



¿Sitcom colombiana?: implicaciones teóricas de las comedias situacionales como formas de representación y colonización cultural

Jeimmer Eduardo Padilla Gamarra

Trabajo de grado presentado para optar al título de Filólogo Hispanista

Tutor

Yoni Alexander Osorio Montoya, Magíster (MSc) en Educación

Universidad de Antioquia
Facultad de Comunicaciones y Filología

Filología Hispánica

Medellín, Antioquia, Colombia

2022

Cita	(Padilla Gamarra, 2022)
Referencia	Padilla Gamarra, J. E. (2022). <i>¿Sitcom colombiana?: implicaciones teóricas de las comedias situacionales como formas de representación y colonización cultural</i> [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
Estilo APA 7 (2020)	



Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

Rector: John Jairo Arboleda Céspedes

Decano/Director: Edwin Carvajal Córdoba

Jefe departamento: Juan David Rodas Patiño

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

A Warner Bros, por traer la *Sitcom* a mi televisión.

A Bffi, por todas las noches de ver *Sitcoms* hasta dormirnos.

Agradecimientos

Primeramente, a mis padres por mi existencia y a mí hermano por la suya. A mí asesor por su ENORME paciencia. A mi Ami y a Eleeeena por todo el apoyo en este enorme proceso.

Por último, a Prada: porque si no hubiese estado, yo no estaría ahora.

Tabla de contenido

Resumen	5
Abstract	6
Introducción	7
Justificación	10
Planteamiento del problema	12
Objetivo general	14
Objetivos específicos	14
Marco teórico	15
Metodología	18
Contexto histórico de las <i>sitcoms</i>	21
Historia y evolución	21
Tradición de las <i>Sitcoms</i>: <i>Community</i> e <i>It's Always Sunny in Philadelphia</i>	23
<i>Sitcoms</i> en Latinoamérica y Colombia	24
Conceptos y representaciones en las <i>sitcoms</i> estadounidenses	27
Las <i>Sitcoms</i> como bastión de la cultura pop y el caso de <i>Community</i>	27
Evolución de la conformación y el concepto de familia	30
Identidad y representación de grupos a través de estereotipos y contextos	33
Televisión contemporánea colombiana: necesidades	35
Novelas biográficas, realities y ausencia de otras historias	35
<i>La Reina del Flow</i> y la actualidad de las narconovelas	38
<i>Sábados Felices</i> y otros vestigios de la comedia en Colombia	39
Conclusiones	42
Referencias bibliográficas	43

Resumen

Las *Sitcoms* se han convertido en un fenómeno cultural que ha trascendido la esfera del mundo del entretenimiento y se han instalado en el escenario donde se ponen en juego las realidades humanas, en tanto escenario donde se representan, critican y refuerzan los imaginarios urbanos sobre la cultura popular, la nación, los ideales sociales y las condiciones mínimas de aceptación. Este trabajo hace un análisis de cómo las Sitcoms son una forma de inscripción en la cultura, a la vez que espacios de colonización. La propuesta se realiza desde un análisis contextual en el ámbito colombiano desde un análisis descriptivo y comparativo de las producciones más representativas en el género, las más pertinentes en el contexto nacional y los autores que facultan la mirada académica a las nociones de identidad cultural y colonización.

Palabras clave: Sitcom, Colombia, representación cultural, colonización cultural, televisión

Abstract

Sitcoms have become a cultural phenomenon that has transcended the sphere of the entertainment world and placed themselves on the stage where human realities are put into play, in scenarios where urban imaginaries about popular culture, social ideals, and minimum conditions of acceptance are represented, criticized, and reinforced; this work makes an analysis of how Sitcoms are a form of inscription in culture, as well as spaces of colonization. The proposal is made from a contextual analysis in the Colombian context from a descriptive and comparative examination of the most representative productions in the genre, the most relevant in the national context, and the authors that enable the academic look at the notions of cultural identity and colonization.

Keywords: Sitcom, Colombia, cultural representation, cultural colonization, television

Introducción

Hablar de televisión en Colombia es aceptar que los medios que la rigen parecen haber perdido interés en ella, pues el top 10 de Netflix está encabezado por series extranjeras o telenovelas de hace al menos una década (Netflix, Inc., 2022) y los dos canales que tienen la gran mayoría del rating, Caracol y RCN, tienen una parrilla televisiva compuesta por dramas, realities y telenovelas turcas¹. Colombia parece no tener novedades en lo que a narrativas televisivas respecta, dentro de las cuales el drama telenovelesco se establece prácticamente cómo la opción predeterminada y la comedia brilla por su casi absoluta ausencia.

