y no tolera la conversación por lo que prefiere marcharse de ahí.

SEC.6. Interior Bar Maurici.

Pol y Lopes llegan a Madrid y entran a un bar llamado Maurici, Lopes hace la observación de que ése lugar le recuerda al bar Maurici de Barcelona pero Pol lo niega enfáticamente. Ambos piden una caña de cerveza y se las sirven acompañadas de una tapa. Lopes pregunta a Pol si la tapa la pidió él, porque si no es así, él no piensa pagarla, Pol le explica que eso se acostumbra en Madrid, que son tapas gratis siempre y cuando pidas una caña. Unas cañas más tarde, David llega al bar acompañado del Director de la película, quién solo ha entrado a saludarlos. Pol mira especialmente al Director. David está impactado por la personalidad del Director y Pol le advierte que éste es gay, David no se lo cree pero se convence cuando Pol le dice que eso es cosa de gays, que entre ellos se reconocen. Pol se despide de ellos, va a un barrio de gays para ver si liga. David y Lopes se quedan solos en el bar, y mientras conversan, un Madrileño se les acerca y les pregunta el nombre del idioma que hablan. Lopes se siente *in fraganti*.

SEC.7. Interior Bar Maurici.

Lopes le comenta al Madrileño las maravillas que tiene Catalunya, desde su propio idioma hasta su arquitectura, pero queda sorprendido cuando el Madrileño le dice que no hace falta que le argumente más, a él le encanta Catalunya. Siguen consumiendo cañas y se cruzan constantes elogios a sus respectivas ciudades (Madrid-Barcelona). Tras horas de estar en el bar, Lopes cae borracho sobre la mesa y el Madrileño se va. La Conciencia Nacional se le aparece nuevamente a Lopes, esta vez para decirle que le ha decepcionado y que nunca se lo esperaría de él. Lopes lo enfrenta diciéndole que le gusta mucho Madrid. La Conciencia Nacional decepcionada se marcha.

SEC.8. Interior Set de película.

David se presenta muy nervioso al ensayo de una escena de la película, está inquieto por lo que Pol le comentó respecto del Director, lo ha predispuesto y se encuentra incómodo. El Director le pide que ensayen una escena romántica pero David está muy nervioso. El Director nota el estado de ánimo de David y le dice que vuelva a estudiar el guión que ya lo harán otro día. David se va con la promesa de que estudiará el guión y se meterá en el papel.

SEC.9. Interior Bar Maurici.

Lopes continúa en el bar Maurici, ahora desayunando chocolate con porras. David llega preocupado y le explica que el Director se le ha insinuado, Lopes no se encuentra nada extrañado ya que según él, en el mundo del cine siempre pasa lo mismo. David lo encuentra poco ético. Lopes lo relativiza y se atreve a sugerirle que lo intente y que así conseguirá el papel. David se convence así mismo de hacerlo y se va en busca del Director.

SEC.10. Interior Bar Maurici.

Pol llega al bar con un ojo morado y explica que se equivocó de barrio e intentó ligar en uno de fachas y lo golpearon. Lopes le informa que está buscando piso porque a David le ha ido bien en el cásting, se quedarán a vivir en Madrid. David entra al bar y también tiene un ojo morado, se dirige muy molesto hacia Pol, le reclama que le haya asegurado que el Director de la película fuera gay cuando no era el caso. Pol le pregunta a David cómo se enteró que el Director no era gay y Lopes contestó por David explicándole que le metió la mano al Director. Pol ríe a carcajadas mientras que David le pide que no lo divulgue. David enfadado se despide, se va a hacer maletas porque regresa a Barcelona.

SEC.11. Interior casa David-Lopes, salón.

Pol continúa riéndose de lo acontecido a David en Madrid. Emma y Carbonell les piden una explicación de lo acontecido. Carbonell sospecha que algo esconden. David explica que no lo aceptaron en la película porque necesitaban a alguien más alto que él. Pol continúa riendo y se despide de todos porque se irá al bar a preparar tapas que empezará a regalar con las cañas, Emma y Carbonell se van con él. La Conciencia Nacional reaparece, pero ahora, a

David. La Conciencia explica a David que está muy enfadado con Lopes y que no quiere verlo, sólo regresó para despedirse. David lo mira con curiosidad y le pregunta sobre las cosas que lleva, sobre un pendón y un tambor, la Conciencia le explica que son símbolos nacionales de Catalunya y finalmente se despide con la canción de fondo del emigrante.

SEC.12. Interior casa David-Lopes, salón.

David y Lopes, sentados en el sofá de su casa, hablan sobre diversos aspectos de Madrid. Se refieren a ella como una ciudad donde no hay que hacer leyes para conservar la lengua y expresan su temor de que el Español se pierda en Catalunya. Hasta les desagrada que no haya una variante dialectal en Catalunya del castellano.

Las secuencias reseñadas bosquejan la historia del episodio “Tinc nació”, en ellas se pueden advertir los tres momentos narrativos, desde el planteamiento del problema hasta su resolución. La siguiente cuestión es identificar esos tres momentos y la trama que se desarrolla en cada secuencia.

Principio

- 1.- Interior Casa David-Lopes, salón (Trama principal).
- 2.- Interior Casa David-Lopes, salón (Trama principal).
- 3.- Interior Set de película (Trama principal).
- 4.- Interior Casa David-Lopes, salón (Trama secundaria).
- 5.- Interior Casa David-Lopes, salón (Trama secundaria).
- 6.- Interior Bar Maurici (Trama principal-secundaria).

Clímax

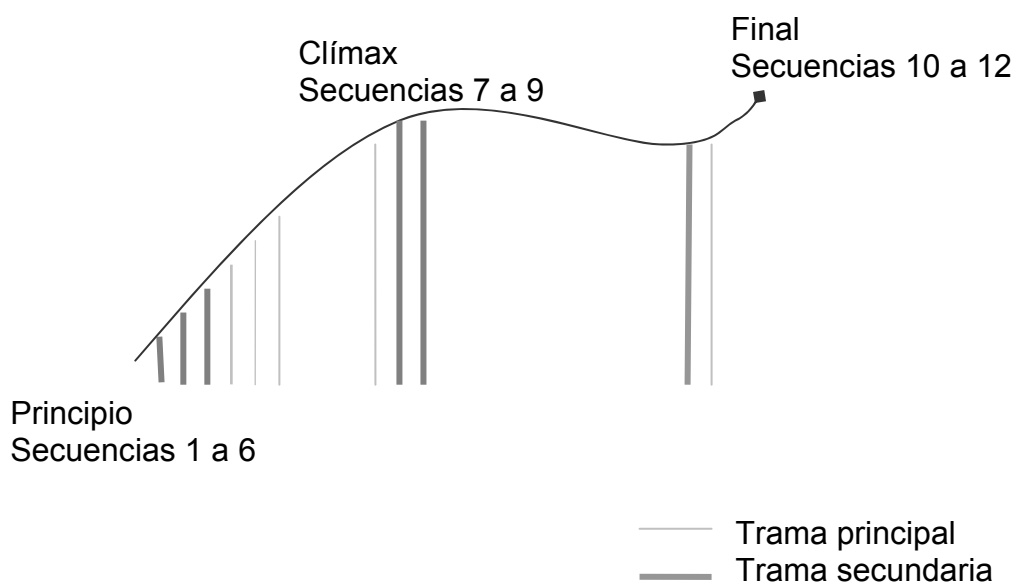
7. Interior Bar Maurici (Trama secundaria).
- 8.- Interior Set de película (Trama principal).
9. Interior Bar Maurici (Trama principal).

Final

10. Interior Bar Maurici (Trama principal).
11. Interior casa David-Lopes, salón (Trama principal).
12. Interior casa David-Lopes, salón (Trama secundaria).

La trama principal, protagonizada por David, se desarrolló en siete secuencias, y la trama secundaria en cinco, ésta última protagonizada por Lopes, tal como se observa en el cuadro siguiente.

Organización de las tramas y secuencias en “Tinc nació”



La exposición del planteamiento del problema de ambas tramas se desarrolla en las secuencias que conforman el principio de la narración. Para ello, se utilizaron seis secuencias que se repartieron equitativamente entre la historia principal y la secundaria. El clímax de la historia, el punto de tensión de la problemática de ambas tramas, se condensa en tres secuencias, dos de ellas corresponden a desarrollo de la trama principal.

El final de la historia es cerrado por tres secuencias, dos de las cuales resuelven la trama principal. La última secuencia que finaliza la narración corresponde a la resolución de la trama secundaria.

Con el análisis de la historia, desarrollada en ambos episodios, se obtiene un marco a partir del cual podemos situar las demás unidades analíticas. De tal forma, esta primera fase constituye la base contextual del análisis del texto audiovisual.

8.2.3 SUJETOS E INTERACCIONES

Partiendo del conocimiento de las tramas de los episodios, de los personajes que figuran en ellos, de la identificación de los tres momentos narrativos y de sus relaciones con las secuencias correspondientes, se construye una idea general de las historias de los episodios que conforman la muestra del análisis textual. En cualquier caso, es momento de diseccionar el texto audiovisual y hacer el análisis de los personajes de la *sitcom*, por su caracterización y comportamiento en los episodios. El objetivo es conocer las características de los personajes que intervienen en el episodio y las interrelaciones que se establecen entre ellos.

8.2.3.1 SUJETOS E INTERACCIONES EN EL EPISODIO “TINC ESPELMA”

Los datos del análisis de la historia de “Tinc espelma” indican que los protagonistas de las tramas son David y Emma, por lo tanto protagonistas del episodio. Sin embargo, al estudiar a los personajes con la categoría tiempo en pantalla, ésta nos sugiere otras directrices.

El personaje que más minutos apareció en pantalla, durante el episodio, es David (14:38), seguido por Lopes (14:33), Emma (08:08), Ramón (06:46), Lola (04:48), Pol (04:20), Carbonell (04:35) y Marina (04:08), en este sentido, los protagonistas del capítulo, bajo el paraguas de esta categoría, son David y Lopes.

Lo observado, según la categoría tiempo, incluye implícitamente un espacio determinado. Los personajes desarrollaron su acción narrativa principalmente en la casa de David y Lopes, de manera específica en el salón. El Bar Maurici es otro de los lugares al que se recurre para desarrollar la historia. Uno de los espacios fijos menos utilizado en este episodio, es Radio Bofarull, en cambio, se utilizó un set alternativo, el salón del Palacio de la Zarzuela, para culminar la trama de Emma.

Al tratarse del análisis de una comedia de situación es importante registrar los gags, las situaciones cómicas y los tags desarrollados por los personajes. En general, los gags en este episodio iban acompañados por diferentes tags, así que dentro de cada situación humorística va incluido algún gesto o tic que ha provocado risa entre el público asistente. De tal forma, el personaje de Lopes ha protagonizado 19 gags durante el capítulo, Emma 14, David desarrolló 11, Ramón 7 gags, Carbonell 5, Pol provocó risas con 4 situaciones cómicas y por último, el personaje de apoyo, Marina, protagonizó un gag. Según estos datos, el tono de humor del episodio es responsabilidad de los protagonistas de la serie, Lopes y David, sin embargo, los datos también hablan de un reparto del desarrollo humorístico entre los personajes secundarios y/o de apoyo y fugaces que participan en el episodio.

Además del tiempo de aparición y de los gags desarrollados en el episodio, también, se analizó la caracterización de los personajes de la serie, su comportamiento, el lenguaje gestual y la indumentaria utilizada. Por el contenido de los diálogos, por la forma de afrontar determinadas circunstancias y por la manera en la que se relacionan los personajes entre sí, podemos llegar a establecer un perfil de cada uno de ellos. Sin olvidar, que el argumento por antonomasia de la serie “Plats bruts” se deduce de las relaciones y las situaciones que enfrentan dos personas que comparten piso. Por otro lado, se trata de una serie en la cual los personajes tienen más de 30 años por lo que las temáticas se tejen alrededor de las situaciones y/o preocupaciones propias de la edad.

La descripción del comportamiento de los personajes es un trabajo de observación, de visionado de más de dos capítulos de la serie, sin embargo, si nos centramos en lo observado específicamente en los episodios analizados, se siguen presentando las mismas variables.

El comportamiento de David es el de una persona insegura, torpe y un poco presumido que llega a rozar el narcisismo pero tiene la peculiaridad de, a pesar de lo expresado, ser buena persona. Su lenguaje corporal y gestual es exagerado. Su indumentaria es casual y moderna, en este sentido, es todo lo

contrario de Lopes quien viste desgarbadamente, con camisas a cuadros y de tallas superiores a la suya. Una de las cualidades que identifican a Lopes es su esmerado espíritu negativo, es pesimista, miedoso y perezoso. Por su lenguaje gestual exagerado se deduce que también es nervioso.

Emma es descrita por los mismos guionistas de la serie como el personaje extraterrestre, de la que no se sabe nada de su familia, que a veces es introvertida, pero cuando habla, suele decir cosas muy ciertas. El rasgo de personaje raro, no es sólo por su comportamiento, sino, por su vestuario. Emma viste moderna, de colores muy brillantes y lo acompaña de maquillaje y peinado extravagante. Si tomamos en cuenta sólo el vestuario, Emma es el contrapunto de Ramón, el fanfarrón del grupo, no solo por su manera de vestir, que es formal pero pasado de moda y lleva peinado engominado, sino por sus ideas.

Pol es un personaje centrado y simpático, es el contrapunto de David, ambos son estudiantes del *Institut del Teatre*. El vestuario de Pol es sencillo pero moderno. Su lenguaje gestual es exagerado.

Carbonell, es el personaje serio de la serie, un tanto gruñón pero buena persona. Ella es la responsable de llamar la atención a los demás personajes. Su perfil, es el de una mujer adulta, madura, que ha recorrido mundo, no es la figura de la abuela clásica. Carbonell es el personaje que permite que la serie cubra un target más amplio.

Por último, queda describir el comportamiento de los personajes fugaces y/o de apoyo. El personaje de Lola (novia de David) es una mujer risueña que usa ropa moderna y escotada. Marina, personaje que apareció un par de episodios más como novia de David, es centrada y su lenguaje gestual es normal y su indumentaria es moderna.

En general, el lenguaje utilizado por los personajes de la *sitcom* es informal, sus diálogos recurren constantemente a palabras altisonantes. El catalán utilizado es coloquial, mezclado, ocasionalmente, con castellanismos.

Esta fase del análisis, que corresponde a la descripción de los sujetos y de las relaciones que guardan entre sí, finaliza con la delimitación del papel que cada uno de los personajes lleva a cabo dentro de la narración, es decir, en el desarrollo de la historia.

En “Tinc espelma”, Emma, David y Lopes son los protagonistas de la narración, los demás personajes son secundarios. Por otro lado, el papel que desempeñan David y Lopes en el desarrollo del episodio no es semejante al que llevan a cabo en el total de la narración. Por ejemplo, Lopes es protagonista por el rol que cumple en la narración, pero, además, es un personaje que sirve de apoyo en el desarrollo de la historia de David. Su rol narrativo es de confidente del protagonista. Sin embargo, David igual que Emma, por los roles desarrollados, conserva el estatus de protagónico. Los demás personajes (Carbonell, Ramón, Pol, Lola y Marina) son de apoyo, ayudan a que el hilo argumental de la narración se teja. Por el contrario, sus roles narrativos están claramente diferenciados. Carbonell correspondiendo al perfil de su personaje, es la que modera el discurso de los demás personajes. Ramón, es el personaje contraste que constantemente hace comentarios machistas y despierta antipatías. Pol, en este episodio, es el personaje que cataliza una acción del protagonista. El rol de Marina la coloca, también, como catalizadora de una acción, y Lola funge de personaje de apoyo de la trama de David.

Hemos descrito que el peso argumental del episodio recae en los protagonistas de la serie, en David y Lopes. Estos personajes protagonizan 8 de las trece secuencias que conforman la historia y por, consecuencia lógica, son los actores que más tiempo figuran en pantalla. Sin embargo, en el desarrollo del registro cómico del relato son responsables todos los personajes de la serie y en menor medida los personajes fugaces. En este sentido, Lopes es el personaje responsable de más gags en este episodio.

El perfil de los personajes de la serie está reforzado con la indumentaria que utilizan durante el desarrollo del episodio pero también con su lenguaje informal y con el uso del catalán coloquial. El comportamiento de los personajes está íntimamente ligado a su lenguaje gestual. Para finalizar, todos los personajes

de la serie cubrieron distintos frentes en el desarrollo de la historia, la estructura jerárquica de los personajes en este episodio es elástica.

8.2.3.2 SUJETOS E INTERACCIONES EN EL EPISODIO “TINC NACIÓ”

El primer paso del análisis, en este apartado, es identificar los minutos que cada personaje figuró en pantalla durante el episodio.

Los personajes protagonistas de la *sitcom*, igual que en el episodio “Tinc espelma”, han estado expuestos en pantalla más tiempo. En este caso, Lopes aparece 18:06 minutos y David 15:21 minutos. Sin embargo, en este episodio, el actor Jordi Sánchez interpreta doble papel, de Lopes y de Conciencia Nacional, este último personaje apareció en pantalla 4:03 minutos. De tal forma, durante el episodio la audiencia percibió la doble presencia de un mismo actor. En orden descendente se describe -con la indicación del minutaje entre paréntesis-, el tiempo de aparición de los demás personajes que intervinieron en este episodio, Pol (6:43), Emma (4:46), Carbonell (4:46), Director (3:16) y por último el Madrileño (2:35).

A los diferentes registros de tiempo, especificados en el párrafo anterior, le corresponden unos espacios específicos. Los escenarios donde se desarrolla la historia son la casa de David y Lopes (escenario fijo), El bar Maurici (el mismo bar Maurici, escenario fijo, pero con otro diseño), y un set cinematográfico. En “Tinc nació” y “Tinc espelma” el bar sigue siendo un escenario privilegiado para la evolución de las tramas de la *sitcom*.

Las locaciones son algunos de los elementos importantes en una comedia de situación. Pero, sin duda, el ingrediente fundamental es el humor, que puede estar expresado en un gesto, ademán, frase cómica, tic nervioso, situación peculiar o simplemente con un silencio. Estos aspectos señalados, que de forma general denominamos gags, fueron observados y registrados. Al tratarse de una serie que se grababa con público era relativamente sencillo localizar los puntos humorísticos del episodio, la risa nos daba la pauta para el registro.

Uno de los objetivos, en esta fase, es identificar en cuál personaje recae la carga humorística, si es que existe una sola figura, y cómo se desarrolla este registro cómico en los demás personajes. En este sentido, Lopes ha desarrollado 41 gags y 7 como Conciencia Nacional, cabe recordar que un mismo actor, Jordi Sánchez, realizó estos dos papeles en este episodio. El otro personaje protagonista, David, realizó 37 gags superando los realizados en el otro episodio estudiado. Pol, aumentó su cuota cómica respecto al otro episodio, con 8 gags. Carbonell y Emma mantuvieron un rol similar ejecutando de 4 a 3 gags respectivamente. El personaje fugaz, el Madrileño, realizó su contribución cómica al episodio con 6 gags.

Siguiendo con la descripción de los personajes, en este episodio se vuelven a mostrar los mismos rasgos de comportamiento y lenguaje ya mencionados en el análisis del capítulo anterior, se presentan valoraciones similares tanto de los personajes protagonistas como secundarios. Hay una sola cuestión diferencial entre ambos episodios y es respecto a la lengua. En “Tinc nació”, los personajes, por exigencia de la historia, se expresan constantemente en castellano informal con dos de los personajes fugaces de la historia (Director de cine y Madrileño). Mientras que entre ellos (David, Lopes y Pol), realizan los diálogos en catalán coloquial. En cualquier caso, es necesario describir el comportamiento y el lenguaje de los personajes fugaces. La Conciencia Nacional, cuyas características ya se han ido anotando anteriormente, está caracterizada con el traje típico de *pagés* catalán, tiene un comportamiento centrado y lenguaje gestual normal y se expresa mediante un catalán normalizado. El Director de cine, tiene una actitud apacible, de aire profundo, lleva ropa casual y su lenguaje gestual es normal y su lenguaje es sereno. El Madrileño tiene un carácter extrovertido, fanfarrón y su lenguaje gestual es exagerado, su ropa es casual y su lenguaje es informal. La lengua utilizada por estos dos últimos personajes es el castellano coloquial.

Los personajes cumplen un papel en el desarrollo del episodio y un rol de cara al proceso narrativo de la historia. Los personajes, según las tramas a desarrollar, pueden cumplir más de un rol narrativo. En “Tinc nació”, los protagonistas son Lopes y David, los personajes secundarios son Emma,

Carbonell y Pol. Los personajes de una sola aparición, por lo tanto fugaces, son la Conciencia Nacional, el Director de cine y el Madrileño.

Hemos categorizado los roles narrativos de los personajes siguiendo las pautas descritas por Linda Seger (1999). De tal forma, Lopes sigue siendo personaje principal pero durante la narración ha desarrollado el papel de confidente de David, quien también sigue figurando como personaje protagonista. Emma, en este episodio, es el personaje contraste de Lopes, mientras él manifiesta un conocimiento amplio de la historia de Catalunya, Emma demuestra completa ignorancia respecto al tema citado. Carbonell además de personaje de apoyo es de equilibrio, es la persona que relativiza las sentencias de los demás personajes. Pol es el personaje que cataliza una acción respecto a uno de los personajes principales (David), es él quien facilita información falsa y plantea un cambio en la narración.

Los tres personajes fugaces se establecen como de apoyo, pero en el caso concreto de la Conciencia Nacional y del Madrileño sus roles narrativos son de personajes catalizadores, ambos accionan una situación. La Conciencia Nacional disuade a Lopes de irse a Madrid a buscar a David y el Madrileño hace que Lopes cambie la idea negativa que tenía sobre Madrid y los madrileños.

En este episodio, se respeta puntualmente los papeles protagónicos de David y Lopes, la acción, en el caso de los personajes secundarios, recae en Pol y los demás (Emma y Carbonell) son personajes de apoyo. Si tomamos en cuenta el tiempo de exposición de los personajes en pantalla las cifras guardan cierta relación con los roles desarrollados en la historia. En cuanto al registro humorístico de la serie, el peso también recae en los protagonistas y en menor medida en los demás personajes. En este sentido, "Tinc nació" por lo analizado hasta ahora es un episodio completamente de los protagonistas a diferencia de "Tinc espelma", el otro episodio analizado.

Con esta fase culmina el estudio del perfil de los personajes que intervienen en la serie. El comportamiento desarrollado en la historia por los personajes, no

sólo está relacionado por la forma en la que se relacionan con los demás, se construye con los discursos enunciados en los diálogos. De tal forma, el paso siguiente es el análisis de los textos expresados por los personajes de la *sitcom*.

8.2.4 EL TEXTO VERBAL

Cuando nos planteamos realizar un análisis textual de la serie pensamos dejar de lado la contabilidad de palabras y de expresiones. Nos interesa tratar cada uno de los episodios como textos completos, como discursos elásticos, maleables, que se puedan dividir en unidades pero reconociendo las interrelaciones entre ellas. Descomponer un texto audiovisual en forma de red.

Una de las unidades importantes en el análisis del audiovisual es el texto verbal, lo que se dice en los diálogos y a qué hace alusión lo dicho, en definitiva, reconocer los referentes expresados visual o verbalmente.

8.2.4.1 EL TEXTO VERBAL EN “TINC ESPELMA”.

El texto verbal en la *sitcom* “Plats bruts” tiene un peso preponderante. El discurso construido por la narración, tomando en cuenta que es una comedia de situación, plantea tres registros, uno irónico, dramático y el registro propio del formato, el cómico.

En el análisis del texto audiovisual se identificó que los personajes hacen juicios de valor, ya sea de forma explícita o implícita. Cada una de las valoraciones fue anotada con el tiempo de realización en la narración.

Una de las valoraciones verbales, explícitas, identificada hace alusión a una institución política, a un partido político, y lo expresa el personaje de Emma: “Los de Esquerra Republicana quieren la independència”, y está ubicada en el minuto 14:06. Otra valoración verbal, explícita, se formula respecto a la Monarquía Española, Carbonell (13:47) se refiere a ese tema como “mariconadas monárquicas”. Sobre esta misma cuestión, Emma (minuto 21:17) refiriéndose a los Reyes de España afirma “son muy simpáticos, agradables y sobre todo muy sencillos”. Siguiendo con el mismo tema, en la secuencia 9 - cuando Emma explica a Carbonell que es descendiente directa del último rey catalán-, David escucha un comentario sobre monarquía absoluta y expresa

que él ya ha estado en esa discoteca; Carbonell a lo expresado por David comenta “Tanta escuela y mira cómo salen” en el minuto 14:18.

Otro tipo de valoraciones que se observan en el episodio son las implícitas, aquéllas apreciaciones que no se hacen de manera directa. Por ejemplo, Lopes mantiene una discusión con David en catalán y cuando hace referencia al medicamento recita el prospecto en castellano (8:12). Las valoraciones implícitas están ligadas, o se evidencian, por pequeños cambios de registro de voz, por gestos, en este caso, está relacionado con un cambio de lengua. La idea que se relaciona con esta valoración, con este cambio del catalán al castellano, es que los prospectos de las medicinas están escritos en castellano y no en catalán.

Emma como protagonista de la trama secundaria, con temática monárquica hace algunas valoraciones al respecto. En la secuencia 11, Emma dirige un discurso a los radioescuchas de Radio Bofarull como Emma I, reina de Catalunya, y expresa “Los saludaré con la mano cada vez que los vea, prometo aprender a esquiar y prometo que entre todos me compraran un barco para poder pasar las vacaciones de verano” (14:57). Ligada a la misma secuencia, Emma se cuestiona si ahora que es reina debe mudarse a Madrid (18:01). En una secuencia anterior, en la 9, Carbonell discrepa con Emma y le cuestiona el hecho de que “¿quién querrá una reina con esos cabellos y esos vestidos que lleva?” (14:23) a lo que Emma responde que la Reina de Inglaterra tiene un estilo como el suyo (14:33). Cada una de las cuestiones expresadas anteriormente tiene un anclaje con el terreno de la no ficción, el primer ejemplo, el de la secuencia 11, hace alusión a comportamientos, a expresiones y situaciones que en algún momento protagonizaron distintos miembros de la Familia Real Española.

Por otro lado, Carbonell explora otra cuestión de la monarquía, sobre la presencia que deben proyectar los Reyes. En este sentido, y como se anotó en líneas anteriores, Emma aduce que la Reina Isabel I tiene cierta similitud con su forma de vestir.

Siguiendo con el análisis, la cuestión por explorar es la identificación de los referentes presentes en el texto audiovisual. Para una mejor comprensión de los tópicos observados los hemos categorizado por los que hacen mención a espacios, a personajes, prácticas sociales y a otras producciones audiovisuales, entre paréntesis, se registra el minuto donde se localiza el referente verbal o visual en el episodio.

Los lugares a los que hacen referencia verbalmente son: Bagur (01:33), Andalucía (en semana santa, 01:39), Discoteca Martin`s (al cuarto oscuro de (4:25) y por último, al Palacio de la Zarzuela (17:58)-(21:17), este último referente se ve reforzado visualmente con un set alternativo que simula el salón del Palacio.

Los referentes verbales hacen alusión a personajes de diferentes esferas sociales: Martí l'Humà (último rey Catalán, 11:35), Julio Anguita (8:06), Lope de Vega (4:12), David Copperfield (4:31), Armand de Fluvià (respecto a su trabajo como experto en heráldicas, 5:29), Versace (10:34), Robespierre (13:55), Reina de Inglaterra (14:27) y la Reina Sofía (17:54).

Se observó, además, una referencia verbal a una Institución política, a Esquerra Republicana (14:00). En la última secuencia, en la 14, se registra un referente visual sobre la Familia Real Española, en dicha secuencia, están presentes personajes que figuran ser la Reina Sofía, el Rey Juan Carlos y el Príncipe Felipe.

El texto verbal del episodio alude a otras producciones audiovisuales como al melodrama "Nissaga de poder" (3:38) emitido por TV3 y a una producción norteamericana de Walt Disney, "La sirenita" (07:46).

La literatura es un referente verbal presente en este episodio, en la secuencia 12, durante la reconciliación de Marina con David, se citan algunos fragmentos que corresponden a la obra "Terra Baixa" de Àngel Guimerà, se expresa el nombre de "Manelic" (19:28) personaje protagonista de la obra.

La última categorización a explorar se denomina prácticas, se eligió esta categoría porque es una palabra que permite conglomerar elementos diversos, por ejemplo, se habla de las *escoltes* (5:53) y que los niños que formaban parte de ellas acostumbraban comer “llibrets” (5:48) elaborados por sus madres. En el mismo tenor, Lopes canta “*La Vall del Riu Vermell*” (5:56).

En una entrevista que Lopes hace a Emma, en Radio Bofarull - secuencia 11-, cuando se proclama reina de Catalunya se escucha de fondo la sardana “El Cant de la Senyera” (16:15). En la misma secuencia, Emma expresa a Lopes que la trate de su Majestad o Excelencia (13:50). Carbonell, en la secuencia 3, hace referencia al origen de su apellido y lo relaciona con la familia del aceite (4:19). Las referencias visuales del episodio son imágenes de los personajes comiendo chocolate con melindros (3:14) en el Bar Maurici, y una chica figurante leyendo el Diari Avui (03:36).

Tanto las valoraciones como los referentes observados aluden a contextos que se identifican con diversas esferas y prácticas sociales.

8.2.4.2 EL TEXTO VERBAL EN “TINC NACIÓ”

El peso del texto verbal en el episodio “Tinc nació” es preponderante y el tratamiento del discurso es irónico y cómico. En este episodio, se observa que dentro de algunas valoraciones explícitas se incluyen, también, algunos referentes. Para no ser repetitivos, se concretan los casos donde se da la cuestión, anteriormente, señalada.

Los referentes se registran según la categorización manifiesta en el capítulo que explica el diseño de las técnicas metodológicas. De ambas cuestiones, de valoraciones y de referentes observados en el texto audiovisual, se anota entre paréntesis el minuto donde se localizan.

David, uno de los personajes principales, hace valoraciones respecto al campo teatral catalán y expresa cosas como: el “Cine catalán es una momia disecada” (00:59), y respecto a la rápida respuesta que ha obtenido de una productora en

Madrid enuncia “se nota la categoría de la capital” (2:46), “para hacer obras de verdad te has de ir a Madrid” (2:52).

Respondiendo a la trama que protagoniza Lopes en su discurso hace constantes valoraciones sobre Madrid: “Madrid es horrible todos hablan castellano y les gustan los toros” (00:46), “en Madrid hace un clima terrible” (6:38) y “Madrid es peligroso” (7:00). Lopes también hace valoraciones sobre un clásico de la literatura española, sobre el Quijote, y afirma que “tan bien, tan bien, tan bien...no está” (11:49). Lopes advierte a David (estando los dos en el bar Maurici en Madrid, secuencia 6) que en caso de que alguien les pregunte de dónde son tendrán que contestar que de “Cuenca, que es neutral” (8:57).

Lopes trata de explicarle a Carbonell por qué deben de evitar que David se vaya a Madrid, secuencia dos, y lo justifica diciendo que “la catalanidad es algo que se lleva muy adentro” (1:52).

Las valoraciones que se detallan son citadas por Lopes y surgen del diálogo que mantiene con el Madrileño que conoce en el bar Maurici, secuencia siete, “los catalanes tenemos un idioma propio” (11:38), “Gaudí que de lo bueno que era lo hicieron santo” (11:59), “Tenemos más vocales” (12:04), “El *seny* y la *rauxa*” (12:13), “también hay jilipollas (en Catalunya) pocos pero los hay” (12:40). Hemos observado que Lopes inicia su discurso expresando valoraciones negativas sobre Madrid y, a medida que se va desarrollando la trama, cambia drásticamente la valoración por una positiva, por ejemplo, “aquí todo mundo es muy simpático” refiriéndose a los madrileños (12:49), “se está tan bien en Madrid” (17:25), “Madrid tiene una monumentalidad que en Barcelona no hay” (14:39). En la secuencia siete, Lopes termina completamente borracho en una mesa del bar Maurici expresando “que vivan los madrileños y que viva España” (13:36).

Para finalizar lo analizado en el texto verbal de Lopes, se citan algunas valoraciones que contienen algunos referentes culturales, por ejemplo, él expresa que “los mejores libros de la literatura catalana son, *Tirant lo blanc*, *L’empordà terra d’herois*, *La ceràmica d’Aviram de la Garrotxa* (6:17). Respecto

a Madrid, Lopes afirma que “me agradan las tapas y la Plaza Mayor” éste último es uno de los lugares emblemáticos de la ciudad (14:46). La única valoración que Lopes no liga a un rasgo relacionado con Madrid o Barcelona es respecto a la profesión de David, la actuación, al respecto dice “eso de venderse en el cine, lo hace todo mundo” (18:06).

Por último, hemos dejado dos valoraciones que concretan lo enunciado sobre un argumento bipolar que Lopes desarrolla en su trama: “el castellano, es un idioma que no es nada musical” (1:23) y ya casi para finalizar el episodio expresa “qué bien suena el español” (24:47). Sin embargo, hay una diferencia importante en estas dos sentencias, en la primera hace alusión al castellano. El término “castellano” según el diccionario de la Real Academia Española se utiliza cuando “se quiere introducir una distinción respecto a otras lenguas habladas también como propias en España”¹⁶. Por otro lado, la segunda sentencia se refiere al español, que según la RAE es la “lengua común de España y de muchas naciones de América, hablada también como propia en otras partes del mundo”¹⁷. De tal manera, un término se refiere efectivamente al castellano (en la expresión negativa y la segunda (la valoración positiva) hace referencia no sólo a España sino a los demás países de habla Hispana. Es así como se observa que dentro de las valoraciones explícitas, también, hay material simbólico a analizar.

Cabe recordar que el actor Jordi Sánchez quien interpreta a Lopes en la *sitcom*, dobla personaje en este episodio, se trata de una especie de álter ego nacionalista, e interpreta la Conciencia Nacional de Lopes. Las valoraciones expresadas por la Conciencia Nacional: “por uno de simpático (madrileño) 100 Felipistas” (14:35), “seis millones de catalanes y encima tienen la manía de no tener hijos, nos estamos extinguiendo” (5:36).

El madrileño es otro de los personajes fugaces que expresa valoraciones en la misma tónica bipolar que Lopes, él en principio argumenta “Madrid está hecho

¹⁶ http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual?TIPO_BUS=3&LEMA=castellano

¹⁷ http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual?TIPO_BUS=3&LEMA=español

una mierda” (12:58), “a mí Catalunya me encanta” (12:26), “los catalanes todos son cojonudos” (12:34) y finaliza su intervención enunciando “qué pesados son los catalanes, buena gente pero, pesados” (13:57) y deja a Lopes borracho y tirado en la mesa del bar Maurici (secuencia 7).

Pol, personaje homosexual de la serie, expresa “los gays notamos siempre (cuando otro lo es)” (10:58).

Lopes expresa un par de valoraciones implícitas que hacen referencia al uso del catalán cuando estaba prohibido: “evitemos el catalán, antes el inglés, es peligroso” (8:53), o a objetos simbólicos catalanes “le regalaré de forma clandestina (una bufanda *senyera* a David)” (07:35). “Viajar sólo en el extranjero... no me agrada” (8:26), expresa Lopes a Pol en la secuencia seis. La idea implícita, en esta última secuencia, es que para él como catalán viajar a Madrid implica estar en otro País. Siguiendo con las valoraciones implícitas de Lopes expresa una preocupación sobre el dinero “ahora me hacen sufrir estos madrileños, tanto regalar, tanto regalar que no deben tener nunca un duro” (9:48).

El Madrileño relaciona la idea de Barcelona como precursora del diseño y apunta “con lo bonito que es tener una papelera que no parezca papelera” (13:06).

Respecto a la identidad sexual de Pol se vierten algunas valoraciones implícitas, por ejemplo, Lopes refiriéndose al Director cinematográfico y al hecho de no notar que fuese gay expresa “yo lo ví normal” (10:43). El mismo personaje homosexual, Pol, expresa uno de los tópicos construidos alrededor de las prácticas sexuales de los gay, su promiscuidad, y expresa “voy a ver si ligo” (11:16).

Las últimas valoraciones a describir forman parte de la última secuencia, la doce, consideramos oportuno relatar las sentencias observadas cronológicamente para no perder el hilo del diálogo protagonizado por David y Lopes. Además, ejemplifica el registro irónico de la serie.

La acción narrativa ocurre dentro del salón de casa de David y Lopes, ambos están sentados en el sofá y David comenta “me da miedo que el español se acabe perdiendo en Catalunya” (24:51), “aquí el castellano tiene las de perder” (24:54), el diálogo continúa y Lopes afirma “Madrid sí que es la capital de una nación” (25:02). David al hilo de la idea expresada anota “aquí todos obsesionados con que si somos o no una nación” (25:04) y agrega “allá (en Madrid) son internacionales, plurinacionales, porque son demócratas” (25:10). Lopes retoma la conversación con “allá (en Madrid) no se han de hacer leyes para conservar el idioma, se conserva sólo” (25:15) y David afirma “si has de hacer leyes para conservar el idioma, es que el idioma aquel *malament, malament*” (25:20). Lopes refiriéndose a Madrid, allá “cada quien habla lo que quiere, no se les obliga a hablar castellano” (25:26), “allá (en Madrid) son internacionales” (25:39). David trata de explicar a Lopes qué es lo que pasa “allá (en Madrid) es una nación de naciones” (25:43) a lo que Lopes cuestiona “pero eso no pasa en otro lugar” (25:52) y David contesta “tenemos la suerte que nada más pasa aquí” (25:56). Para finalizar el episodio, David remata con la sentencia “me sabe mal que en Catalunya no tengamos una variante dialectal del castellano” (26:01).

Los referentes observados en “Tinc nació” han seguido la categorización propuesta en el capítulo que diseña las técnicas de la investigación. De tal forma, los personajes que fueron nombrados pertenecen a diferentes esferas, por ejemplo, la cantante Ana Belén (1:04), Terelú Campos (1:07), la actriz Eulàlia Vilarassau (1:09), el periodista Gabilondo (19:34), el cantante Sting (24:21), el arquitecto Gaudí (11:59). Mencionan a un personaje de la historia de Catalunya, quien fuera *Conseller en cap* de Barcelona, Rafael de Casanovas (23:51) y la Conciencia Nacional aduce que fue él quien un “11 de septiembre organiza tropas contra Felipe V” (24:03). Otro personaje enunciado pero que pertenece al campo de la ficción es el Quijote.