Ahora bien, la televisión mundial está en uno de sus puntos más álgidos desde su creación. Con los servicios de *Streaming* amenazando incluso las salas de cine, moviendo los programas de la pantalla chica fuera del cable tradicional y proliferando distintas páginas de internet donde se les puede visualizar y hasta descargar, la televisión ha evolucionado fuera de su formato tradicional. Esta evolución de formato engloba también una mejora en la calidad narrativa y la libertad creativa, tanto que “Las series, sobre todo estadounidenses y británicas, muestran la mejor narrativa que se hace actualmente en el mundo (...) si grandes escritores como Dumas, Shakespeare o Dickens vivieran en nuestros días, probablemente <<Estarían trabajando en televisión>>” (Bonaut & Grandío, 2009, pág. 32). Y de todos los géneros de series hoy en día, hay uno que destaca por su homogeneidad a la hora de elegir su forma y sus contenidos: el de la comedia.

La novedad televisiva, pérdida en Colombia, viene gracias a las producciones extranjeras, principalmente estadounidenses, y la comedia es regida por el formato de la *Sitcom*, abreviación para *situational comedy* o comedia situacional, que constituye a su vez el género de comedia audiovisual por excelencia de la actualidad. Estas se entienden como “una comedia en serie de televisión que presenta el mismo conjunto de personajes en cada episodio, en situaciones divertidas que son similares a las de la vida cotidiana” (Álvarez Benciano, 1999). El éxito del formato le ha convertido en una fórmula de éxito incluso fuera de Norteamérica, como es el caso de *El chavo del ocho* en Latinoamérica, *La Familia P. luche* en México, *The office* en el Reino Unido y, en el caso de Colombia, la conocida y clásica

¹ Como fue consultado en la programación de ambos canales, publicadas en sus respectivas páginas en agosto del 2021

Don chinche o la adaptación estadounidense *Casados con hijos*. En síntesis, las *Sitcoms* son la forma contemporánea en que se expresa la comedia en televisión.

¿De dónde viene el éxito de este formato? La respuesta está en que estas producciones tienen una característica importante que las atraviesa: Así como Álvarez, Pérez Cárdenas (2009) también define las situaciones vividas en las *Sitcoms* como parecidas a la realidad (pág. 24), por lo que funcionan como una experiencia inmersiva de la cultura en la que estás se inscriben y la cotidianidad es ficcionalizada y estereotipada a través de un tropo o una línea de sentido por la cual se va a guiar la serie, siempre permeada por referencias, tipos, gags culturales e incluso interculturalidades vistas desde la perspectiva de la cultura dominante en el ambiente de la comedia en cuestión.

Comedias situacionales como *Friends* han tenido una repercusión cultural tan importante que se han vuelto un referente estereotípico de un estilo de vida, de una forma de relacionarse e, incluso, de lugares físicos para los encuentros sociales como es puesto en escena y entendido a partir de la producción del especial *Friends: The reunión (2021)* y los niveles de rating que la serie tuvo y sigue teniendo en la actualidad.

En contraste, la comedia Colombiana fue perdiendo paulatinamente todo su espacio audiovisual en un discutido proceso de hibridación con la telenovela, como lo expone Pamplona Beltrán (2016), que dio paso a producciones como *Yo soy Betty, la fea* y *Pedro el escamoso* y se anticipó al fracaso de las pocas producciones audiovisuales enteramente cómicas, dejando la *Sitcom* colombiana original desaparecer en el 1999 con la finalización de *Vuelo Secreto* y apareciendo solo de nuevo con las adaptaciones *Casados con Hijos* y *Los Años Maravillosos*.

Aunque Pamplona Beltrán expone en su tesis que la comedia evolucionó para ser una característica y desaparecer por sí misma dentro de otras formas narrativas en la televisión colombiana, resaltando entre estas la telenovela (2016, pág. 47), Omar Rincón (2015) habla en sus entrevistas sobre los medios en Colombia de la necesidad de una satirización y crítica de la colombianidad misma que quite solemnidad a los procesos y eventos socio-culturales de la sociedad colombiana y permita una identificación con las situaciones vividas por los personajes televisivos, imposibles de encontrar en el drama y que son determinantes en la *Sitcom*.