Las prácticas sociales referidas en este episodio son variadas, se registra el baile de la *Sardana* (1:33), la raqueta de padel (3:26) que David se lleva a Madrid, la corriente arquitectónica del Modernismo (11:53) en Catalunya. Se hicieron alusiones a canciones como la cantada por Carbonell en la secuencia cinco y titulada Madrid (6:58), o la escuchada por Lopes a su regreso de Madrid, la Verbena de la Paloma (21:55) y por último, la música de fondo que acompaña a la Conciencia Nacional para despedirse, L'emigrant (24:16).

Los referentes visuales observados son, un par de chirucas (6:35), las *espardenyas* (01:58) usadas por Carbonell para bailar *Sardenes*, la bufanda *senyera* (7:34) que le regalaría Lopes a David, el Pendón de Sta. Eulàlia (23:51) que llevaría la Conciencia Nacional en sus intervenciones así como el *Timbaler del Bruc* (23:57).

Los espacios también son referentes culturales expresados en "Tinc nació", por ejemplo, se mencionó un barrio de gays en Madrid (8:33) refiriéndose a Chueca, se hizo mención al Aeropuerto de Barajas (08:14) en Madrid. Visualmente se observaron algunos edificios emblemáticos de la ciudad de Madrid que fueron utilizados como cortinillas en el episodio, por ejemplo, imágenes de La Cibeles (03:33), Torres Kio (15:03), del edificio de telecomunicaciones (7:58), finalmente, la Puerta de Alcalá visualmente fue utilizada en dos ocasiones (11:34) y (18:55). En la secuencia siete, Lopes está borracho y tirado en la mesa del Bar Maurici y canturrea la canción de la Puerta de Alcalá (14:12).

Los referentes visuales observados son: en la secuencia nueve, Lopes está desayunando un chocolate con porras (17:19) y le explica a David que en Madrid les dicen así y no churros, el Bar Maurici está decorado con pósters del Real Madrid, abanicos, banderillas y cabezas de toros (8:08), Pol en la secuencia seis le explica a Lopes que en Madrid regalan tapas (9:08) con las cañas de cerveza. La Conciencia Nacional, en todas sus intervenciones lleva el traje típico de *pagés catalán*, el pendón de Sta. Eulàlia, y el *timbaler* del Bruc (4:54 este minutaje corresponde a la escena donde aparece el personaje). Las

valoraciones y los referentes observados en este episodio tienen como protagonista una temática nacionalista.

Los hallazgos obtenidos en esta fase del análisis se han nombrado mediante ejemplos concretos. Sin embargo, los aportes realizados a la discusión, que se plantea en esta investigación, se describirán con más detalle en las conclusiones generales.

8.2.5 LA PUESTA EN ESCENA

El análisis de la puesta en escena no desarrolla todos los componentes propuestos en el modelo de Francesco Caseti y Federico Di Chio (1999: 252). Para este estudio basta con la descripción de los espacios donde se da la acción narrativa de cada uno de los episodios analizados.

8.2.5.1 LOS ESPACIOS EN “TINC ESPELMA”

Al tratarse de una comedia de situación, no hay exteriores, se graba en espacios fijos y ocasionalmente en espacios alternativos. Los espacios fijos son, la casa que comparten David y Lopes (ver fig. 1 y 2), el Bar Maurici (ver fig.3 y 4), lugar donde generalmente se reúnen todos y donde Pol es camarero y, por último, Radio Bofarull (fig. 5), radio local donde trabajan Lopes, Ramón y Mercedes. En este episodio, se utilizó un set más, que intentaba reproducir el comedor del Palacio de la Zarzuela en Madrid.

El espacio en “Tinc Espelma”.



Fig. 1 Casa David y Lopes. Salón.



Fig. 3 Bar Maurici.



Fig. 5 Rado Bofarull.



Fig. 2 Casa David y Lopes. Comedor.



Fig. 4 Bar Maurici.



Fig. 6 Palacio de la Zarzuela. Comedor.

8.2.5.2 LOS ESPACIOS EN “TINC NACIÓ”

El espacio fijo utilizado en este episodio es la Casa de David y Lopes. Como escenarios alternativos, para el desarrollo de la historia se utilizaron un set cinematográfico y el mismo set del Bar Maurici pero decorado diferente y renombrado como Bar Maurici.

El espacio en “Tinc nació”



Fig. 1 Casa David y Lopes. Salón.



Fig. 2 Set de televisión



Fig. 3 Bar Maurici.

8.2.6 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS TEXTUAL

En la aplicación del análisis textual, en los dos episodios que conforman la muestra, observamos que los hallazgos se dirigen en dos sentidos, uno, destaca las características de los episodios como un todo y el otro, disecciona el texto audiovisual y analiza, por separado, cada una de las partes que lo conforman. De tal forma, tenemos un compendio de datos que se verbalizan en plural y singular. El objetivo de este último apartado es direccionar ambos textos en un mismo sentido, con el fin de dibujar algunas líneas que sugieran elementos para la discusión en esta investigación.

El primer paso es describir los personajes que intervienen en la serie, los cuales muestran un comportamiento inseguro, especialmente los que interpretan Emma, Lopes, David y Ramón. Los protagonistas de la *sitcom*, David y Lopes, además de inseguros, son torpes y se acompañan de un lenguaje gestual exagerado. Carbonell y Pol (en algunas ocasiones demuestra lo contrario) son personajes que demuestran madurez en su comportamiento. Otro rasgo observado en la construcción del perfil de los personajes, es la indumentaria, en este caso, la caracterización de todos los personajes está claramente reforzada con su forma de vestir.

Los personajes de la serie llevan a cabo la acción narrativa en distintos espacios. Los dos episodios se desarrollan en espacios interiores. Los espacios fijos de la serie son la casa de David y Lopes, Radio Bofarull y el bar Maurici (o Maurici, llamado así en el episodio "Tinc nació"). Ocasionalmente, y dependiendo de las exigencias del guión, se utilizan escenarios alternativos. En los casos observados se utilizaron dos sets, uno figuraba el palacio de la Zarzuela en Madrid y el otro, un set de televisión. Sin embargo, el lugar de reunión, y espacio de acción por excelencia en ambos episodios de la *sitcom*, es el bar, espacio que concuerda con el estilismo del formato televisivo.

Si bien, la descripción del perfil de los personajes y de los espacios donde se desarrolla el relato no forma parte de la primera fase del análisis textual, hemos optado por situarlo, en estas conclusiones, en primer lugar, porque dicho conocimiento nos ayuda a comprender lo que se detalla a continuación.

Los datos observados en el análisis de las historias relatadas, en ambos episodios, indican un rango específico de secuencias utilizadas para los distintos momentos narrativos. El desarrollo del relato de los capítulos estudiados oscila entre 12 y 14 secuencias. Casi la mitad, del total de secuencias que componen cada episodio, son utilizadas para exponer el planteamiento del problema. El clímax, es resuelto en tres o cuatro secuencias y el final en tres; en esta última fase de la narración coincide el número de secuencias para ambos episodios, como lo podemos observar en la siguiente tabla.

Secuencias de los episodios de “Plats bruts”

“Tinc espelma”	Principio	Clímax	Final
Núm. de secuencias	1-2-3-4-5-6-7	8-9-10-11	12-13-14
“Tinc nació”	Principio	Clímax	Final
Núm. de secuencias	1-2-3-4-5-6	7-8-9	10-11-12

En la identificación de las tramas y su estatus en el desarrollo de la acción narrativa nos encontramos que las tramas principales se desarrollan en un promedio de 7 a 9 secuencias y las secundarias en 5 (igual número para ambos episodios). Las acciones desarrolladas por los personajes en cada trama, es una variable que indica donde recae el peso protagónico de la historia, sin embargo, existen otros elementos que relativizan y/o refuerzan la figura protagónica, secundaria y/o fugaz de los personajes de la serie.

Como ya se ha explicado en otros apartados, los protagonistas de la serie son David y Lopes. La variable tiempo de aparición en pantalla -estudiada en el análisis textual- de ambos personajes refuerza la idea de protagonismo. Tanto David como Lopes, sustentan el mayor tiempo de exposición en los dos episodios.

Tiempo de aparición de los personajes de la serie

	Minutaje	
	“Tinc espelma”	“Tinc nació”
David	14:38 min.	15:21 min.
Lopes	14:33 min.	18:06 min.

Si nos guiamos por los datos obtenidos por la variable tiempo de aparición los protagonistas siguen sustentado su estatus. Sin embargo, si relacionamos el estatus de los personajes y otras variables, los resultados son distintos, tal y como se había anotado en líneas anteriores. Para justificar lo anterior, según lo analizado, la trama secundaria en “Tinc espelma” está protagonizada por Emma (personaje secundario) y su estatus no se mantiene si lo relacionamos con la categoría tiempo de exposición, el personaje figuró 8:08 minutos, casi la mitad de minutos que los protagonistas de la serie estuvieron en pantalla. De tal forma, la categoría tiempo de aparición es relativa y en algunas ocasiones no subordina el estatus de los personajes en la narración. De cualquier forma, es significativo que ambos episodios cierren el relato con la resolución de la trama secundaria, esto último se puede considerar como un elemento que relativiza, aún más, la categoría tiempo de exposición en la pantalla con el estatus de los personajes.

Parte fundamental de este análisis es el estudio del registro cómico de la serie y se observó que dicha variable, también relativiza la jerarquía de los personajes en la serie. Por ejemplo, en “Tinc espelma”, los responsables de la carga humorística del episodio son Lopes y Emma. Los demás personajes desarrollan gags pero en menor medida, sin embargo, hay una distribución equilibrada del registro humorístico entre los personajes. El dato que relativiza la conclusión

anterior, está en lo estudiado en el episodio “Tinc nació”, los protagonistas “formales” de la serie cargan, además, con el protagonismo cómico del episodio.

Hasta este momento se han interpretado los datos obtenidos atendiendo a variables específicas, hemos desarrollado el texto en singular, el texto descompuesto en unidades temáticas. Nos falta codificar lo observado en el análisis plural, el que contempla el texto audiovisual como un todo.

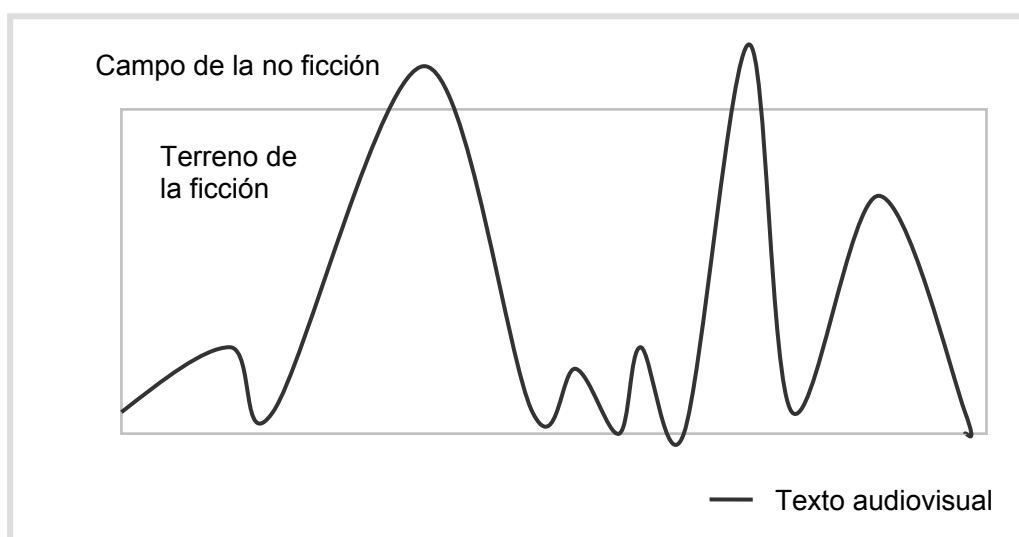
Existen pautas que rigen la estructura jerárquica de los personajes de cualquier programa televisivo que, por encima de lo explicado, señalan de manera categórica los protagonistas de una serie. En este sentido, los protagonistas de “Plats bruts” son David y Lopes, pero sus roles narrativos les confieren otras características. Por ejemplo, Lopes en el episodio “Tinc espelma”, además de desarrollar un rol principal dentro de la narración, figura como confidente de David. De tal forma, el papel protagónico de los personajes en la serie dista del rol o roles que los personajes desarrollan en la narración.

La relación de los personajes con la historia es una manera de conglomerar “el todo” en el texto audiovisual, esta fase del análisis textual se cierra con la descripción de las entrañas de la *sitcom*, es decir, con la descripción hacia el interior de la serie y da lugar a la descripción de las conexiones del texto de ficción con el entorno exterior, con el entorno de la no ficción. Para lograr esto, se identificaron las valoraciones explícitas e implícitas que los personajes verbalizaron en sus diálogos. Además, registramos los referentes verbales y visuales presentes en los episodios analizados.

Es necesario señalar que el peso del texto verbal, en ambos episodios, es absoluto y se caracteriza por el uso del catalán incorrecto, lo anterior aplica para ambos episodios. En “Tinc nació”, por exigencias del guión, los personajes se expresaron en castellano coloquial. Finalmente, el tratamiento del discurso mediaba entre lo irónico, dramático y cómico.

La identificación de las valoraciones y de los referentes utilizados por los personajes de la *sitcom* es una cuestión fundamental en esta investigación.

Según lo observado, las valoraciones expresadas permiten anclajes con dos esferas distintas, un anclaje propio creado por la ficción y el otro, lo sujeta a una esfera social, a situaciones, personajes, e instituciones que tienen existencia en la no ficción. Es decir, en la construcción de la historia del episodio hay un contenido específico que es producto de la creación de los guionistas, que se establece en el campo de la ficción. En ese andamiaje ficcional, se construye, en paralelo, otro discurso que hace referencias y/o valoraciones al campo de la no ficción. Tal como se explica en el cuadro siguiente, donde el texto audiovisual se plantea como una onda que oscila entre ambos campos, el de la ficción y la no ficción.



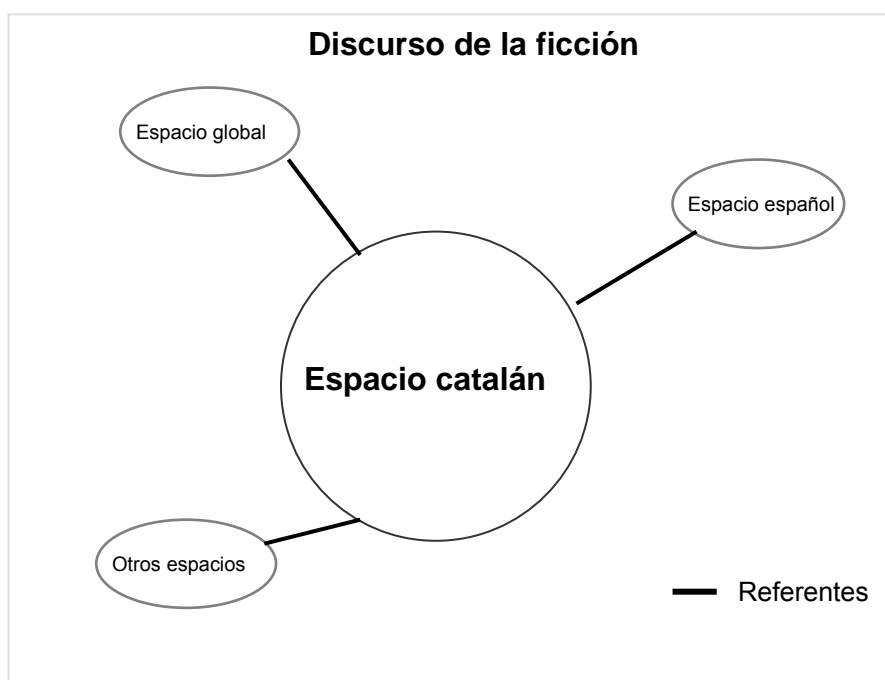
En el cuadro anterior, hemos colocado el campo de la no ficción como un marco que rodea el terreno de la ficción, sin embargo, esto no significa que ambos discursos tengan fronteras delimitadas. Lo que quisimos expresar es que el texto audiovisual es un todo que está relacionado con contenidos ficcionales y no ficcionales.

Con la identificación de las valoraciones elaboradas por los personajes se cumple uno de los propósitos de esta investigación, situar el discurso de la ficción televisiva al terreno de lo social.

Los referentes verbales, visuales y sonoros identificados en el análisis textual de los episodios hacen mención a espacios, a personajes, prácticas sociales y a producciones audiovisuales que se conectan con distintos contextos.

Los ámbitos a los cuáles están ligados los referentes identificados, en ambos episodios, se ubican según la cercanía o lejanía de los mismos. Es decir, hay referentes que están anclados al contexto local, en este caso al catalán, por ejemplo el “Pendón de Santa Eulàlia” o el “Timbaler del Bruc”. Por otro lado, se registraron referentes visuales sobre lugares de interés turístico en Madrid, como la “Puerta de Alcalá” o las “Torres Kío”, en este caso los referentes están ligados a un contexto que denominamos español.

En los episodios estudiados, se utilizaron referentes ligados a un contexto diferente al catalán o al español, entorno que denominamos global, un ejemplo de lo expresado anteriormente son los nombres de personajes conocidos internacionalmente como la “Reina de Inglaterra”, “Versace” o “Robespierre”. Lo anterior se representa en el cuadro siguiente.



La historia relatada en los episodios de la *sitcom* construye un contexto que está determinado por la lengua con la que se expresan los personajes de la serie. El uso del catalán es un rasgo de pertenencia evidente en nuestro objeto de estudio. Sin embargo, existen otras variables determinantes, como los elementos referenciales presentes en el episodio, que establecen una división entre lo “propio” y lo “ajeno”. Dentro del texto audiovisual, se establecen criterios para reconocer la cercanía o la lejanía de los referentes y juicios de valor expresados. Dichos criterios, no están formalmente definidos pero se deducen a partir del análisis del discurso. Los dispositivos que permiten dicha construcción de sentido son las valoraciones y los referentes registrados en ambos episodios. Es decir, estos dispositivos forman parte de un discurso ficcional pero mantienen enlaces, relaciones con otros ámbitos pertenecientes a la no ficción pero, además, establecen un criterio de lejanía o cercanía. Estas ideas vertidas alrededor de lo observado en el análisis del texto audiovisual pueden ser reforzadas o rechazadas por los resultados de las demás técnicas aplicadas. Sin embargo, sirven para enriquecer la discusión que plantea esta investigación.

8.3 RESULTADOS DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

La lectura y decodificación de los discursos expresados en los grupos de discusión plantean elementos importantes para la discusión sobre el rol de los contenidos de la ficción en el proceso de identidad cultural.

Esta investigación pretende comprender, a partir del consumo de una comedia de situación, las posibles representaciones, que hacen alusión a un imaginario catalán, construidas por la narración de la ficción. Dicha valoración la diseñan los sujetos que participan en los grupos de discusión. Nos interesa conocer cómo son percibidas estas representaciones y en qué se concretizan.

El preámbulo de estas conclusiones está expresado en el capítulo que condensa la guía de lectura de los grupos de discusión. En él, anotamos los indicadores que concentran los temas importantes observados por los sujetos en los episodios visionados.

Por último, nos hemos planteado trazar algunas conclusiones preliminares por bloques y posteriormente expresamos convergencias y divergencias entre los grupos que visionaron el mismo episodio.

La discusión, en los *focus group*, inicia con la descripción de ideas, objetos, personas y/o situaciones que hacen referencia a lo que denominamos de manera general como “lo catalán”. Los siguientes resultados son comunes a ambos bloques pero sus manifestaciones varían según el episodio visionado.

Las diversas maneras de aludir a “lo catalán” son las siguientes:

- El uso de las palabras “catalana” y “catalán” (en sus dos acepciones de género) como adjetivos. Los sujetos emplean estos términos para dotar de valor a personas, expresiones, cosas, etc.

- El recurso más obvio, utilizado por los sujetos, al tratar de ubicar “lo catalán” en la serie es relacionarlo con Catalunya, como una nación. Como un espacio geográfico de acción.
- Los sujetos utilizaron la expresión “catalanes” para denominar un grupo social representado en los episodios visionados. Dicha expresión, determina para ellos unos intereses y atributos propios del colectivo.
- Una acepción, observada en el discurso de los sujetos, que no intenta calificar, valorar, sino sólo nominar, es el uso de “catalán” como sustantivo.
- Otro de los usos elementales, presente en ambos bloques, es el término “catalán” para referirse a la lengua expresada en la serie, a la lengua catalana.
- Los sujetos observaron en los episodios referentes a un sistema de representación que denominaron “catalanismo”.

Referente al contexto/discurso de la serie

- Los sujetos de ambos bloques manifiestan que existe un “discurso” ideológico en los episodios.
- Identifican que el “contexto” que plantea la serie alude a “lo catalán”, a Barcelona y a Catalunya.

Referente al formato de la serie

- Para ambos bloques el “formato” de la *sitcom* es familiar y lo relacionan con un discurso humorístico.

- Los sujetos justifican algunos contenidos y comportamientos de los personajes de la serie “Plats bruts” vinculados a su formato audiovisual.
- Reconocen que algunas temáticas propias de este formato surgen de la convivencia cercana de los personajes. Identifican situaciones relacionadas con una dinámica cotidiana.
- Los sujetos manifiestan que existe una similitud entre la serie norteamericana “Friends” y “Plats bruts”.

Referente al humor

- Los sujetos observan que el humor desarrollado en la serie utiliza algunos tópicos para plantear situaciones cómicas.
- En algunos casos, los sujetos atribuyen al humor de la serie el adjetivo de “humor catalán”.
- Ambos bloques hacen referencia a un “humor propio de Plats bruts”.

Valoración personajes

- Los sujetos antes de iniciar con la especificación de las características de cada personaje de la serie hacen una valoración general.
- Los personajes descritos en ambos bloques son: David, Carbonell, Emma y Lopes.
- Además de citar a personajes de la serie, los sujetos hacen algunas referencias al actor Joel Joan que representa al personaje de David en “Plats bruts”.

Referente al lenguaje

- Los sujetos destacan algunas características de la lengua catalana usada en la serie.
- Además de la expresión verbal, para los sujetos un tema a observar es el lenguaje corporal y gestual.
- El indicador “palabras” aparece en el bloque de extranjeros, quienes identifican algunos vocablos usados sólo en un contexto catalán.

Producción desde TV3

- La cadena que produce y difunde la serie es para los sujetos un factor que influye en algunos aspectos de la naturaleza de la serie.

8.3.1 RESULTADOS GRUPOS DE DISCUSIÓN: BLOQUE CATALANES

El bloque denominado “catalanes” está integrado por dos grupos de discusión. El grupo “AC” visionó el capítulo “Tinc espelma” y en el grupo “BC” se discutió el episodio “Tinc nació”.

8.3.1.1 RESULTADOS GRUPO “AC”

El primer eje temático a exponer condensa lo observado por los sujetos en el episodio “Tinc espelma” y que nombran como “lo catalán”.

Los primeros indicadores a desarrollar son los usos que los integrantes de este grupo de discusión hacen de la palabra “catalana” y “catalán” y que utilizan repetidas ocasiones para adjetivar diferentes aspectos que aluden a la idea de “lo catalán”.

Dos integrantes del grupo atribuyen el término “catalana” a cuestiones de clase, ambos reconocen a David, personaje protagonista de la serie, como perteneciente a la burguesía catalana. Uno de ellos identifica que dicha

cualidad de David le es cercana. "...yo tengo un amigo que es igual al David, es un consentido, no sabe lo que es trabajar y bueno es así, es típico de la burguesía catalana (0705). "...el David, tiene un apellido Güell que es de la burguesía catalana (0799).

Los sujetos expresan cierto conocimiento sobre la industria audiovisual, de manera específica sobre la importación de formatos y la adaptación "cultural" de los programas según el país y/o región donde éstos se distribuyen. Durante la discusión, destacan que "Plats bruts" es una adaptación catalana de la serie norteamericana Friends. "...la adaptación sí que es catalana (1047). En este sentido reconocen en el episodio visionado ciertos elementos que denominan como parte de su contexto cercano.

El discurso de los sujetos enuncia algunas representaciones de género a las que atribuyen características específicas catalanas. Una de las representaciones femeninas referidas, es el rol que desarrolla la novia de David. "... la mujer catalana es muy independiente...es la mujer que ha recibido educación catalana y la gente que no ha recibido la educación catalana tiene otra manera de ser, estoy hablando de chicas, la mujer catalana eso de casarse y tal y de presentar a la familia ya vendrá" (0993). De tal forma, la figura del personaje de Lola, novia de David, les produce cierto rechazo: "...está claro que no representa a la mujer catalana para nada" (8169). "...lo típico de las mujeres que cuando pasan de los treinta quieren casarse, los hombres no quieren ni un compromiso, es un tópico, pero no es un tópico catalán" (0975).

En su discurso, la audiencia construye varios matices respecto a las características observadas en las representaciones de género presentes en la ficción. Este grupo establece un tipo de "mujer catalana" que responde a las siguientes características: mujer independiente y con objetivos que van más allá del matrimonio. Dos integrantes del grupo sugieren que el rol femenino del personaje de "Lola" pertenece a un ámbito español: "...la mujer española es más de casa... que es una mentalidad un poco no retrasada pero más de los años 60's y 70's" (0996). Los sujetos hicieron hincapié en otra representación

femenina, a la que también identificaron como “catalana”. Esta figura la trasladan al ámbito familiar, y se refieren a ella como el arquetipo de la abuela en la familia. “La Carbonell me hace gracia porque ella es la típica yaya catalana que va a la suya” (0707). Otro de los indicadores que guían este análisis es el uso de la palabra Catalunya. Para los integrantes del grupo, Catalunya representa un espacio social que define ciertas representaciones, por ejemplo, la femenina: “...la mujer fuera de Catalunya sí que es más hogareña...hombre hay de todo, porque creo que en Catalunya también hay de todo, pero aquí encuentras más mujeres que dirigen empresas o no están tanto en casa” (0996).

Este grupo, relaciona “lo catalán” con el reconocimiento y/o rechazo de algunas representaciones presentes en el discurso de la ficción. Sin embargo, el contenido de la serie constituye un sesgo importante para que el grupo determine algunos rasgos como propios.

Sobre la significación de los contenidos del episodio, los sujetos observan algunas claves de pertenencia en la temática de la trama protagonista del episodio, la que narra las vicisitudes sentimentales de uno de los protagonistas de la serie. En principio, destacan que la gestión de los sentimientos de los personajes en este episodio es un rasgo propio de los catalanes. “...no es la forma convencional de ver los sentimientos que tienen entre ellos que están entre dos chicas y tal es una forma como muy catalana” (0953). “...la amistad que ellos tienen, no se rompe por eso sino que aguantan...no son tan dramáticos” (0949), “...no son efusivos” (0957), “...ahí refleja un poco el carácter catalán...” (0849).

Los sujetos comparan el tratamiento del discurso sentimental de la trama principal del episodio con la telenovela Latinoamérica, específicamente con la mexicana, y establecen una diferencia. “...no es un culebrón mexicano (0951)...”. “...sin ponerle la parte dramática que está situación tiene, sería difícil encontrar eso en México...” (0953). Identifican la narración de la telenovela como dramática. “...en un culebrón latinoamericano todo se basa en drama” (0955). En ésta discusión, destacan algunos rasgos relacionados con la idea de

lo que consideran como “el carácter catalán” y a propósito especifican algunos rasgos que lo caracterizan: “...el catalán tampoco es así viva la vida” (0955). “...muy catalán eso también, muy machacón muy pesado” (0937).

Para desarrollar el siguiente indicador, es necesario recordar la temática de la trama secundaria, la cual condensa diversas ideas sobre la monarquía española. Este tema, presente en la ficción, es para los sujetos un banco de significación y desde su punto de vista el contenido de la serie concuerda con la realidad social que se vive en Catalunya y con la idea de ser catalán. “...hay temas que por ser catalán pues la monarquía y eso...” (0749), “...la figura del Rey en Catalunya no tiene mucha importancia la gente no está muy contenta con la monarquía, tal como la pintan no” (0757). Sobre esta misma temática, los sujetos nombran algunas actividades propias de la monarquía española y que se expresan en el episodio: como esquiar, pasear en velero, saludar con la mano etc., además, señalan que de estas actividades se hace humor tanto en la vida cotidiana como en las series producidas en Catalunya. “...lo que hace el Rey esquía y se va en velero, aquí se están burlando rápidamente” (0757).

La monarquía como tema de humor en la serie, tal como lo hemos comentado, es un rasgo de pertenencia que los sujetos identifican en la serie y consideran como propia del contexto audiovisual catalán e inexistente fuera de éste ámbito. “... aquí hablan de la monarquía cien personas, noventa te harán el mismo comentario y seguramente se hará una broma respecto a la monarquía y en otra tele seguramente sería un pecado hablar mal de la monarquía” (0759). “... supongo que si fuese una serie al nivel estatal ya te cortan también más”... (0749).

Los integrantes del grupo asignan ciertas características a las producciones audiovisuales realizadas en Catalunya. Afirman que éstas son de de calidad, con guiones, personajes elaborados y con temáticas acordes al panorama político-social actual. Además, distinguen las series producidas en el contexto español. “...yo creo que la gente que las escribe es gente que sabe, que a lo mejor tiene el guión más elaborado que, a ver si comparas un guión de “Los Serrano” con esta en el fondo son igual de simples. A mí me da la sensación

que las series producidas aquí a lo mejor son más, no son más cultas, pero tienen más contenido, no sé, que se matan un poco más” (0769). En la discusión, los sujetos detallan que hay un estilo de producción propio en Catalunya, “...la estética en general, el tipo de colores, el tratamiento de la imagen es como muy de las series catalanas que es muy de aquí” (0795).

Por otro lado, los sujetos identifican en la serie referentes que expresan cercanía a su contexto cotidiano y cuya significación tiene sentido en Catalunya. De tal forma, consideran que las series producidas en el ámbito referido condensan patrones culturales que les son cercanos y que la decodificación de éstos depende del conocimiento del imaginario catalán. “...yo cada vez tengo más la sensación de que esto fuera en castellano y se viera fuera de Catalunya seguramente no tendría tanta gracia” (0773). “...esto está muy enfocado a Catalunya, reivindican mucho...hasta los llibrets, cuando iban de colonias, el cumbaia, en todo momento están haciendo referencia en cambio eso lo haces fuera de Catalunya y no tiene sentido” (0775). Según lo expresado, los integrantes de este grupo construyen a la significación de la serie ciertas fronteras supeditadas a un contexto geográfico-social.

Los sujetos puntualizaron dos referentes visuales observados en el episodio y que hacen referencia a Catalunya: los taxis (0791) y “las imágenes de la Eixample” (0793). Estas imágenes referidas, por integrantes del grupo “AC”, sirven de cortinillas fijas en la serie y dividen las secuencias de este episodio.

La guía de lectura de los grupos de discusión está regida por 7 ejes temáticos, ya mencionados con anterioridad, sin embargo, hay grupos de discusión donde algunos ejes no tienen presencia explícita. En este grupo, no se manifestaron formalmente cuestiones sobre el contexto o el discurso de la serie, sin embargo, hay matices, implícitos en la discusión, que hacen referencia a estas cuestiones.

Referente al formato de la serie en “Tinc espelma”.

Este eje se focaliza en el conocimiento que poseen los sujetos sobre la comedia de situación. En la discusión, puntualizamos en “Plats bruts” y en las temáticas tratadas en la serie.

Este grupo, reconoce que el humor es la base fundamental de este formato, además, sugiere que este registro nace de la convivencia cotidiana entre los personajes de la serie. “...tiene que ser un formato pues eso que son vecinos pero que viven juntos para sacar así un humor tan absurdo” (1053). Los sujetos especifican algunas características del humor de este formato, y utilizan como referente la serie “Plats bruts”. Para ellos, el formato utiliza un humor dinámico, que no recurre a elementos que ellos consideran como “tontos”, “....yo creo que no es una risa tonta por los ingredientes que hay ¿no?, el ingrediente es fino e inteligente” (1027).

Otro de los conocimientos del formato, expresado por los sujetos, es la narrativa de las historias en la comedia de situación, que inicia y se cierra, generalmente, en un mismo episodio. “...es una historia que empieza y acaba...” (1023). “...hay historias paralelas...pero se cierran las dos” (1041).

Los sujetos establecen una diferencia entre la estructura narrativa de la *sitcom* y las telenovelas, “...no como “El cor de la ciutat”...se acaba justamente cuando pasa algo y al otro día sigue donde se había quedado y en cambio aquí te es igual lo has visto y te es igual verás otras tonterías y te reirás” (1035).

Uno de los detonadores, en los grupos de discusión, fue proponer a los sujetos una situación hipotética: haber visionado el capítulo en castellano y no en catalán como lo hicieron en la práctica. De los resultados de esta dinámica, es interesante destacar que los sujetos manifiestan posturas similares respecto al esfuerzo que supondría para ellos ver la serie en castellano. Lo anterior, lo justifican de diversas formas: se trata de otro humor, que no es natural, con diálogos forzados, la traducción poco cercana al idioma original de la serie, etc. “...si yo lo viera en castellano y no sé los chistes yo los vería como que no

riman, no pega, no es el humor...no me veo" (0521). "...muchos son referentes de Catalunya y que puedes traducir de colonias por campamentos pero no es lo mismo" (0889). Con este ejercicio, nos interesaba crear un contexto imaginario de posibilidad y no de facto, es decir, no nos interesaba que visionaran el capítulo en castellano porque fundamentarían las diferencias sobre un rasgo lingüístico. En este sentido, pretendemos conocer las reacciones expresadas a esta posibilidad. Por otro lado, hay que destacar que en el Estado español y en Catalunya existe una cultura arraigada del doblaje al castellano y al catalán, respectivamente, en los productos audiovisuales, específicamente en el cine y en las series de ficción televisivas.

Según las temáticas observadas por los sujetos en el contenido del episodio, la serie "Plats bruts" plantea situaciones que se ubican en un contexto cotidiano.

Durante la discusión, los integrantes compararon "Plat Bruts" con la *sitcom* norteamericana "Friends", sin embargo, reconocen que la serie visionada es una adaptación catalana: "...esta serie es una adaptación de la serie "Friends"...por ejemplo, "Friends" es un grupo igual en general todos son inmaduros...tienen un poco la edad... es un grupo de gente que siempre son los mismos, siempre van saliendo personajes así esporádicos..." (1043).

Los sujetos expresan determinadas pautas que rigen la comedia de situación: personajes fijos que conviven en un espacio compartido, historias que empiezan y se acaban en un episodio y el uso de un humor absurdo. Consideran que es un formato que puede ser exportable a cualquier país pero que la adaptación del humor es una cuestión no exportable, por lo que se recurre a la adaptación.

Referente al humor del episodio "Tinc espelma"

La comparación entre "Plats bruts" y "Friends" surgida en la discusión de este grupo da lugar a una descripción más elaborada sobre las características del humor utilizado en la serie. Al respecto, mencionan que se trata de un humor exagerado, inteligente, basado en situaciones, construido por parodias y que no

recurre a los insultos ni a la formulación reiterativa de chistes, "...te ríes sin necesidad de insultos" (0823). Un humor que contiene "...ironía fina" (0819), "...es un humor fino, que te ríes pero lo dices bien" (0821). "...es un humor que apela como a referentes un poco más cultos" (0771). Los sujetos establecieron al humor de la serie una relación de pertenencia, es decir, identificaron el humor como propio y como catalán. "...juegan mucho con los tópicos, es como muy de los catalanes" (0668). Por otro lado, los integrantes de este grupo afirman que "el humor catalán" guarda ciertas semejanzas con "el humor inglés": el hecho de reírse de ellos mismos, la ironía y la exageración. "...es similar al humor inglés...podemos reírnos de nosotros mismos" (0686). "Lo encuentro muy exagerado, muy británico, mucho humor inglés" (0688). Al definir las características del humor en el episodio visionado los sujetos concretan algunos tipos de humor delimitados por un contexto geográfico, cultural y social.

Otra constante en este grupo es la diferenciación entre "Plats bruts" y las series producidas en un contexto español. La base fundamental de la diferencia son los matices del humor: "...el humor es tan nuestro que cuesta mucho explicarlo porque como lo llevas dentro para mí la diferencia clara es poner una serie española y una catalana..." (0833).

Los sujetos, en su afán por establecer diferencias entre series catalanas y españolas, aportan algunas características de lo que para ellos es el humor español. Detectan que la caracterización de los personajes de las series es un elemento que permite identificar una serie española o lejana del contexto catalán, "...tienen una pinta los tíos (de la serie "Aquí no hay quien viva"), que según cómo vayan vestidos es un insulto tipo, así España va bien" (0837). "...el humor español muchas veces salta con chiste acabas una frase y chiste" (0841). "...el humor de Madrid y del Valenciano también es más del lenguaje" (0843).

Como lo hemos señalado en párrafos anteriores, la dinámica propuesta por los sujetos al construir ideas sobre lo que definen como cercano, como catalán, constituye una parte fundamental del proceso de identidad cultural. Dicho proceso, es expuesto cuando los sujetos diseñan argumentaciones sobre las

características de un humor que consideran como propio y, en paralelo, construyen la idea de otro humor que les es ajeno y/ o cercano. De tal forma, los sujetos se reconocen en el humor inglés y se desconocen en el español. “...en otros lugares, la televisión, por ejemplo de más al sur el humor es insultos” (0694) “...el humor es diferente en según qué zonas...” (0767).

Finalmente, y para terminar con lo expresado respecto al humor de la serie, en la conversación surgió una idea respecto a las palabras altisonantes de las series españolas, al respecto, uno de los sujetos expresa “...las palabrotas son en catalán y te suenan como muy caseras...no te suenan tan bestias ¿no?...” (0696).

Valoración de los personajes del episodio “Tinc espelma”.

Localizados en este punto del análisis, nos interesa saber qué opinión tienen los consumidores de los personajes de la serie. Para el grupo, los personajes de la *sitcom* son: inmaduros, exagerados y tontos. “...son exagerados, porque son muy diferentes, ninguno se parece al otro. ...uno siendo el extremo del otro y en general los tres tampoco representan ser unas personas muy espabiladas” (0709). Los sujetos no se identifican con los personajes de la serie. Sin embargo, reconocen que los personajes condensan algunos estereotipos ligados a su idea de lo catalán. “... todos en conjunto tienen un poco de catalán” (0901). “...han salido algunas características de lo que es el catalán, el chico bien de casa, el que viene del pueblo, la mujer grande que cuida de todos” (0909). De esta forma, los sujetos llegan a un consenso sobre los personajes en general y de manera específica expresan algunas características de cada uno de los personajes. Para este grupo, el personaje que interpreta Joel Joan, David, es el chico “pijo” del grupo, miedoso y “... es más de Barcelona” (0813).