Así, este trabajo analiza las estructuras narrativas y el discurso (visual y textual) de las *Sitcoms* para encontrar elementos que fijan y sumergen en sus espacios comunes a través del lenguaje semiótico. Para esto se escogieron exponentes del formato que, por sus elementos o por su impacto, fuesen más relevantes teniendo en cuenta tanto hechos como propuestas enteramente teóricas, lo que permite vislumbrar cómo hay un flujo de temáticas, estereotipos y representaciones en general que forman parte de una cultura y se moldean dentro de otra, ya sea retratando imágenes de una supuesta cotidianidad, obligándonos a asirnos de referentes ajenos a lo que nos es común o, incluso, estableciendo unos tipos dentro de nuestra propia sociedad; en contraste con la decadencia de la comedia colombiana contemporánea en la televisión y las narrativas audiovisuales que dominan la programación de esta. Por tanto, se argumentó que la presencia de una narrativa de este género es hasta cierto punto necesaria dentro de la programación televisiva del país y en el entorno/momento cultural en que Colombia se encuentra.

Esta investigación plantea primero la necesidad del estudio de estas estructuras desde la filología para pasar luego a plantear la problemática que se busca resolver. Posteriormente, se expondrán los presupuestos teóricos, conceptos e investigaciones que sirven de base al análisis y se explicará el proceder metodológico y las herramientas investigativas que se usaron para este estudio.

Sigue después una contextualización histórica de la *Sitcom* desde su origen, la construcción de su tradición y su presencia en Latinoamérica y Colombia. Acto seguido se entrará en el análisis de las *Sitcoms* estadounidenses desde tres aspectos funcionales: su rol como bastión de la cultura popular, su papel como registro de la evolución del concepto y la conformación familiar y la identidad y representación de grupos que crea a través de los estereotipos y los contextos dentro de sí. Finalmente, se muestra el estado de la televisión colombiana a través de sus tres tipos de programas dominantes: las novelas biográficas, los *realities* y las narconovelas. Se termina hablando de la decadencia del único referente de comedia en Colombia en la actualidad, *Sábados Felices*, y los vestigios culturales que quedan de la corta incursión de la *Sitcom* en Colombia, para concluir haciendo un recuento de los presupuestos expuestos, los resultados y su contextualización.

Justificación

La narrativa audiovisual en Colombia se encuentra en un momento estático donde las Telenovelas clásicas ocupan toda la programación y tanto los realities como las telenovelas biográficas de cantantes² ya se han vuelto de una repetición tal que la espera que de estas se hace es porque no hay mucho más que ver. A esto hay que agregar la reciente tendencia de los dos grandes de la televisión colombiana a reciclar novelas viejas y exitosas, pero que se alejan tanto del contexto social actual como de la posibilidad de recrear narrativas innovadoras. En un momento histórico donde la conectividad y la virtualidad han hecho de las pantallas algo tan fundamental, la televisión debe estar en el centro del debate sobre el arte y el entretenimiento contemporáneo y su influjo en la cultura.

A este respecto, la consideración de las estructuras narratológicas que competen a las narrativas audiovisuales sea por el guion, la fotografía, las secuencias, etc. competen al ejercicio filológico en tanto formas de movilización de un lenguaje semiótico que tiene su base en un texto escrito y una conformación ficticia con una línea de sentido que fija la narrativa del programa.

Vale la pena adscribir la premisa filológica de esta investigación dentro de la propuesta de Roland Barthes (1971) en la que afirma que la semiótica será absorbida por una *translingüística* y que se aventura a dar un espacio semiológico a los conceptos de lengua y habla de Saussure, donde el signo representa la lengua pura y la realización, entendimiento o referencia al signo corresponden al habla³. Preguntarse por las estructuras y los signos que funcionan como representaciones en estas historias es reducir toda la teatralidad de una escena a un texto semiológico, que regresa obligatoriamente al lenguaje desde el campo semántico, y cuya composición en el marco de la narración general hace necesario el uso de conocimientos competentes a la específicamente a la filología como ciencia enfocada al análisis textual, independiente de la estructura y conformación de estos. Áreas como la semántica, la pragmática y el análisis del discurso crítico se conjugan con el reconocimiento

² Como la que se estrenó recientemente para Caracol y cuyas críticas no se hicieron esperar: la novela en Homenaje a Martín Elías que se estrenó el día 13 de septiembre y cuya recepción fue, más bien, negativa. Se puede consultar una nota al respecto aquí - <https://elpilon.com.co/el-sinsabor-que-dejo-el-estreno-de-la-novela-sobre-martin-elias-diaz/>

³ Barthes ejemplifica estas nociones (pág. 29-30) usando el concepto de **vestido** primero descrito, como estado de lengua pura, y luego fotografiado, como sistematización del lenguaje de la moda impreso en la imagen del vestido, funcionando como palabra cristalizada, y el acto de vestirlo como equivalente al habla.

de las tradiciones narrativas⁴ y las formas literarias que se encuentran en el discurso semiológico de la serie, que, como lo pone Barthes, “se encuentra en relación estructural de redundancia o de recambio en el sistema de la lengua.” (pág. 14).

En consecuencia, es claro que la forma en que se desarrolla, narra y organiza la historia corresponde a la narratología, que referencia necesariamente a un estudio, en primer lugar, puramente textual y literario de la obra audiovisual en cuestión – esta relación también funciona a doble vía, en tanto, de acuerdo con Umberto Eco (2000), “pertenecen al dominio semiótico las diferentes investigaciones sobre las GRAMÁTICAS NARRATIVAS (sic) y sobre las estructuras del relato” (pág. 29). Últimamente, así como el teatro desde su concepción corresponde mayormente en su estudio al ámbito de la literatura, así corresponden también las series como devenir y expresión contemporánea de lo teatral.

Por lo anterior, es menester del oficio filológico preguntarse por las estructuras discursivas de las formas narrativas que competen al contexto que se estudia y que hacen las veces de registro audiovisual de la evolución diacrónica de una cultura, con sus espacios de información comunes y expresiones cotidianas, que ameritan entonces una perspectiva artística sutil y sincrónica de estas transformaciones tanto como una mirada diacrónica de las narrativas que hacen esas veces de registro, equiparable al cuadro de costumbres. Estas formas narrativas, en un contexto contemporáneo que entra dentro de la dinámica moderna de la cultura de masas, son encontradas, por sus características, en el formato de *Sitcom*.

Lo anterior es ratificado en especiales como *Friends The reunión* que surge como celebración y reafirmación del hito cultural que fue la serie, trayendo incluso referentes de la cultura pop como Lady Gaga, Justin Bieber y BTS, y muchos testimonios de personas comunes sobre cómo la serie había influido y cambiado sus vidas. Así mismo, Joanne Morrale (2000) escribe un artículo sobre *Seinfeld* donde habla de la significancia que tuvo la serie, cuyo último episodio tuvo alrededor de 72 millones de espectadores y “magnified the discursive relationship constructed between text and viewer; in so doing, it illustrated the way that hypermediated relationships serve as the locus of community in contemporary culture” (pág. 110), reafirmando entonces como el *texto*, la serie, tiene una importancia

⁴ Por no decir literaria, en tanto la tradición de las series no se remonta directa y estrictamente a una tradición literaria, pero cuya intertextualidad y base narrativa (el guión) funciona a partir de las premisas en que lo hace la literatura. Los elementos que se escapan

inherente e influyente en la cognición y los imaginarios de la cultura en la cual se crea y hacia la cual llegue.

Así, surge entonces la necesidad de que, desde el análisis filológico, con un enfoque literario que echa mano a herramientas lingüísticas, se analicen las producciones televisivas dominantes en Colombia y se establezca la relación con el género ausente de las mismas, que es la comedia, y la influencia que otras culturas logran ejercer sobre la nuestra a partir del desarrollo y perfeccionamiento del exponente principal del género de comedia televisivo hoy en día, la *Sitcom*, y su influjo en nuestra cotidianidad.

Planteamiento del problema

La comedia en Colombia como género televisivo, hoy en día, prácticamente no existe. No se trata de no tener novedades o de una repetición de fórmulas, como sucede con las telenovelas biográficas, sino de la desaparición casi total del género.