Carbonell, es un personaje que permite ampliar el *target* de la serie. En la discusión, Carbonell es percibida como la más madura de la serie y como la responsable de todos. “...la Carbonell siempre lo saca mucho de apuros” (0935).

Para los integrantes del grupo Emma, personaje de la serie, "...es la más inteligente" (0729). "...este personaje está hecho para que parezca tonta pero no es así" (0735).

Lopes, personaje interpretado por el actor Jordi Sánchez, causa entre los sujetos del grupo un mayor compendio de adjetivos respecto a los demás personajes de la serie. Tienen la percepción que Lopes es el personaje de mayor edad y le adjudican el rol de padre, el hippie, el hortera, garuguilla catalán, pesado, de pueblo, etc. Reconocen a Lopes como "el más catalanista" (0799) y que "...habla un catalán que es más de fuera de Barcelona" (0809) pero al mismo tiempo como la figura del emigrante.

Pol, personaje secundario de la serie, es identificado entre los integrantes del grupo como "el gay" valoran su representación, respecto a su identidad sexual, como positiva, "...el gay está muy bien...está bien de contrapunto alguien diferente...está bien propuesto" (0913).

Finalmente, los sujetos detectan características disímiles entre los personajes de la serie. Lo interesante a considerar en este bloque de indicadores es que cada característica identificada en los personajes es justificada por los sujetos respecto a un entorno cercano y fuera del contexto de la no ficción. Es decir, a David, lo relacionan con la burguesía catalana y es quizás una de las asociaciones más obvias porque su apellido en la serie es Güell, que tiene significación más allá del entorno de la ficción. Carbonell, es la típica abuela catalana "que va a la suya", es el retrato de una mujer independiente con representación dentro del contexto social de los sujetos. Lopes, es el personaje que tiene un perfil más claro para los sujetos, es percibido como hippie, progre, de pueblo, que no es de Barcelona y poco fino.

El Lenguaje en el episodio “Tinc espelma”.

Esta investigación reconoce la importancia de la lengua que utiliza la serie, pero no pretendemos que esta variable condicione y polarice otros aspectos interesantes para el análisis. Sin embargo, sería irresponsable de nuestra parte no incluirla en la investigación. En cualquier caso, esta temática constituye uno de los focos de atención en la discusión y al respecto los sujetos manifiestan diversas ideas sobre el uso del catalán en la serie. “...el catalán es el que se habla en la calle” (0805), “...el lenguaje es cotidiano” (0845).

Además de la expresión verbal, para nosotros es fundamental registrar lo observado por lo sujetos en la expresión no verbal, en la gesticulación. Nos interesa saber si este lenguaje no verbal, constituye en los sujetos significaciones que den lugar a procesos de identificación. Según lo expresado, la exageración es un rasgo característico de los personajes que está presente en su carácter, en la expresión corporal y en sus gestos. Uno de ellos, observa que es un lenguaje propio del Mediterráneo, “... gritan más que nada” (0676).

Con la descripción de este último indicador finalizamos lo observado en el grupo “AC”, sin embargo, anotamos algunas conclusiones preliminares:

» Los sujetos determinan como lo catalán: el carácter, el humor (específicamente con el tema de la monarquía) y un contexto de producción audiovisual de calidad.

» En la discusión, expresan un conocimiento del formato *sitcom*: personajes fijos, conviven en un mismo espacio, historias que comienzan y acaban, un humor absurdo y como un arquetipo exportable.

» Especifican valoraciones sobre las representaciones de género femenino presentes en la serie: expresan que existe un tipo de mujer a la que denominan como catalana, y otra como española. Rechazan la representación femenina caracterizada por el personaje de Lola y la especifican como una figura más cercana al ámbito español.

» A partir del consumo del contenido de la serie, los sujetos aportan algunos rasgos de lo que para ellos es el carácter catalán y se identifican como poco dramáticos, no tan efusivos etc. En esta discusión, usan como contrapunto, o como figura antítesis, el tratamiento de las relaciones sentimentales en los melodramas latinoamericanos.

» El humor, como lo mencionamos, es un elemento identitario para estos sujetos y lo denominan como irónico, fino, inteligente, basado en tópicos y situaciones, que no utiliza los insultos en los diálogos de los personajes.

» Se manifiestan cercanos al humor inglés porque expresan que, al igual que ellos, los ingleses saben reírse de ellos mismos.

» Rechazan el humor español, lo relacionan con series de poca calidad que basan el humor en chistes, en palabrotas y en personajes poco afortunados. La burla como elemento principal en la series.

» El lenguaje, según los integrantes de este grupo, es cotidiano.

» Los sujetos consideran que el lenguaje gestual de los personajes es exagerado y reconocen que es una característica que ven reflejada en ellos.

» Reconocen que “Plats bruts” es una adaptación catalana de la serie norteamericana “Friends”.

8.3.1.2 RESULTADOS GRUPO “BC”

Referente a lo expresado como “lo catalán” en “Tinc nació”

En el grupo “BC”, los sujetos relacionan diferentes aspectos, a partir del consumo del episodio “Tinc nació”, con la idea de “lo catalán”: el matiz del contenido de la serie, las representaciones propuestas por el episodio como parte de la cultura catalana, la identificación de un discurso nacionalista, la serie como producto audiovisual dirigido a un público específico catalán, o como un

“algo” a defender “...por mucho que defiendan lo catalán en el fondo lo que quieren es dar un mensaje de que aquí no pasa nada.” (0595).

Algunos rasgos de pertenencia y cercanía nombrados por los sujetos hacen hincapié en la narración del episodio, a las representaciones presentes en ella.

Los sujetos sugieren que el tono irónico de la serie es cercano a ellos, “... es una ironía muy exagerada...ironía catalana (0152). Por otro lado, una de las integrantes del grupo de discusión extrapola lo observado en la serie, y lo relaciona con un contexto social próximo. “...es una reflexión en sí misma de la cultura catalana” (0030) “...resume ahí todo lo que debías saber de la cultura catalana” (0210). Uno de los sujetos expresa que sintió miedo al principio del episodio al identificar en la serie una temática nacionalista y parte de este sentimiento lo relaciona con el hecho que ésta fuera emitida en TV3 “...me daba miedo... (008)”, “...me parecía demasiado nacionalista y yo soy súper antinacionalista...y por eso al ser nacionalista y además catalán con eso de TV3 me daba como uff” (0012). El nacionalismo es un tema que este sujeto rechaza y le otorga significación al hecho que sea emitida en uno de los canales de Televisió de Catalunya.

Por otro lado, uno de los integrantes del grupo considera que los espectadores de la serie, por los contenidos que expone, se limita a un grupo social al que denomina como “...publico catalán” (0296).

El humor para los participantes del grupo es “un humor bastante catalán” (0030). El registro cómico en “Plats bruts” es un elemento de análisis que forma parte de los objetivos generales de esta investigación, nos interesa comprender cómo se constituye éste y cuáles son los elementos que lo conforman, siempre, desde el punto de vista del consumidor.

El indicador “catalán” se utiliza para adjetivar, tal como lo hemos explorado en los párrafos anteriores, y para designar, nombrar y relacionar determinados patrones con objetos o personas. Para los sujetos denominarse como “catalán” implica diversas maneras de estar y de ser respecto a otros grupos sociales.

Esta manera de autodefinirse guarda cierta relación con “los otros” que en este caso son sujetos no catalanes “...cuando he salido de España lo he visto y me han dicho ah sí Catalán” (0455).

Este capítulo contiene una carga contextual importante, por lo que los sujetos fueron cuestionados si se sentían identificados con las representaciones mostradas en la serie. Al respecto señalaron sentirse alejados de la imagen dibujada del tipo de catalán que propone la serie. Sin embargo, se identificaron con la situación planteada en la trama principal del episodio, en la que David decide ir a Madrid, “... yo sólo me sentí identificado con la idea de que cuando fui a Madrid... (0367). “...como la cosa está del catalán que va a Madrid y flipa” (0030).

Esta idea de “lo catalán” que los sujetos rechazan está basada, según ellos, en estereotipos “...soy catalana...estos tópicos están en el aire...se hace humor con los mismos tópicos con los que nos manejamos día a día...” (0030). Sin embargo, uno de los sujetos argumenta que hay una dinámica de reconocimiento aún en los estereotipos rechazados, “...vemos esos tópicos tan extremistas pero que sí hay muchas cositas que te reconoces y que los intentas borrar de ti mismo...” (0371).

Otra forma de aludir a “lo catalán” es el uso del término “Catalunya” como un contexto cultural determinado; en él hay implícitas distintas prácticas, bajo este paraguas, los sujetos explican y justifican algunos matices presentes en la historia desarrollada en el episodio “Tinc nació”, “...piensa que se hace aquí en Catalunya...” (0070).

En este episodio, David, uno de los protagonistas de la *sitcom*, decide hacer una entrevista de trabajo en Madrid y esta acción cataliza el desarrollo de una de las tramas principales. De tal forma, los contextos donde se desarrolla la acción son Madrid y Barcelona. Estas ciudades, conforman un binomio que motiva y dirige el carácter temático de los diálogos expresados por los personajes de la serie. En este sentido, los participantes de los *focus group* manifiestan diversos puntos de vista, pero elevan la discusión a una relación

histórica entre Catalunya y Madrid, "...como si Catalunya no tuviera sentido sin Madrid y Madrid no tendría sentido sin Catalunya..." (0443). A propósito de esta relación y de la temática nacionalista presente en este episodio los sujetos mencionan que en la serie se construye una idea de catalanismo a partir de la crítica hacia los madrileños. "Yo me baso en que soy catalán, pero no lo baso en la idea de que los madrileños son unos ignorantes..." (0609).

El colofón del episodio, protagonizado por David y Lopes, suscita entre los integrantes del grupo una dinámica dialógica en la que recuperan lo expresado por los personajes de la serie, casi, de manera literal. "...y dicen aquí estamos todo el día preocupados que si por Catalunya..." (0166), "...hay un momento que dice a mí no me obligan a hablar castellano." (0178) "...en Madrid hablan en castellano porque son internacionales es lo que quieren, hacen lo que quieren y en cambio en Catalunya están todos fijados con el catalán..." (0120)

Respecto a lo expresado en el colofón, los sujetos determinaron que éste debe entenderse en doble sentido, lo expresado en positivo debe entenderse en negativo y viceversa, "...no están diciendo que no nos preocupemos sino que están diciendo que nos preocupemos" (0172)

En cualquier caso, hay otros temas que los sujetos observaron en el episodio y que escapan de la controversia suscitada por la temática Catalunya-Madrid. Los integrantes del grupo "BC" determinaron que la representación del colectivo gay en la serie, mediante la representación de un personaje catalán les sugiere la idea de Barcelona como un contexto tolerante y abierto. "...del tema del gay es un poco la imagen de Catalunya más abierta más tolerante y vas a Madrid y te pegan..." (0258). "...porque se produce desde Catalunya..." (0260).

Algunas imágenes de este episodio constituyen para los sujetos referentes visuales ligados a la idea de "lo catalán", como la barratina (0575), el banderín del club español de fútbol (0578), las sardanas... (0583), las chirucas (0585), "...la mochila así de excursionista..." (0587), la Senyera (0577).

Los integrantes de los grupos de discusión denominan “lo catalán” en plural, como grupo social y su significación está vinculada con características que asumen como propias. “...los catalanes nos reímos de nosotros mismos y es lo que salva la historia...” (0110).

Reconocen que en las representaciones de éste colectivo se resumen algunos estereotipos, “...eso sería otro tópico que los que pagamos siempre somos los catalanes...”(0060). “...está desmontando los estereotipos que tienen los catalanes...” (0268). “...no habla de que tópicos tienen sobre los catalanes allá.” (0495). Los sujetos no se identifican con la representación del colectivo catalán que la serie propone. Es decir, para este grupo, la serie plantea modelos, figuras de colectivos, que dan lugar a valoraciones positivas o negativas entre los consumidores y que son trasladadas a un contexto social existente. “...lo que he sentido yo es un poco de vergüenza de sentir cómo están reflejados los catalanes. “ (0092).”...ves a unos catalanes que se aprovechan un poco de todo.” (0212).

En el discurso expresado por los sujetos hay un flujo constante entre el sentido de la significación de la ficción y de la no ficción. Consideran que los tópicos, citados en la serie son cercanos al “catalán”, reconocen que dichos rasgos están presentes en ellos mismos o en sujetos próximos a su entorno.

Por otro lado, uno de los elementos citados dentro del imaginario catalán es la lengua. En este caso el uso del catalán está estrechamente vinculado al contexto madrileño, “... yo he estado en Madrid y me han dicho ¡uyyyy catalán!, por aquí no hables en catalán.” (0076). “...Joel Joan va ahí y a buscar trabajo (a Madrid) y se olvida del catalán...” (0100).

El uso del catalán, para los sujetos de este grupo es un valor importante dentro del ámbito cotidiano, familiar, “...siempre he hablado catalán con mis padres, pero claro viene impuesto...no me produce ninguna sensación de pertenencia...” (0625). “...lo importante es la vida cotidiana, que la gente lo haga servir, que lo hable...” (0419).

De la significación más obvia de la palabra “catalán”, ligada a la lengua, pasamos a lo expresado sobre el sustantivo “catalanismo”; se suma el “ismo” para significar “lo catalán” dentro de una organización determinada, una doctrina, un sistema. De tal forma, el catalanismo es para los sujetos una cuestión que está más arraigada en generaciones pasadas, como la generación de los guionistas de la serie. De esta manera justifican los matices nacionalistas de algunos contenidos presentes en el episodio. “...otra cosa la generación de los guionistas, el Joel Joan, es una generación diferente a la nuestra...” (0232). “... si lo hubiese hecho gente de su generación...sería diferente.” (0236).

En definitiva, tanto los sujetos como la historia narrada en el episodio construyen otro discurso en una acción conjunta.

El contexto/discurso en el episodio “Tinc nació”

Los integrantes del grupo expresan que el discurso de la serie es ideológico; algunos de ellos desarrollan esta idea y argumentan que esta cuestión está matizada, sin embargo, para otros, es evidente. El discurso ideológico, al que hacen referencia, tiene como protagonistas el ámbito catalán y español, “...no es un discurso en contra de Madrid-Barcelona...pero es mas de Catalunya-España... (0479). El tratamiento del discurso ideológico, observado en la serie, es para los sujetos un valor ambivalente: para unos se trata de un discurso matizado y para otros es evidente.

Referente al humor del episodio “Tinc nació”

Entre el grupo “AC” y “BC” existe una concomitancia entre el conocimiento que los sujetos manifiestan del formato *sitcom*, además, expresan valoraciones semejantes respecto al humor utilizado en la serie. Para este grupo el humor de “Plats bruts” es sutil, irónico, ridículo y exagerado.

En cualquier caso, el humor es para este grupo un rasgo de pertenencia, es una característica que denominan como algo que los define. Incluso, en la discusión

establecen analogías entre un humor que denominan como catalán y un “... humor inglés que es como un humor muy de aquí...” (0182).

En la discusión, los integrantes del grupo manifiestan que el humor del episodio se basa en tópicos lo cual genera cierto rechazo, “...me dio la impresión que abusaba de los tópicos...” (0028). Sin embargo, consideran que los tópicos están presentes en su vida cotidiana y que hacen uso de ellos. Algunos clichés nombrados y que los sujetos consideran cercanos al contexto catalán hacen alusión a diferentes temas como la cuestión del dinero. Identificaron, además, algunos tópicos que pertenecen al ámbito español como las tapas, los toros y “...el tema que la gente es muy abierta, muy amigable, hablar con un tío sin conocerlo...” (0389), de esto último manifestaron que es una situación que en Barcelona no pasa.

Los integrantes de este grupo justifican el uso de los tópicos en este episodio “...creo que por eso funcionan, los referentes de los que hablan por eso te hacen reír porque están muy presentes.” (0395). Uno de los participantes de este grupo expresó cierto desagrado sobre los tópicos presentes en la narración sobre el tema gay, “...me ha molestado hasta un cierto punto yo porque soy gay...” (0042).

El humor, como ya lo mencionamos, es un rasgo que forma parte de lo que ellos denominan como “lo catalán” y suman, a esta misma categorización, a los personajes de la serie.

Los sujetos, en reiteradas ocasiones, han manifestado que los personajes de la serie son exagerados, pero no proporcionan rasgos específicos. Sin embargo, al ser cuestionados, de manera puntual, por el comportamiento que observaron en los personajes concretaron algunos rasgos. “...la Carbonell que figura que tiene el carnet de la Asociación del Rifle y todo es como muy exagerado”(0188).

A diferencia del grupo anterior, en este episodio los sujetos identifican a Emma como ignorante. Sin embargo, tanto los sujetos del grupo “AC” como los del “BC” consideran a Lopes como un personaje rancio, infame y un poco hippie.

El lenguaje en el episodio “Tinc nació”

Un aspecto a observar en la investigación es el uso de la lengua en la serie, nos interesa saber cómo es percibida por los sujetos. Ellos consideran que el idioma de la serie (el catalán) es normalizado, centralizado y corresponde al ámbito Barcelonés. En la serie, no hay lugar para la expresión de los dialectos. Un carácter sintomático observado en el lenguaje de la serie es su relación con un determinada jerga usada en la ciudad de Barcelona, incluso, los sujetos identifican algunos barrios donde se habla el lenguaje referido. Reducen, aún más, la acción idiomática a los “...barrios de Barcelona, el centro, Gracia, la eixample...” (0559). Por otro lado, especifican que los personajes hacen buen uso del castellano, “...cuando hablan castellano, hablan un castellano bien puesto...” (0571).

Los sujetos observan que la ciudad de Barcelona es un contexto cultural que determina las características de los personajes y las temáticas de la serie. Este mismo rol, lo atribuyen a Televisió de Catalunya, específicamente a TV3, “...creo que entra dentro de la estrategia política de TV3 que yo creo que en Catalunya juega un papel importante en la difusión de lo que es la cultura catalana desde que va acabar el franquismo...” (0611). Los sujetos establecen que la cadena autonómica TV3 es un contexto de producción que determina las características de sus series, “...es una serie de TV3 y tiene que dejar huella.” (0074).

Por último, destacamos algunas conclusiones a partir de lo enunciado por los sujetos que visionaron el capítulo “Tinc nació”.

» La idea de lo catalán para los sujetos del grupo “BC” se resume en la caracterización de los personajes de la serie, en las representaciones propuestas, en el matiz irónico del episodio y en el humor. De este último aspecto, observan como rasgo principal la capacidad de reírse de ellos mismos. En la imagen, reconocen algunos elementos como referentes catalanes: como la barratina (0575), el banderín del club español de fútbol (0578), las

sardanas... (0583), las chirucas (0585), "...la mochila así de excursionista..." (0587), la Senyera (0577).

» Del contenido del episodio mencionan que es un reflejo de la cultura catalana, en el que está presente un discurso nacionalista. En la narración, subsiste una relación que denominan como histórica entre Catalunya y Madrid. Además, sugieren que existe un discurso nacionalista que se construye a partir de la crítica hacia "lo madrileño".

» El humor de la serie para ellos es sutil, cínico, ridículo, exagerado y basado en tópicos que en principio rechazan, pero, reconocen que están presentes en la vida cotidiana.

» Consideran que el humor inglés y japonés les es más cercano que el español.

» Los sujetos mencionan la lengua utilizada en el episodio corresponde a un ámbito más local, a Barcelona, normalizado y central, en el que no se manifiestan los dialectos. Incluso lo relacionan a una jerga propia de algunos barrios de Barcelona: Gràcia, Exaample, etc.