Tomando la comedia como un género dedicado a generar risa o ser humorístico para el espectador independiente de los medios que use, y donde entran en juego apreciaciones sociales, referencias culturales, absurdos, contradicciones, esquemas de superioridad, y muchos otros elementos que pudiesen provocar *la risa*; Bennet y Royle mencionan que “Any theory of laughter, (...) is necessarily infected, undermined, displaced by the experience of laughter itself.” (Laughter, 2009, pág. 98). Bajo esta concepción, es notorio como en la programación televisiva actual⁵ de los dos grandes canales de la televisión colombiana no hay ningún programa, fuera de *Sábados Felices*, que se categorice dentro de lo que es comedia.

Esta situación no es actual, en su tesis “La comedia colombiana: del éxito al olvido”, Juan Camilo Pérez Cárdenas menciona que, hacia los años noventa,

Con la aparición de los canales privados la comedia desapareció de la pantalla chica, el Canal RCN intentó sacar adelante la producción de comedia con “*Noticias calientes*”, comedia dirigida por Fabio Rubiano, pero no tuvo éxito ya que fue opacado por las telenovelas, noticieros y realities Shows. (2009, pág. 41)

De donde se podría asumir que la privatización de los canales, el auge de los realities y la consolidación de la novela fueron la causa principal de la lenta muerte de la comedia en

⁵ La programación fue consultada en la página web de RCN y CARACOL en diferentes fechas para comprobar la vigencia de este estamento que van desde la primera fecha, mencionada en la bibliografía, hasta el 20 de febrero de 2022.

Colombia que hoy, y desde finales de los noventa, encuentra su forma en los chistes y parodias hechas en *Sábados Felices* y en escasas escenas de algunas telenovelas que tienen temáticas o momentos humorísticos, pero cuya finalidad es el drama novelístico, al punto que los premios principales de televisión, los *Premios India Catalina*, no tienen categorías por género de ningún tipo, fuera de la telenovela y la serie como categoría general.

A pesar de esto, la comedia no puede desaparecer de una sociedad. La repetición de las novelas con más contenido humorístico y rating en su época en Colombia, como *Yo soy Betty, la Fea* y *El Man es Germán*, es solo un síntoma de la necesidad de este género dentro de la televisión. A este respecto, Pérez Cárdenas menciona que

hay otras personas como es el caso de Pepe Sánchez que piensan que la privatización de los canales no fueron la causa del declive de la comedia (...) sino que opina que la influencia de los Estados Unidos ha hecho que dejemos a un lado nuestras raíces (pág. 41) .

Y junto a esta observación, cita una entrevista de Pepe Sánchez, director y guionista colombiano, que menciona que hay una tendencia a regresar a esas raíces que se ve truncada por la infiltración cultural de los Estados Unidos. Esta *infiltración* que menciona Pepe Sánchez es a la vez síntoma y culpa de la mencionada *Sitcom*, el género de comedia nacido en los Estados Unidos que se ha convertido en un estándar internacional para hacer comedia televisiva con éxito.

No solo hace gala Estados Unidos de una hegemonía televisiva en occidente, sino que acapara por entero la comedia que consumimos en televisión, obligándonos a introducir su programación dentro de nuestros rituales cotidianos. Por tal, es importante entender lo que dicen las *Sitcoms* y como lo dicen a partir de la nacionalidad de la producción, pues el discurso semiológico de estos géneros ficcionales está sujeto a dinámicas culturales usualmente sujetas, a su vez, a un espacio geopolítico específico, sea nación, región o institución, siendo a veces una amalgama de estos; y que crea un imaginario de nación (Beeden & de Bruin, 2010), de familia (Reimers, 2003) y de la cotidianidad en general ajenas al contexto Colombiano, forzando al espectador a relacionarse e intimar según lo visto en televisión en tanto, como explica Cembranos Díaz,

La fuerza de las imágenes en la pantalla hace que a menudo reciban un estatus de realidad superior a la realidad misma. Al estar más aislados de los demás y más desconectados del

territorio (...) la televisión consigue ser el referente más potente de validación de la realidad. (2004, pág. 24).

Por lo anterior, la *Sitcom* norteamericana y la realidad que presenta ocupan el espacio vacío que en el género cómico deja la T.V. colombiana, desplazando las dinámicas propias de nuestra cultura en las situaciones o contextos semejantes a aquellos presentados en estas series, recreando en la cotidianidad sugerida por las mismas una identidad cultural ajena. La creación del imaginario colombiano desde la experiencia y las narrativas propias de Colombia debe cristalizarse en referentes propios de estas para crear una sensación de identificación y representación propia, y no existir en contraste con los imaginarios creados en los espacios comunes de una cultura extranjera. Sin embargo, tras un análisis de los elementos semióticos y textuales que usa la *Sitcom*, el uso del formato y sus tropos pueden encontrar su lugar, como lo han hecho previamente, en la cultura colombiana, y funcionar como muestra de la cotidianidad/realidad contemporánea colombiana inscrita en el contexto de la globalización que de lo audiovisual establecen los nuevos servicios de *streaming* y las compañías de cable.

Objetivo general

- Analizar elementos discursivos y narrativos en la estructura del género de comedia situacional, a través de sus obras más representativas, para encontrar dinámicas de inmersión y representación cultural en el contexto colombiano.

Objetivos específicos

- Identificar los elementos temáticos, discursivos y semióticos en la estructura de las *Sitcoms* que sean relativos a la cultura en la que se desenvuelven.
- Determinar cómo estos elementos representan o conversan con el bagaje cultural de la sociedad en la que se desarrollan y cómo inscriben sus representaciones en los espectadores.
- Establecer el estado actual de las narrativas colombianas y la ausencia de programas cómicos y narrativas que representen cambios y características inherentes al país en contraste al influjo de estos programas extranjeros.

Marco teórico

Desde áreas como la sociología, la psicología, la filosofía y los estudios culturales y de medios encontraremos la base teórica y los conceptos necesarios para cumplir con los objetivos propuestos, que se presentan como sigue.

Sobre las teorías que fundamentan el análisis de medios, principalmente sociológico, del género de las *Sitcoms* y la influencia de su representación en la sociedad y desde la sociedad, recurrimos primeramente a algunas de las propuestas que establece Omar Rincon (2015) en su entrevista sobre el humor en la televisión y las redes sociales, más puntualmente del contexto específico y el humor, donde habla de la adaptación de la “la conexión de la ironía con el mundo local” (min. 11;25) y de cómo la corriente del humor contemporáneo, modificada y atravesada por los memes, está influida por los medios de comunicación y la forma en que estos retoman las formas de comedia desde su consolidación como lugares comunes de opinión pública.

A esto hay que agregar la importancia que Rincón da posteriormente a lo cómico dentro de la cotidianidad para con los eventos/momentos históricos, como el proceso de paz, en el país. La función de lo humorístico es traída a colación cuando expresa que el problema de estos es que “se lo toma demasiado en serio, como si no tuviera vida cotidiana. Es una cosa muy solemne, con lo cual los ciudadanos del común no se sienten vinculados (...) no hay un vínculo emocional y afectivo para ellos” (min. 17; 47 – 18;00).

Para la definición de la mencionada cultura de masas, su recorrido histórico y sus consecuencias en la expresión contemporánea del arte en los medios, lo que expone Martin Barbero (1991) en su libro *De los medios a las mediaciones* es relevante en tanto análisis de la influencia de los medios de comunicación y la conformación de la cultura de masas pertinente, en consecuencia, al género de obras que se pretende estudiar y al contexto mismo en que estas surgen y se desenvuelven. Al tiempo, la relación de lo popular con lo culto, lo masivo con lo mediático y la inclusión de las clases populares en la cultura hegemónica, son puntos fuertes que sirvieron de base a las relaciones encontradas entre obra de arte en un medio masivo y la cultura en que se inscribe y se basa al punto de rayar en la imitación de esta última, como se verá que sucede en las *Sitcoms*.

Por lo anterior, también se puede notar que las comedias situacionales ayudan a construir y reforzar el concepto y la identidad de una nación. Barbero introduce la

conformación de los espacios comunes y la difusión de una identidad nacional a través de los medios, propuesta teórica que es luego confirmada en el artículo de Beeden y de Bruin sobre *The Office US* donde proponen que “national identity is a vital part of the global television format trade. While it may appear that the growth of format adaptations reflects the increasingly globalized contemporary world, in fact, format adaptations encourage articulations of national identity and cultural belonging.” (2010, pág. 1).