» Televisió de Catalunya, específicamente TV3, supone para los sujetos un contexto de producción y de significaciones que están reflejados en la serie.

» Los personajes de la serie son, para los integrantes del grupo "BC", exagerados, ridículos y poco equilibrados.

8.3.2 RESULTADOS DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN: BLOQUE EXTRANJEROS

El bloque integrado por extranjeros está dividido en dos grupos de discusión, uno de ellos es denominado grupo “AE” y el otro “BE”. De tal modo, el grupo “AE” visiona “Tinc espelma” y el “BE” el episodio “Tinc nació”.

8.3.2.1 RESULTADOS GRUPO “AE”

Para la lectura de estos grupos hacemos uso de los siete ejes temáticos, que actuaron como detonadores en la discusión, y los mismos indicadores con los que exploramos el bloque de catalanes.

Referente a lo expresado como “lo catalán” en “Tinc espelma”

En este eje temático, los sujetos especifican lo que consideran como “lo catalán” a partir del consumo del episodio. Dicha idea, como ya lo hemos mencionado, tiene distintas expresiones. Para este grupo la palabra Catalunya es un contexto de producción que define las características de sus productos audiovisuales. “...no es lo mismo ver una serie hecha en Catalunya que una serie hecha...tengo uno de los canales regionales y la televisión andaluza es muy diferente...” (179). Respecto al contenido del episodio, argumentan que éste puede ser utilizado como herramienta didáctica con el objetivo de dar a conocer Catalunya.

Visualmente, los sujetos observan en el episodio algunas imágenes que hacen referencia a Catalunya y de manera específica a Barcelona, como “...las imágenes del ensanche, los taxis...” (131).

Hablar de Catalunya como nación trae consigo otros términos que se conjugan en plural, en colectivo. En este sentido, los sujetos se refieren a “los catalanes” como un colectivo que determina un contexto en el que existen cuestiones a discutir que les son propias. Otro rasgo, que determinan como característica de este colectivo es el lenguaje gestual “...el catalán tiende a ser más expresivo se acompaña mucho con las manos con los volúmenes los tonos de la voz muy agudos.” (100)

El uso de la palabra “catalán” sirve para adjetivar, para expresar una cualidad determinada y los sujetos la relacionan con distintos aspectos: el independentismo, las temáticas de la serie y el uso de algunas expresiones cotidianas “...es importante en el trato de cómo se llaman la Lola...la otra fulana, la mengana...en México es una falta de respeto...pero escuchándolo ahora se sabe que es muy catalán.” (137).

Las temáticas desarrolladas en la serie para este grupo son temas cotidianos que se vinculan con sujetos que se desarrollan en un contexto catalán, “...es un reflejo de la idiosincrasia catalana, bueno de Barcelona realmente.” (062).

Observamos que los sujetos del grupo “AE” han desarrollado ciertos mecanismos para realizar distinciones entre personas de distintos orígenes a partir de su expresión verbal y gesticular. Puntualmente, los integrantes de este grupo diferencian entre personas catalanas y españolas. “...yo puedo diferenciar en... Telecinco y Antena 3 si hay algún catalán hablando español me doy cuenta enseguida que es catalán.” (096)

Para el grupo “AE” el lenguaje utilizado en la serie es coloquial “... es una buena forma de escuchar el catalán de la calle” (064).

En la discusión, uno de los integrantes del grupo matizó el discurso de sus compañeros al expresar que esta serie no contiene nada que le hiciera alusión a algo “catalán”. “...es como cualquier otra serie norteamericana pudo haber sido hecha en cualquier lugar, no tiene nada catalán se me hace como cualquier serie.” (175).

Referente al contexto/discurso del episodio “Tinc espelma”, grupo “AE”

El discurso que plantea la serie, según los sujetos, es cotidiano; de éste destacan que hace eco de otros discursos institucionales. “...su discurso destacaba esta cosa moderna de Barcelona...” (179).

Para los sujetos, el contexto del episodio les permite configurar, comprender y reforzar la significación del contenido audiovisual. "...algunas palabras las entiendo y otras las relaciono por contexto." (082). Por otro lado, el lenguaje constituye para ellos un elemento que otorga a la serie una significación especial que se perdería al traducirla a otro idioma.

Como hemos descrito, el contexto es un elemento que relativiza el carácter de la serie pero también es un referente que ayuda a entender la narración del episodio.

Referente al formato del episodio "Tinc espelma"

En el grupo "AE" observamos cierta familiaridad con el formato *sitcom*, y enumeran algunas características fundamentales: es un formato exportable y adaptable a las características culturales de cada país, dirigido a un *target* amplio, de audiencia masiva, temáticas frívolas, contenido "relajado", cotidiano, además, expresaron que la escenografía de estas series son diseño IKEA. "...es un formato...que de hecho funciona muy bien para un público masivo... un poco frívolo..." (019). "...tocando temas muy de la realidad del día a día sin comprometerse demasiado..." (014).

Los sujetos hicieron hincapié en algunas temáticas desarrolladas en el episodio y las relacionaron con un ámbito cotidiano. De las temáticas del episodio destacaron el de la monarquía como tema recurrente en el contexto catalán, "El tema de los reyes, Catalunya el tema del día a día de Barcelona." (179). Sin embargo, manifiestan que se trata de una realidad que no es cercana a ellos, porque en sus países nunca se ha establecido el régimen monárquico, por lo que se sienten más cercanos a los temas cotidianos tratados en el episodio. "...es una parodia también, o sea, está reflejando tocando tema social, la juventud y sus rollos, el tema político muy levemente sin mezclarse demasiado en adoptar una u otra postura pero reflejando asuntos muy sensibles para la sociedad catalana." (012)

En este grupo, al igual que en el de los catalanes, los sujetos reconocen que la serie “Plast Bruts” guarda ciertas similitudes con la *sitcom* norteamericana “Friends”. “...se ve que tiene muchísima influencia de los programas norteamericanos....adaptados a las características socioculturales...” (027). El aspecto señalado, en esta última cita, sobre la adaptación, es una característica que reconocen del formato *sitcom* como un arquetipo exportable. El humor de la serie es otro elemento que tiene en común con las series norteamericanas, “copiando el mismo formato, el mismo tipo de broma” (017).

Además de constituir una analogía entre “Plats bruts” y Friends, los sujetos deducen que la serie visionada utiliza un “humor fácil”, rasgo que identifican como algo muy americano.

Referente al humor del episodio “Tinc espelma”, grupo “AE”

El humor, es una característica que surge en la discusión de manera espontánea, esta ocasión la hemos utilizado para hurgar más al respecto. Para el grupo, el humor de la *sitcom* “Plats bruts” es ligero y de fácil consumo, “...es un humor que tiene cosas interesantes pero tampoco es un humor muy inteligente es un humor fácil.” (019). Pero además lo relacionan con un contexto fuera del catalán, “es el tipo humor americano muy, muy Friends.” (019).

En definitiva, para estos sujetos, las temáticas presentes en el episodio construyen una cotidianidad propia del contexto catalán y el humor de la serie es considerado de fácil consumo y cercano a la comedia norteamericana.

Valoración de los personajes de la *sitcom*

Los sujetos del grupo “AE” identifican que los sujetos representados en la serie corresponden a un modelo al que definen como personajes catalanes. En este ejercicio de identificación, argumentaron que esta valoración la realizan a partir de su visión como inmigrantes. Para ellos, estos personajes catalanes son un dispositivo que les permite consumirla de una forma entretenida porque

comparten el contexto cotidiano con este grupo social. “Por los personajes me parece en particular que es muy catalana...” (010).

La condición de los sujetos como extranjeros no les impide tener conocimiento del contexto social de la serie, y a propósito construyen algunos matices y formulan apreciaciones más allá de la valoración de los personajes de la serie. Uno de los integrantes de este grupo elaboró al respecto una diferencia entre el personaje de la serie David y el actor que lo representa. “Joel Joan que anda metido en todas las cosas de catalanes.” (066). El rol que Joel Joan realiza como agente social de cambio en el contexto catalán, también es percibido en el bloque de extranjeros.

El lenguaje en el episodio “Tinc espelma”, grupo “AE”

En este grupo, los sujetos construyen una clara diferencia entre el lenguaje verbal y la expresión gesticular de los personajes. Sobre lo verbal, comentan que el catalán de la serie es coloquial y más cercano al ámbito barcelonés. “...es el lenguaje de Barcelona. Es el Catalán de Barcelona...” (044).

Por otro lado, consideran que la expresión gestual de los personajes es exagerada. Esta significación la explican más allá del ámbito de la ficción, cuando sugieren que hay expresiones gestuales que son propias de los catalanes. “...como la gente hasta, la posición del cuerpo, los gestos y tal son muy parecidos al usar las expresiones...levantar la mano, de hacer ciertos gestos son las misma al decir no fotis, escolta nen el movimiento de la mano, la gesticulación...por ejemplo no fotis se frotan la cabeza y ésa es una cosa muy particular que me ha impresionado mucho del catalán...” (092).

Respecto a lo mencionado por los sujetos sobre la expresión corporal, se les plantea un caso hipotético: si al ver la serie doblada al castellano podrían identificarla como una serie catalana, a lo que respondieron positivamente.

En este bloque, surge un indicador al que denominamos “palabras”, los sujetos determinan algunas expresiones verbales como propias de los catalanes: “Por

ejemplo eso de no fotis o aixó estaba pensando en...ya se me olvidó, no fotis, aixó, es clar que sí, esbarat, scolta nen, eso es muy catalán hay expresiones que son muy del castellano pero esas son muy catalanas.” (084).

Anteriormente, los sujetos señalaron que la serie cumple un rol didáctico porque, desde su punto de vista, ésta refleja la idiosincrasia catalana, pero también les permite tener conocimiento del idioma, “... se aprende mucho aún en el uso del idioma en estas palabras típicas que ya se nos han pegado hasta nosotros.” (070).

Hemos mencionado que la condición de los sujetos como extranjeros les permite hacer hincapié en algunos detalles que para los sujetos nacidos en Catalunya son percibidos de manera natural y no necesitan mayor explicación. En este sentido, la inclusión de sujetos lejanos al contexto catalán nos permite relativizar los discursos y sumar otros puntos de vista.

La serie como producción TV3, grupo “AE”

Catalunya como contexto de producción que otorga significación a sus productos es un elemento detectado por los integrantes de este grupo, pero más allá de esta especificación concluyen que ver esta serie en Televisió de Catalunya es un marco importante a considerar. “...la cuestión es que lo estas viendo en TV3 y TV3 tiene algo...y más conociendo el contexto...” (066).

De acuerdo con lo expresado, el hecho que “Plats bruts” se emitiera en uno de los canales de Televisió de Catalunya, en TV3, es un argumento que explica algunos matices de la serie.

El grupo de consumidores Iberoamericanos nos ha revelado nuevos planteamientos para la discusión de nuestro objeto de estudio, algunos de los cuales se condensan en las siguientes ideas:

» Para este grupo “lo catalán” está expresado en las temáticas que se desarrollan en el episodio y que determinan de interés de los catalanes. Una de las temáticas referidas fue el independentismo catalán. Sin embargo, los sujetos

mencionan que la monarquía es una temática recurrente en el ámbito catalán, sobre todo en los contenidos humorísticos.

» Los sujetos, desde su condición como extranjeros, expresan que el lenguaje gestual es un rasgo importante que destacan como elemento distintivo de los catalanes. Expresan una habilidad para distinguir entre el lenguaje gestual de un sujeto español y un catalán.

» Enlistan algunas expresiones que consideran como propias de los catalanes: “levantar la mano...hacer ciertos gestos...al decir no fotis, escolta nen, el movimiento de la mano, la gesticulación...” (092). Otro rasgo característico del lenguaje verbal, es el uso de la preposición “la” por delante de los nombres propios y explican que es un rasgo que también los define.

» Se refieren a Catalunya y específicamente a TV3 como un contexto de producción que determina las características culturales de sus productos audiovisuales.

» Expresan conocimiento del formato *sitcom*: como un arquetipo exportable, de target masivo y basado en el humor.

» El humor de la serie desde su punto de vista es de fácil consumo y ligero.

» Expresan que el humor de la serie es similar al americano y cercano a la serie de comedia de situación “Friends”.

» Por último, los sujetos expresan que los programas televisivos, como la *sitcom* visionada, son una herramienta didáctica que les permite conocer Catalunya. Por otro lado, mencionan que han adquirido cierto conocimiento de la lengua catalana a través del consumo de programas televisivos que se emiten en dicha lengua.

8.3.2.2 RESULTADOS GRUPO “BE”

Referente a lo expresado como “lo catalán” en “Tinc nació”, grupo “BE”

Los sujetos de este grupo de discusión identifican que la mayoría de las representaciones presentes en el episodio “Tinc nació” hacen alusión a Catalunya. Por otro lado, expresan que su condición como extranjeros les permite enfocar su atención en el humor de la serie más que en otros aspectos. “...tú que eres extranjero...que tu percepción del tiempo en Catalunya es distinto al de ellos entonces haces énfasis en el humor...” (303).

Los sujetos observan en este episodio algunos elementos visuales y sonoros que hacen referencia a Catalunya. Algunos de estos referentes son resultado de relaciones obvias, por ejemplo, la lengua que se utiliza en el episodio. Sin embargo, los sujetos construyen otras relaciones más complejas como la sugerencia que el color amarillo y rojo de la escenografía y de algunos matices de las imágenes -que sirven de transición entre una secuencia y otra del episodio- corresponde a la cromática de la bandera Española y la senyera catalana. “...el tema de la sardana...utilizan mucho los símbolos, la bandera en el restaurante...cuernos de los toros...una bandera catalana...” (214).

Los sujetos consideran que “Plats bruts” es una comedia de situación sobre catalanes y que el contenido, de este episodio en concreto, trata sobre un nacionalismo al que denominan como catalán. “...no se si sea la primera comedia de situaciones así con un fuerte énfasis catalán...” (229). Sobre la temática nacionalista referida, mencionan que ésta tiene muchos niveles de interpretación y que para la gente que comulga con las ideas expresadas en la narración del episodio les servirá de reforzamiento. Por otro lado, manifiestan que el nacionalismo catalán sólo tiene interés dentro del contexto del Estado español.

Las situaciones planteadas en el episodio son para los sujetos un reflejo de la situación actual, y de lo que piensan los catalanes. "...es un reflejo de lo que pasa aquí digo hay gente que es nacionalista de hueso colorado y que se informa y que es activista y también están los que viven aquí son catalanes pero que no les importa mucho estudiar su historia. " (247). Para ellos, la manifestación de estos sentimientos es una manera de excluir a los otros "...hay que saber que existe ese tipo de catalán pero no deja de ser excluyente, no sé es una nación pero se convive de todos modos con los otros." (220).

Este grupo menciona que el catalanismo observado en la serie es rígido por "el desprecio ¿no? Hacia el que no es catalán." (208). Este grupo afirma que en el contenido del episodio se expresa una idea sobre la defensa de "lo catalán".

La lengua, para los integrantes de este grupo es un dispositivo que les permite entrar en la lógica del discurso ficcional y les permite la decodificación del episodio. Para las representaciones de la serie que los sujetos no comprenden utilizan el contexto construido en la narración.

Los integrantes de este grupo observan una temática catalanista en el discurso del episodio. Este catalanismo lo consideran rígido, hipócrita, superficial y basado en el uso de la lengua "...soy catalán pero ni siquiera me sé la historia entonces es así como un catalanismo hipócrita muy superficial." (216). "...la gran fe del catalanismo está en el uso de la lengua en la vida cotidiana..." (281).

Referente al contexto/discurso del episodio "Tinc nació"

Los integrantes de este grupo perciben a partir del consumo del episodio ciertos objetivos a alcanzar en el discurso nacionalista identificado en la serie: crear empatía, desmitificar el discurso, reforzarlo a partir de una visión oficial. "...trataron de desvincular, de desmitificar un poco este discurso nacionalista tratar como de quitarle tanto el peso de tantos años de tomárselo tan en serio..." (202). "...me parece que es reforzar el discurso nacionalista y reforzar la confrontación con el Estado nacional, con el Estado central..." (200).

Referente al formato del episodio “Tinc nació”

El humor, es una característica que surge en la discusión de manera espontánea, esta ocasión la hemos utilizado para hurgar más al respecto. Para el grupo, el humor de la *sitcom* “Plats bruts” es ligero y de fácil consumo, “...es un humor que tiene cosas interesantes pero tampoco es un humor muy inteligente es un humor fácil.” (019). Pero además lo relacionan con un contexto fuera del catalán, “es el tipo humor americano muy, muy Friends.” (019).

En definitiva, para estos sujetos, las temáticas presentes en el episodio construyen una cotidianidad propia del contexto catalán y el humor de la serie es considerado de fácil consumo y cercano a la comedia norteamericana.

Valoración de los personajes del episodio “Tinc nació”

La discusión desarrollada por el grupo con relación a los personajes pone sobre la mesa valoraciones divergentes, para ellos los personajes son inteligentes, tontos, desobligados y cotidianos.

El lenguaje en el episodio “Tinc nació”

El catalán como lengua es para este grupo un factor determinante en la serie, es un rasgo que la identifica y es la clave que permite reconocer algunos guiños en el discurso del episodio. “... si tienes un juego del lenguaje dentro del catalán pues entenderás los chistes que hay y si es en castellano pues buscarán cosas para engancharte.” (303). Consideran que el lenguaje de la serie no es cotidiano y destacan el bilingüismo de algunos diálogos del episodio. Advierten que el uso de la lengua catalana en el episodio es un aspecto revolucionario que cobra sentido en el contexto del consumo de la serie.

La serie como producción TV3

La serie “Plats bruts”, según lo expresado por los sujetos, está determinada por la lengua catalana, el lenguaje gestual de los personajes y por la cadena que la produce. En este sentido, consideran que en gran parte de la programación del canal autonómico TV3 existe una fuerte carga referencial. Y que el uso de la lengua “...es una excusa para defender cosas más profundas ¿no? Más estructurales que la lengua.” (295).

Finalmente, describimos algunos elementos del discurso expresado por los sujetos que sugieren vías de discusión:

» Este grupo considera la lengua como uno de los rasgos que definen lo catalán. Sin embargo, enuncian otros elementos, como la cromática de la escenografía, que les sugiere un referente a la bandera española y senyera catalana.

» Advierten que han visionado una *sitcom* sobre catalanes en el que está presente un discurso nacionalista que para ellos sólo tiene importancia en el contexto del Estado español.

» Mencionan que hay dos tipos de nacionalistas catalanes a los que denominan como extremos y moderados. Al respecto, mencionan que el nacionalismo extremo es excluyente y se manifiesta mediante el desprecio de lo que no es catalán.

» El nacionalismo identificado en el discurso del episodio lo caracterizan como un catalanismo superficial.

» Al tratar de explicar la presencia y el tratamiento de una temática nacionalista en una serie de ficción los sujetos expresan posturas diversas: para crear empatía, desmitificar la rigidez del discurso nacionalista, y para reforzar el discurso hegemónico oficial.

» Sobre la *sitcom* como formato mencionan las siguientes características: uso de pocos exteriores, formato exportable y la identificación de un humor que obedece a dicho arquetipo.

» Para este grupo, “Plats bruts” es similar a la serie norteamericana “Friends”.

» El hecho que la serie sea una producción de TV3 tiene un peso contextual importante para los sujetos de este grupo de discusión. Mencionan que la programación de esta cadena contiene una fuerte carga referencial hacia lo catalán.