Es necesario, antes de continuar, un previo entendimiento de la influencia de la televisión en la sociedad y, para la justificación de la importancia de lo que se ve en la pantalla chica para los individuos que conforman dicha sociedad, hay que familiarizarse con las propuestas teóricas que de la sociedad hipercapitalista en la que nos encontramos hace Byung-Chul Han en *La sociedad del cansancio* (2017) tanto como en *La desaparición de los rituales* (2020), de la cual se consultó un extracto, en la que se verá como los estamentos sociales empujan a que el entretenimiento televisivo sea uno de los pocos eventos rituales de la vida cotidiana contemporánea desde la aparición de la misma y el advenimiento de la sociedad hiperconsumista. Así, la importancia de la televisión como ritual y momento sagrado vislumbra también la construcción que a partir de esta forman los individuos de la sociedad en que se mueven.

Esta importancia de la televisión como ritual es encontrada también en la influencia que en el comportamiento social y en la percepción del mundo tienen estas series, sobre lo cual hay diversidad de estudios cuantitativos, como el de Braun y Mares (Effects of Conflict in Tween Sitcoms on US Students' Moral Reasoning About Social Exclusion, 2013) que habla de la influencia de las *Sitcoms* para adolescentes en la exclusión social, el de Roseonkoetter (The Television Situation Comedy and Children's Prosocial Behavior, 1999) sobre el comportamiento y la absorción por parte de los niños de las enseñanzas morales e ideológicas de estos programas, y las conclusiones de Faichney (1990) sobre la educación de parte de los programas televisivos. También hay que agregar el concepto de *comfort show* dentro del que Castle (2019) hace un estudio en cómo no solo la televisión se vuelve un escape necesario del día a día, sino también una herramienta de resiliencia (pág. 10), en tres grupos diferentes de personas (familias, estudiantes de pregrado y pacientes de hospitales). En su estudio, Castle define la comodidad como

principally a sensation, a feeling of being at ease and without worry. Yet, for the individual in need of comfort, the person who requires some form of consolation, support and strength (...) comfort is also a process of sorts and requires action. (pág. 14)

Y luego explica que la televisión es un objeto predeterminado de *comfort*, puesto que

Considered in context, this surrogate “member of the family” (Silverstone, 1994: 40) is crucial to how we understand, experience and shelter in the home (...) Constantly available, its presence can be reassuring, often activated as an automatic behaviour and appreciated for the normality it suggests. (pág. 18-19)

Donde la televisión hace parte del espacio privado y la familia, y hasta puede inmiscuirse en esta al punto de volverse una forma de “Segundo hogar”, un pseudo-escape donde nos sentimos seguros. A partir de lo anterior, se acuña el concepto *comfort show* para un programa de televisión que puede ser utilizado para cualquier tipo de serie televisiva y que suelen tener unas características en común, como lo episódico de estas o su prolongación en varias temporadas.

Junto a Byung (2020), se propondrán estudios contemporáneos de las expresiones de la cultura popular, y de las *Sitcoms* en sí mismas, como referencias útiles para establecer el valor artístico de estas obras destinadas a la televisión, como el libro *Apocalípticos e Integrados* de Umberto Eco (1984), donde analiza la cultura popular en varias de sus expresiones como los comics o Charlie Brown; el texto *Evolution Of The Sitcom: How Friends Invented The Hangout Comedy* de Picone (2014), donde se expone brevemente cómo Friends partió el género de *Sitcom* en dos al establecer el concepto de *hangout comedy*, una forma mucho más específica de la comedia de amigos, o como lo explica Picone: “almost any *Sitcom* to date can be classified in one of three categories: family comedy, workplace comedy, or friends comedy (...) Obviously Friends belongs in the latter category, but it also introduced something more specific, something generational”.

Sumado a esto, serán fundamentales el artículo *Comedy verite: contemporary Sitcom form* de Brett Mills (2004), donde se da por primera vez uso al término *comedy verite* a partir de un análisis de la forma actual de la *Sitcom* luego de muchos años de evolución y del rompimiento de esquemas que para el género documental significó *the Office US* tras su emisión; y la tesis sobre la tele novelización de la comedia Colombiana propuesta por Camila Pamplona (2016) para la universidad Javeriana, en el cual se expone ese proceso de

hibridación entre comedia y novela en el país donde la segunda absorbe a la primera y la imitación de la cotidianidad desaparece ante la solemnidad televonelistica.