» Los sujetos valoran a los personajes de la serie como inteligentes, tontos y desobligados.

8.4 CONCLUSIONES DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

BLOQUE DE CATALANES

En la discusión, en ambos grupos (“AC” Y “BC”), los sujetos legitiman lo observado en la ficción a partir de su contexto cotidiano. Las fronteras entre el discurso ficcional y el propio, el cotidiano, se desdibuja constantemente durante el desarrollo de la discusión.

- 1) Para ambos grupos el humor de la serie es sin duda un rasgo identitario en el cual se reconocen. Es decir, en este propósito de explicar “lo catalán” a partir del consumo de una comedia de situación los sujetos adscriben el humor de la serie como algo cercano y propio.
- 2) A este humor, le adjudican ciertos rasgos, los cuales están presentes en su carácter: irónico e inteligente. Consideran que el humor está basado en situaciones y en tópicos que aluden a la idea de lo catalán. Para ellos el uso de los tópicos en el discurso cotidiano es una cualidad de los catalanes.
- 3) Una de las características del humor de la serie que consideran como catalana y que les permite, a los sujetos, establecer una analogía con otro humor, es la capacidad de los catalanes de reírse de ellos mismos. Esta capacidad, resaltada por los sujetos, la encuentran expresa en el humor inglés. En este sentido, los integrantes de este bloque al tratar de describir los matices del humor de la *sitcom*, construyen lazos de cercanía y reconocimiento a las significaciones presentes en la narración. Por otro lado, este proceso de conformación del “nosotros somos” permite crear empatías con otras manifestaciones de lo cómico y que salta de sus fronteras cotidianas: hacia el ámbito inglés.
- 4) El proceso de inclusión presente en el punto anterior, trae consigo un proceso de rechazo y desconocimiento. En tal caso, los sujetos repelen

el humor de las series españolas porque lo consideran de poca calidad y porque basa la comicidad en la burla y el constante uso de insultos.

- 5) Los sujetos se reconocen cercanos a la caracterización de los personajes de la serie. Manifiestan que a través de las representaciones de los personajes, se expresan algunos rasgos que consideran como propios de su carácter. Se refieren puntualmente a la gesticulación de su lenguaje, la cual consideran como exagerada.
- 6) Este bloque sugiere que el lenguaje utilizado en la serie corresponde a un ámbito local, a Barcelona, en el que no están presentes otros dialectos.
- 7) Televisió de Catalunya constituye, para estos grupos, un marco que condiciona las significaciones de sus productos culturales. El hecho que “Plats bruts” sea una serie de TV3 le adjudica un plus de significación que sugiere la defensa de ciertos valores.

BLOQUE EXTRANJEROS

Este bloque argumenta que la idea de “lo catalán” está expresada en el lenguaje verbal y gestual de la serie. Manifiestan no sentirse identificados con los personajes de la serie pero sí con algunas situaciones desarrolladas en la narración y que se ubican en el ámbito de la vida cotidiana.

- 1) Por otro lado, reconocen que hay temáticas, observadas en la narración del episodio, que son de interés sólo en el ámbito social catalán y para los sujetos que conviven en este contexto.
- 2) Los personajes que desarrollan la historia de este episodio son identificados como cercanos a un imaginario catalán.
- 3) Sugieren que en ambos episodios está implícita la idea de “la defensa de algo” que consideran pertenece a “lo catalán”, en un grupo lo llaman

independentismo y en el otro, como nacionalismo. Ambas sentencias concuerdan con la defensa de una nación.

- 4) El formato *sitcom* es reconocido como familiar para los sujetos de los dos grupos, de él enlistan algunas características: formato exportable, pocos exteriores, *target* masivo y basado en el humor.
- 5) El humor en este bloque no es considerado como un rasgo de pertenencia de lo catalán, sin embargo, afirman que éste registro cómico responde a una fórmula que forma parte del estilismo del formato *sitcom*.
- 6) Para ambos grupos, el humor de la serie “Plats bruts” es similar al norteamericano, muy cercano al de la serie “Friends”.
- 7) TV3 es considerado, por estos grupos, como un contexto de producción que determina el consumo de las significaciones de sus productos.
- 8) Para los sujetos de ambos grupos, tanto el lenguaje gestual como verbal de los personajes de la serie son rasgos que refieren a un imaginario catalán.

CONVERGENCIAS Y DIVERGENCIAS EN LO OBSERVADO SEGÚN EL EPISODIO VISIONADO: GRUPO “AC” (CATALANES) Y “AE” (EXTRANJEROS)

- 1) Los grupos afirman que la serie desarrolla temáticas que corresponden a y atañen sólo al contexto catalán.
- 2) Los sujetos definen que la monarquía española es un tema recurrente en el discurso crítico del colectivo catalán. Afirman que el registro de esta temática, en el ámbito cotidiano y comunicacional, es la comedia.
- 3) Destacan que en la personificación de los actores de la serie está reflejado el carácter catalán. Sin embargo, el grupo de catalanes expresa

que la representación femenina presente en el episodio corresponde a un ámbito que no es catalán sino español. El mismo grupo, especifica que la forma “fría” en la que los personajes gestionan sus sentimientos es un rasgo con el que se identifican.

- 4) Del carácter catalán ambos grupos se refieren al lenguaje verbal y gesticular de los personajes como rasgos propios del colectivo catalán.
- 5) El idioma catalán que se expresa en la serie, según los integrantes de los grupos, es coloquial, cotidiano y cercano al caló barcelonés.
- 6) Para ambos grupos el hecho que “Plats bruts” sea una producción de Televisió de Catalunya es una cualidad de peso significativo en el tratamiento del contenido del episodio. Para ellos, las circunstancias mencionadas determinan los matices de algunos discursos desarrollado en el episodio.
- 7) Respecto al conocimiento de la *sitcom* estos grupos demostraron conocer el formato, su estilismo y el humor como base de la narración.
- 8) Es en el humor del episodio donde las diferencias entre ambos grupos es evidente. Mientras que para los catalanes es un rasgo de pertenencia que alude a la idea de “lo catalán” para los extranjeros es una cualidad que es más cercana al contexto norteamericano.
- 9) Para la valoración del humor de la serie los sujetos de ambos grupos utilizan adjetivos completamente extremos. Los extranjeros hablan de un humor de fácil consumo y los catalanes de un humor que consideran propio, fino e inteligente.
- 10) En su discurso, los sujetos expresaron una similitud entre la serie norteamericana “Friends” y “Plats bruts”. El grupo de catalanes

puntualiza que se trata de una adaptación del formato al ámbito cultural catalán.

CONVERGENCIAS Y DIVERGENCIAS EN LO OBSERVADO EN EL EPISODIO “TINC NACIÓ”: GRUPO “BC” (CATALANES) Y “BE” (EXTRANJEROS)

- 1) Las temáticas, el contexto construido por la narración y la caracterización de los personajes de la serie son para ambos grupos representaciones que se hacen referencias a “lo catalán”.
- 2) Los sujetos advierten en la historia narrada en este episodio la existencia de un discurso nacionalista. Para ambos grupos, el matiz de este discurso nacionalista catalán se construye a partir de una crítica hacia lo madrileño.
- 3) En la naturaleza o explicación del tratamiento de un discurso nacionalista en el episodio los grupos no logran establecer una idea absoluta. Plantean, por el contrario, dos vertientes: una aspiración de los guionistas por suavizar el discurso nacionalista y la otra postura, define que la base del humor del episodio es sólo un pretexto para reforzar éste discurso.
- 4) El catalán usado en el episodio corresponde, según estos grupos, al utilizado en la ciudad de Barcelona y en él no hay espacio para la expresión de los dialectos. El grupo de catalanes identifica una jerga del catalán usado en el episodio se escucha en barrios muy concretos de Barcelona, como la *eixample* etc.
- 5) Mencionan que tanto TV3 como Televisió de Catalunya es un contexto de producción que determina las características de sus producciones.

En cada una de las fases de la aplicación de la metodología se han anotado algunas conclusiones preliminares sobre nuestro estudio de caso. Éstas se han expuesto de manera parcelada, sin embargo, el siguiente paso será tratar de argumentar las interrelaciones surgidas en nuestra triada analítica y con éstas configurar las conclusiones generales del trabajo de investigación.

CONCLUSIONES GENERALES

El ámbito de la televisión actualmente se caracteriza por su diversidad de escenarios, funciones y relaciones y esto se explica, en parte, por la convergencia de las nuevas tecnologías, los acuerdos con otros sectores industriales y por el uso y apropiación que hacen los sujetos de las TIC'S. Sin olvidar, los diversos marcos legales, políticos y económicos que en definitiva dirigen las coordenadas de la industria televisiva.

Las conclusiones de nuestra investigación intentan generar conocimiento empírico sobre el sector televisivo y lo realizamos a partir de un estudio de caso que considera en su análisis los tres elementos primarios de todo acto comunicativo: el emisor (proceso de creación), el mensaje y la recepción. Hicimos un trabajo de introspección de un medio de comunicación y diseñamos un marco teórico y metodológico *ah doc* para conocer las relaciones que existen dentro de un mismo sector. Es obvio que en esta investigación optamos por dejar en el tintero (seguramente éste será material para futuras investigaciones) las relaciones de la televisión y/o del macrogénero ficción con otras industrias culturales y cómo en conjunto colaboran en la construcción de imaginarios sociales.

Nuestro estudio sobre la ficción como productora de referentes de identidad cultural es un esfuerzo por animar a la realización de investigaciones que contemplen la presencia de la cultura en el ámbito comunicacional. En este sentido, creemos que es un tema que en el contexto académico del estado español y especialmente en el catalán está necesitado de nuevas aportaciones.

Tratamos de comprender un flujo comunicativo en el que observamos las interrelaciones entre los productores de contenidos, el mensaje y su consumo en el marco concreto de un género televisivo y por tanto sin pretensión de dar cuenta de la generalidad de la televisión.

Esta investigación nos revela que a una producción local (entiéndase el término en una dialógica global) corresponde una identidad anclada a un contexto también local. En nuestro caso, la ficción de producción local propone una identidad cultural que coincide con el contexto de creación. Sin embargo, advertimos en dicho producto algunas estrategias que constituyen los anclajes universales con otras audiencias, como son las temáticas universales (amor, odio, amistad...etc.). En este sentido, en los productos culturales se expresan ambivalencias de pertenencia contextual y éstas adquieren dicha característica cuando son consumidas, es decir mediante un proceso social. Trasladando lo expresado a nuestro estudio, en la ficción encontramos representaciones que están varadas a espacios locales (contexto nacional) y a espacios globales (contextos universales). Sin embargo, ambos, curiosamente, están a su vez varados en el espacio cotidiano del sujeto. Es esta última característica de la ficción la que hace posible que sea consumida por audiencias de distintos bagajes culturales.

Es innegable que los contenidos de los productos culturales están condicionados por diversas fuerzas de poder y éstas no sólo corresponden a las propias del circuito productivo sino a las del uso y consumo de la audiencia. En este sentido, los productos culturales no escapan a las dinámicas de flujo globales y locales.

El análisis de los resultados obtenidos tras la aplicación de las técnicas de nuestro diseño metodológico, nos muestra que en la comedia de situación "Plats bruts" existen representaciones cercanas al ámbito catalán. Los elementos principales que hacen posible esta argumentación son el humor, la caracterización de los personajes, su comunicación verbal, gestual, las temáticas tratadas y el contexto construido en los episodios estudiados. Estos dispositivos contienen la carga simbólica que generan prácticas identitarias y al mismo tiempo establecen elementos de diferenciación. Las dinámicas referidas están presentes en las tres fases contempladas en nuestra metodología, es decir, en las entrevistas en profundidad de los guionistas y coordinador de la serie, en el análisis textual y en el análisis cualitativo del consumo. En este sentido, las dinámicas de exclusión e inclusión aisladas en el marco conceptual

han quedado confirmadas en esta investigación como mecanismos de la creación de identidad cultural.

La dinámica actual de la industria televisiva respecto a la compra y venta de formatos audiovisuales de un país a otro es conocida por la audiencia. Los participantes de los grupos de discusión explican, además, que dichos formatos son adaptados a la idiosincrasia de cada país.

La caracterización de los personajes da lugar a cualidades como “formas de ser”, “formas de estar” y “formas de relacionarse” que aluden a ideas de pertenencia y de reconocimiento. Esta manifestación, en los grupos de discusión, específicamente en el bloque de catalanes, no sólo reconoce que estas significaciones forman parte de un contexto cercano, sino que las reconocen como propias. Sin embargo, el bloque de extranjeros demuestra un trabajo de observación del ámbito cotidiano en el que habita (el catalán) y reconoce que la cosmovisión propuesta en los episodios contiene rasgos que identifican como propias de su idea de “lo catalán”, pero no se sienten cercanos a estas representaciones. En ambos bloques, los rasgos referidos sobre los personajes de la serie conforman un arquetipo que valoran como catalán. Esta valoración es compartida por los guionistas quienes argumentan que las características de los personajes de la serie son cercanas a su ámbito cotidiano.

En el análisis del consumo, los sujetos catalanes aprecian que en la serie están presentes tópicos que forman parte de la idea de ser y de estar dentro de un imaginario catalán, y aunque rechazan su uso se reconocen en ellos. Esta misma idea es reforzada por los guionistas quienes afirman que hacen uso de los tópicos para construir las historias narradas en la serie y generar identificación. De tal forma que las representaciones sobre identidad cultural presentes en la ficción estudiada son valoradas, por los creadores del producto audiovisual y por los consumidores, como significaciones estereotipadas de una manera de nombrar lo catalán.

Para los extranjeros y los catalanes las temáticas de los episodios generan un contexto que está ligado a intereses que tienen vigencia dentro de la cartografía catalana. En concreto, los grupos mencionan tres temáticas: la monarquía como materia prima del humor cotidiano, el independentismo y el nacionalismo catalán. Estos temas son cercanos a su idea de “lo catalán” y, en el caso del bloque de catalanes estas están reflejadas en su vida diaria. En las entrevistas en profundidad, los guionistas aducen, sobre este mismo tema, que en la serie se han tratado temas tabú, y entre estos reconocen el de la realeza. Tanto en los grupos de discusión como en la entrevistas se utiliza el ejemplo del *late show* conducido por Andreu Buenafuente para justificar que en Catalunya se hace humor sobre la corona española desde tiempo atrás y éste lo identifican como un rasgo característico de lo que denominan el “humor catalán”. Estas ideas se refuerzan con los resultados del análisis textual de los dos episodios, en ellos observamos que el tema de la monarquía española es protagonista de algunos gags, en los que el humor se construye con guiños hacia las acciones y/o declaraciones realizadas por los integrantes de la familia real.

El humor de la serie “Plats bruts” es otro de los dispositivos de identificación, en este caso sólo para el bloque de catalanes y para los guionistas de la serie. El bloque de extranjeros considera que el humor es propio del arquetipo de un formato televisivo que está más cercano al contexto norteamericano. Argumentan que las claves del formato, que reconocen en los episodios visionados, contempla un humor de fácil consumo.

En la dinámica de identificación, reconocimiento y apropiación de un rasgo expresado en la comedia de situación, los sujetos construyen empatías y lejanías con otros estilos de humor que se ubican fuera del contexto mediato. Este ejercicio lo protagoniza el bloque de catalanes quienes tienden puentes entre un humor que definen como propio, “catalán”, y otro que denominan “inglés”. Destacan como semejanzas entre ambos humores: la ironía y la capacidad que expresan los personajes en la narración de reírse de ellos mismos. Característica que también fue nombrada por los guionistas de la serie. Una explicación de esta valoración se debe a que en el inicio de Televisió de Catalunya, específicamente en TV3, gran parte de su programación estaba

copada por producciones inglesas. En este sentido, los catalanes tienen un bagaje importante de representaciones mediáticas del humor inglés. Además, establecen relaciones de diferencia con un humor “español”. Esta valoración, la basan en un estilo de humor que se construye a partir del uso repetitivo de insultos y de la burla hacia el otro. Los guionistas de “Plats bruts” demostraron cierta reserva sobre la existencia de un humor catalán y uno español, y en principio se decantaron por considerarlo universal. Sin embargo, durante el desarrollo de las entrevistas expresaron la existencia de tipos de humor que están relacionados con contextos culturales. Al respecto mencionaron un tipo de humor español cuya valoración coincide con la realizada por el bloque de catalanes en los grupos de discusión, citada anteriormente.

En general, en ambos bloques de los grupos de discusión se habla de tipos de humor que están vinculados a un gentilicio, a un país, a un imaginario delimitado por fronteras. Algunas características sobre el humor de la serie, como el tratamiento irónico de los episodios, también fue detectado en el análisis textual.

El humor, como lo hemos descrito es un elemento que convoca divergencias en nuestro análisis. En los grupos de discusión, los catalanes manifiestan que el registro cómico de la serie es una cualidad que valoran como propia y como catalana y el grupo de extranjeros lo define como parte del formato. En este sentido, el *background* de los sujetos es determinante para construir el matiz de sus valoraciones. Los latinoamericanos cuentan con una basta cultura de la comedia de situación de origen norteamericana y quizás esta les lleva a atribuirle al humor una identidad cultural norteamericana y su grado de asunción del humor como rasgo cultural catalán diferenciado es limitado por su reciente inserción social. Mientras que para el ámbito comunicacional catalán la comedia de situación es una realidad relativamente reciente y menos connotada con una identidad ajena, por lo que predomina el reconocimiento de las formas de humor propio.

Otro de los dispositivos que se identifican como contenedores de significación identitaria es la expresión verbal y gesticular. El primero de ellos, la expresión

verbal en catalán, es el dispositivo más obvio de reconocimiento y es, en el caso de los grupos de discusión, el rasgo que define a los personajes de la serie como catalanes. En cualquier caso, el lenguaje gesticular de los personajes, el cual consideran exagerado, es tanto para los catalanes como para los extranjeros, un rasgo que expresa la idea de “ser catalán”. Incluso, los extranjeros afirman que son capaces de reconocer la expresión gesticular de un catalán sin necesidad del apoyo verbal; incluso han desarrollado una habilidad para diferenciar a los sujetos catalanes, dentro de un ámbito lingüístico castellano.

Sabemos que existen referentes de identidad cultural catalana en la *sitcom* “Plats bruts” y que éstos se expresan en la narración de las historias, en el tratamiento de las temáticas, en la caracterización de los personajes y fundamentalmente en el humor. Además, las diversas ideas sobre “lo catalán” están presentes en los tres momentos del acto comunicativo observado: tanto en los discursos de los productores de la serie, como en el de las series observadas en la evolución de la ficción de TV3, como en sus contenidos y finalmente, en la audiencia. Las convergencias y divergencias localizadas en los diferentes discursos analizados forman parte de la lógica de los estudios que implican la observación de dos procesos tan complejos y difusos como el de la cultura y la identidad.

La inclusión, en la investigación, de un grupo ajeno al ámbito catalán se justifica por la dinámica propia de un proceso de identidad. Para construir la idea de “lo catalán” era necesario establecer una dinámica de diferencia. Por lo tanto, en este análisis las ideas expresadas por los sujetos extranjeros nos sirven para enriquecer y relativizar el discurso identitario.

El contexto cotidiano construido por el texto de la ficción es el punto de encuentro, y lugar de convergencia identitaria para los catalanes y extranjeros. Es decir, el proceso de identidad cultural es el margen de acción que provoca coincidencias entre ambos grupos. La identidad cultural basada en la vida cotidiana elaborada por la ficción es el lugar de conversación y negociación de las diferencias. En este sentido, los creativos del producto, como los

consumidores (catalanes-extranjeros) identifican que la serie estudiada se relaciona con un ámbito barcelonés, ésta observación se apoya con los resultados del análisis del texto audiovisual en los que identificamos elementos en la imagen y en los diálogos de los personajes que hacen mención a dicho entorno.

La geografía cultural de Catalunya crea una necesidad para la televisión pública como mediadora cultural que articule prácticas comunicativas y dinámicas de producción de contenidos en constante sincretismo con el propósito de ser instrumento para otras culturas. En definitiva, realizar su cometido de servicio público al abasto de los individuos que conforman la sociedad sin distinción de nacionalidad, religión, género, etc.

El diagnóstico de procesos comunicacionales que incluyan en su análisis el consumo de las representaciones que conforman el proceso identidad cultural es necesario para construir referentes y contextos incluyentes, basados en la diferencia y el respeto con la idea de que éstos catalicen prácticas interculturales. *Los media deben ser instrumentos directos para que los grupos o movimientos activos produzcan su identidad cultural. Pero debe ser también el canal por el que esta identidad sea encarada con otras identidades, con lo cual es puesta en cuestión y es impelida al cambio. La tarea del medio no es representar a grupos, sino hacerlos trabajar, desde dentro, para quienes están afuera* (Mattelart, A., Piemme, J.M.1983:258).

Esta última idea nos sugiere otro estudio sobre el diseño de políticas culturales que incidan en la programación televisiva, en los contenidos mediáticos. *Los medios de comunicación no como fuentes potenciales de una terapia social efectiva, sino como sitios donde se sostienen o se desplazan las contradicciones sociales* (Mattelart, A., Piemme, J.M. 1983:241).

Finalmente, creemos necesario la inclusión de la cultura como una categoría de estudio en los medios de comunicación y que ésta forme parte del ejercicio de las industrias culturales. La cultura como un eje más a considerar y que su importancia sea equiparable a razones de peso económico y político.

BIBLIOGRAFÍA

Baget, Josep (1999): “Quaranta anys de televisió a Catalunya”. Edit. Pòrtic, Barcelona.

Baget, Josep (2003): “La nostra. Vint anys de TV3”. Edit. Proa, Barcelona.

Bauman, Zygmunt (2005): “Identidad”. Edit. Losada, Buenos Aires.

Bauman, Zygmunt (2002): “La cultura como praxis”. Edit. Paidós, Barcelona.

Baldi, Paolo, et. al. (1988) “Internacional Televisión. Viewers views in six countries”. Edit. Association pour la Recherche sur les Medias, Génova-Suiza.

Barbero, J., Rey, G. (1999): “Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva”, Edit. Gedisa

Barbero, Jesús (1987): “De lo medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía”. Edit. Gustavo Gili, Barcelona.

Barbero, Jesús (2002): “Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura”. Edit. Fondo de Cultura Económica, México.

Barbero, Jesús (1992): “Televisión y melodrama”. Edit. Tercen Mundo.

Bechelloni, Giovanni (1997): “Travelling cultures, mobile identities, televisión landscapes (XVIII a XXIV)” en Televisión, fiction and identities. America, Europe, Nations. (Bechelloni et.al edits.), Edit.lpermedium.

Bourdieu, Pierre (1998): “Sobre la televisión”. Edit. Anagrama, Barcelona.

Bourdieu, Pierre (2002): “Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción”. Edit. Anagrama, Barcelona.

- Bueno**, Gustavo (2000): "Televisión: Apariencia y verdad". Edit. Gedisa.
- Casetti**, F., Chio di, F. (1999): "Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación". Edit. Paidós, Barcelona.
- Chatman**, Seymour (1990): "Historia y discurso. La estructura narrativa en la novela y el cine". Edit. Taurus Humanidades
- Certeau**, Michel (1999): "La cultura en plural". Edit. Nueva Visión, Buenos Aires.
- Caminal**, Miquel (2003): "La transversalidad de tres catalanismos". (146 a 162) en Catalunya- España. Relaciones políticas y culturales. Antich, Joaquin et. al. (Dir.), Edit. Icaria, Barcelona.
- Castells**, Manuel (1998): "La era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol.2. El Poder de las Identidades". Edit. Alianza, Barcelona.
- Castells**, Manuel (2003): "L'era de la informació. El poder de la identitat. Volumen II". Edit. UOC, Barcelona.
- Contreras**, J., Pérez, R. (Dir.) et.al. (2000): "El anuario de la televisión 2000". Edit. Geca.
- Contreras**, J., Pérez, R. (Dir.) et. al. (2001): "El anuario de la televisión 2000". Edit. Geca.
- Cuche**, Denys (1999) "La noción de cultura en las ciencias sociales". Edit. Nueva Visión, Buenos Aires.
- De Ventós**, Xavier (1999): "De la identidad a la independencia: la nueva transición". Edit. Anagrama, Barcelona.
- Di Maggio**, Madeline (1992): "Cómo escribir para la televisión". Edit. Paidós, Barcelona.

Eco, Umberto (1997): “Seis paseos por los bosques narrativos”. Edit. Lumen.

Featherstone, Mike (1991): “Cultura de consumo y postmodernismo”. Edit. Amorrortu editores

Fecé, Josep (2003): “Teleseries de producción propia e identidad nacional en La pantalla de las identidades. Medios de Comunicación, políticas y mercados de identidad”. Víctor Fco. Sanpedro Blanco (ed.), Edit. Icaria editorial, Barcelona.

Ferguson, M., Golding, P. (1998): “Economía política y estudios culturales”. Edit. Bosch.

Friedman, Jonathan (2001): “Identidad cultural y proceso global”. Edit. Amorrortu editores

Fuenzalida, V., Hermosilla, M. (1991): “El televidente activo. Manual para la recepción activa de TV”. Santiago de Chile.

García, Juan (1982): “Poética del texto audiovisual. Introducción al discurso narrativo de la imagen”. Edit. Universidad de Navarra.

García, Mario (2002): “La ficción televisiva popular. Una evolución de las series de televisión en España” Edit. Gedisa, Barcelona.

García, Manuel (1984): “Socioestadística. Introducción a la Estadística en sociología”. Edit. Centro de Investigaciones sociológicas.

García, Néstor, (1995): “Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización”. Edit. Grijalbo, México.

García, Néstor, (2004): “Diferentes, Desiguales y Desconectados. Mapas de la interculturalidad”. Edit. Gedisa, Barcelona.

García, Néstor, (1989): “Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad”. Edit. Grijalbo, México.

García, Néstor, (1994): “Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video”. Edit. Instituto Mexicano de Cinematografía, México.

García, Núria Muñoz (1997): Comportamientos y hábitos de consumo televisivo del niño en el contexto familiar, dir.: Emili Prado

Gellner, Ernest (1983): “Naciones y nacionalismo”. Edit. Alianza editorial, Madrid.

Giddens, Anthony (2000): “Sociología”. Edit. Alianza editorial, Madrid.

Gifreu, Josep (1986): Els mass-media i la identitat nacional (Catalunya, 1939-1985) (285 a 299) en Catalanisme: història, política y cultura. Tàboas Pancho (Dir.) Edit. L´Avenç, Barcelona.

Gifreu, J. Coromines, M. (1991): “Construir l´ espai català de comunicació”. Edit. Centre d´Investigación de la comunicació, Barcelona.

Gifreu, J. (2001): “El meu país”. Edit. Pagés Editors, S. L., Lleida.

Gifreu, J. (Dir.) et. al. (2005): “Informe sobre l´audiovisual a Catalunya 2005”. Edit. Consell de l´Audiovisual de Catalunya.

Greimas, Aljirdas (1989): “Del Sentido II. Ensayos semióticos”. Edit. Gredos.

Grüner, Eduardo (2002): “El fin de las pequeñas historias. De los estudios culturales al retorno (imposible) de lo trágico.” Edit. Paidós, Barcelona.

Guillén, Enrique (2001): Medios y sociedad en Aragón: Discursos, construcción de identidad y relaciones de poder, dir.: Emili Prado

Hall, Stuart (1987): "*Culture, Media, Language: Working papers in cultural studies*". Edit: Hutchinson.

Hall, Stuart (1997): "Representation. Cultural Representations and Signifying Practices". Edit. Sage, Londres.

Hartley, John (2000): "Los usos de la televisión". Edit. Paidós Comunicación, Barcelona.

Hernández, Francesc (1983): "La identidad nacional en Catalunya". Edit. Vicens-vives. Barcelona.

Jáuregui, Gurutz (1988): "Contra el Estado-Nación. En torno al hecho y la cuestión nacional". Edit. Siglo XXI

Jameson, Fredric (2003): "Sobre los Estudios culturales" (69 a 136). En: Estudios culturales. Reflexiones sobre multiculturalismo. Paidós, Buenos Aires.

Kracauer, Siegfried (1952): The Challenge of Qualitative Content Analysis en Revista Public Opinion Quartely, Núm.53.

Kràmpack, (2001): "Plats bruts [els guions, primera temporada]" con prólogo de Víctor M. Edit. Proa, Barcelona.

Lacalle, Charo (2002): "Les produccions del 2001" (51-80). En: Quaderns del CAC, "La producció de ficció televisiva a Espanya" Núm. extraordinario, noviembre 2002. Edit. Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Larsen, Peter (1993): "Análisis textual del contenido de ficción de los medios de comunicación" (149 a 164). En Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas (Jensen et.al., edits). Edit. Bosch.

Lull, James (1997): "Medios, comunicación, cultura. Aproximación global". Edit. Amorrortu editores, Buenos Aires.

Lull, James (1990): "Inside family viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences". Edit. Routledge London and New York.

Lull, James, 1997: "HELP! Cultura e identidad en el siglo XXI". Diálogos de la comunicación, núm.48. Edit. FELAFACS, Lima.

McQuail, Denis (1991): "Introducción a la teoría de la comunicación de masas". Edit. Paidós comunicación, México.

Mattelart, Armand, Neveu, E., (2004): "Introducción a los estudios culturales". Edit. Paidós, Barcelona.

Mattelart, A., Piemme, J.M. (1983): "Nuevos medios de comunicación: nuevas preguntas para la izquierda. Las transformaciones y la diversidad cultural". En: (229-260) RICHERI, Giuseppe (edit.), La televisión: entre servicio público y negocio. Estudios sobre la transformación televisiva en Europa occidental. Editorial GG MassMedia,

Melgar, Luis (2000): "El oficio de escribir cine y televisión". Edit. Fundación Antonio de Nebrija, Madrid.

Moragas, M., Prado, E. (2000): "La televisió Pública a l'era digital". Edit. Pòrtic, Barcelona.

Moragas, Miquel de (1988): "Espais de Comunicació: Experiències i perspectives a Catalunya". Edit. 62, Barcelona.

Moragas, Miquel de (1984): "Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa". Edit. GG MassMedia.

Morley, David (1998): "Populismo, revisionismo y los "nuevos" estudios de audiencia" (417 a 438). En: Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo. Edit. Paidós comunicación, Barcelona.

Morley, David (1992): "Television, audiences and cultural studies". Edit. Routledge, Londres.

Morley, D., Robins, K. (1995): "Spaces of identity". Edit. Routledge, Londres.

Murdock, Graham (1983): "Las transformaciones y la diversidad cultural" (164-179). En: La televisión: entre servicio público y negocio. Estudios sobre la transformación televisiva en Europa occidental. Editorial GG MassMedia

Orozco, Guillermo (2000): "Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI" Edit. Ediciones de la Torre, Madrid.

Orozco, Guillermo (2000): "La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa". Edit. Universidad Nacional de la Plata, Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A.C., México.

Orozco, Guillermo, 1987: Televisión y producción de significados. Comunicación y Sociedad. Cuadernos del CEIC. Edit. Difusión científica.

Pedroia, Albino (1983): "La peri-televisión y la fragmentación del público" (457-464) En: RICHERI, Giuseppe (edit.), La televisión: entre servicio público y negocio. Estudios sobre la transformación televisiva en Europa occidental. Editorial GG MassMedia,

Pérez, J. (Dir) et. al. (1998): "El anuario de la televisión 1998" Edit. Geca Consultores, S.A.

Pérez, J. (Dir.) et. al. (1999): "El anuario de la televisión 1999" Edit. Geca Consultores, S.A.

Pérez, J., Zubiaurre, L. et. al. (2002): "El anuario de la televisión 2002" Edit. Geca Consultores, S.A.

Pérez, J. (Dir.) et. al. (2003): "El anuario de la televisión 2003" Edit. Geca Consultores, S.A.

Pérez, J. (Dir.) et. al. (2004): "El anuario de la televisión 2004" Edit. Geca Consultores, S.A.

Pérez, J. (Dir.) et.al. (2005): "El anuario de la televisión 2005" Edit. Geca Consultores, S.A.

Potter, Jonathan (1996): "Discourse analysis and constructionist approaches: theoretical background en Handbook of Qualitative Research for Psychology and Methods the Social Sciencies", (Richardson, John edit.)

Prado, Emili (1999): "Estudio del consumo televisivo en el contexto multicanal: metodología de los tres escalones" en: Comunicación Audiovisual: Investigación y formación universitarias, Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.

Prado, Emili (2002): "Telerrealidad: Globalización y uniformidad, en La ventana global". Edit. Taurus.

Prado, E., et. al. (2006): "Televisió interactiva. Simbiosi tecnològica i sistemes d'interacció amb la televisió". Quaderns del CAC, núm. extraordinario, noviembre 2006. Edit. Consell de l'audiovisual a Catalunya.

Price, Monroe (1995): "Television, the public sphere, and national identity". Edit Oxford.

Propp, Vladimir (1981): "Morfología del cuento". Edit. Fundamentos, Madrid.

Richardson, K., Ulrike, H. (1999): "Worlds in Common? Television discourse in a changing Europe". Edit. Routledge, Londres.

Santacana, J., Sarsanedas, O. (1989): "El audiovisual de ficción en TV3. En La Industria Àudio-Visual de Ficcio a Catalunya. Producció i comercialització". En: Edits. Daniel E. Jones i Joan M. Corbella. Centre de Investigació de la Comunicació/Colecció Informes 2, Edit. Generalitat de Catalunya, Barcelona.

Sampedro, Víctor (2003): "Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad". En: La pantalla de las identidades. Medios de Comunicación, políticas y mercados de identidad. Víctor Fco. Sampedro Blanco (ed.), Edit. Icaria editorial, Barcelona

Scanell, Paddy et. al. (1992): "Culture and power a Media, Culture & Society reader. Edit. Sage, Londres.

Seger, Linda (1999): "Como convertir un buen guión en un guión excelente". Edit. Rialp.

Struss, L., Propp, V. (1982): "Polémica" Edit: Fundamentos, Madrid.

Triadú, Joaquim (2003): "Identidad para vivir la globalidad" (110 a 119). En: Catalunya- España. Relaciones políticas y culturales. Antich, Joaquin et. al. (Dir.), Edit. Icaria, Barcelona.

Tufte, Thomas (2000): "Living whit the Rubíssh Queen. Telenovelas, Culture and modernity in Brazil". Edit. University of Luton.

Turkle, Sherry (1995): "Life on the screen. Identity in the age of de internet, Paperback". Edit. Simon & Chuster, Nueva York.

Vallverdú, Francesc (1986): "Catalanisme i reivindicació lingüística" (227-242). En: Catalanisme: història, política y cultura. Tàboas Pancho (Dir.) Edit. L´Avenç, Barcelona.

Vilches, Lorenzo, et. al., (1999): "La ficción nacional por fin a escena" En: Anàlisi, 23, Edit. UAB, Barcelona.

Vilches, Lorenzo (2002): “L’evolució de la ficció pròpia a Catalunya” (25-32). En: Quaderns del CAC, “La producció de ficció televisiva a Espanya” Núm. extraordinario, noviembre 2002. Edit. Consell de l’Audiovisual de Catalunya.

Williams, Raymond (2003): “Television”. Edit. Routledge, Londres.

Williams, Raymond (2003): “Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad”. Edit. Nueva Visión, Buenos Aires.

Wolton, Dominique (1995): “Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión”. Edit. Gedisa, Barcelona.

Wolf, Ferrante (1996): “Successful sitcom writing. How to write and sell for TV’S hottest format”. Edit. St. Martin’s Press, Nueva York.

Wolf, Mauro (2000): “Sociologías de la vida cotidiana”. Edit. Cátedra, Madrid.

Zermeño, Ana (1996): La previsibilidad como estrategia narrativa en la telenovela, dir.: Emili Prado

Informes

Informe anual de la Corporación Catalana de Radio y Televisión (1997 al 2005):
http://www.ccrtv.cat/corporacio/corporacio_informe_anual_cat.htm

Informe de Política Lingüística en Catalunya 2000 a 2005.

GECA, 1998 a 2006, Anuario de la Televisión en España.

SOFRES, 1993 a 2001, Anuario de Audiencia.

Diarios:

La vanguardia, 19 de abril de 1999.

Avui, 19 de abril de 1999.

Direcciones web:

REAL DECRETO 944/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la televisión digital terrestre:

<http://www.boe.es/boe/dias/2005/07/30/pdfs/A27006-27014.pdf>

REAL DECRETO 944/2005, de 29 de julio, por el que se aprueba el Plan técnico nacional de la televisión digital terrestre:

<http://www.boe.es/boe/dias/2005/07/30/pdfs/A27006-27014.pdf>

Nota de prensa del Ministerio de Industria Turismo y Comercio publicado el 24 de junio de 2005:

[http://www.consejoaudiovisualdenavarra.es/actualidad/documents/Reformadels
ectoraudiovisual240605.pdf](http://www.consejoaudiovisualdenavarra.es/actualidad/documents/Reformadels
ectoraudiovisual240605.pdf)

Ley de Televisión Privada:

http://www.mityc.es/setsi/legisla/radio_tv/ley10_88.htm

CCRTV : http://www.ccrtv.com/cast/organi_c.htm.

Radio-Televisión de Galicia: www.crtvg.es/tvg/priortadaeleccion.htm.

Televisión Autónoma de Canarias: www.tvcanaria.tv/preview/corporativo.asp.

Radio Televisión de Valencia: www.rtvv.es/rtvv/infogv.asp.

RTVA: www.canalsur.es/PROGRAMAS/rtva/index_rtva.html.

Telemadrid: www.telemadrid.com/textos/corporativo_historia.asp.

Estatuto de Catalunya de 1979:

http://www.gencat.cat/generalitat/cat/estatut1979/titol_preliminar.htm

Ley 7/1983, del 18 de abril, de normalización lingüística (publicada en el DOGC núm. 2553, del 9 de enero de 1998, y en el BOE núm. 36, del 11 de febrero de 1998.): <http://www6.gencat.net/llengcat/legis/es/lpl.htm>

Antena 3:

<http://www.antena3.com/a3tv2004/servlet/GestorWebZc?id=66&zona=2&idioma=1>

La Forta: <http://www.forta.es>

RTVE: http://www.rtve.es/tve/50_aniversario/portada_agenda_decadas.htm

Telecinco: <http://www.inversores.telecinco.es/es/home.htm>

CCRTV: <http://www.ccrtv.cat/pccrtv/ccrtvSeccio.jsp>

IMDB: <http://www.imdb.com>

Diario El País (Noticia poble Nou):

http://www.elpais.com/articulo/cataluna/nuevo/serial/TV-3/prescinde/temas/tabu/apuesta/intriga/elpepuespcat/19980425elpcat_17/Tes

Plats bruts: <http://www.tvcatalunya.com/platsbruts/flash.html#>