Por último, es necesario resaltar que toda la intertextualidad y la construcción de la tradición, las identidades y los imaginarios en las *Sitcoms* que se trabajaron en esta investigación están atravesados por el concepto de **referencia**. En este contexto, la definición más apropiada es aquella que da la RAE de “Relación que se establece entre una expresión lingüística y aquello a lo que alude.” (Real Academia Española, 2022) y que, sin embargo, sigue sin ser suficiente: definirla como una expresión lingüística es negar su existencia en un contexto semiótico donde la imagen establece la relación. Sería mejor definirla como el aludir a algo a través de una imagen, sonido o expresión lingüística.

La referencia, entendida según lo anterior, es usada de manera constante y característica en la *Sitcom* como forma de resguardar y explicitar la existencia de un referente popular, cuyo entendimiento incluye al receptor dentro de unas dinámicas culturales sin las cuales no sería posible decodificar el mensaje. En estas series la referencia también es usada y puede ser entendida como una de las violaciones, quizá la más recurrente, al principio de cooperación de Grice en su Máxima de Modo (Wu & Chen, 2010) ya que “the hearer will take the premise, along with other available non-linguistic premises as contextual resources, and try to figure out what are the most relevant messages being conveyed to him or her” (pág. 57). La referencia oscurece el discurso, pero nos obliga a relacionar un acto semiótico, un discurso, con un referente real y cultural. Los *contextual resources* incluyen dentro de sí los imaginarios y las ideologías, por lo que es necesario echar mano a estas, obligando al receptor a conocer o asumir el contexto común que invoca el emisor.

Los conceptos y las premisas encontradas en todos estos textos sirven como punto de partida para las relaciones y los análisis hechos en la investigación, donde se asume conocimiento de lo expuesto en este aparte y cuyo desarrollo y herramientas se explicarán a continuación.

Metodología

El trabajo de indagación se clasifica como investigación proyectiva y descriptiva con enfoque cualitativo y diacrónico. Según Sampieri (2006) los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, es decir, cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno, y busca

especificar propiedades importantes. Este a su vez, citando a Dankhe (1989), plantea que los estudios descriptivos buscan sobre todo especificar las propiedades importantes de personas, grupos poblacionales, comunidades o cualquier fenómeno que sea sometido a análisis. Ello lo hace desde la descripción que en términos científico académico es medir. Describir es medir. Por tanto, los estudios descriptivos inicialmente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.

La proyección de una investigación se hace posible precisamente por el trabajo descriptivo que se desarrolla en el proceso de recolección de la información. Junto al análisis teórico que acompaña las observaciones, esa descripción pone en escena las dificultades del grupo poblacional, a la vez que abre las puertas a las posibles soluciones académicas con aplicabilidad en medios específicos. El sentido de la descripción es encontrar sentido a los datos desde el nombrar los fenómenos que se evidencian para comprenderlos en contexto, codificándolos en un ejercicio cualitativo que permite la construcción de conceptos a partir de los elementos observados y posteriormente descritos, en donde se halla inmerso una información importante sobre lo que les acaece y es fundamental para la reflexión académica: “Preferimos pensar en términos de generar conceptos a partir de nuestros datos y usar códigos como manera de lograrlo” (Coffey & Atkinson, 1996, pág. 31).

El análisis cualitativo y diacrónico abarca las estructuras discursivas y narratológicas de las *Sitcoms*, a partir de algunos de sus representantes más importantes en Norteamérica y en Latinoamérica, y cómo estas narraciones inscriben una representación de la cotidianidad y funcionan como prueba de las evoluciones sociales, las revoluciones culturales y como inmersión en la cultura que presentan, a la manera en que lo haría un cuadro de costumbres. Para el análisis de las ideologías que subyacen al discurso de estas estructuras nos apoyaremos en las herramientas conceptuales propuestas por Van Dijk (2007) sobre el análisis del discurso ideológico, en las definiciones y aplicaciones de la hermenéutica como es vista en Gadamer (AGUILAR, 2004) y Ricoeur (Silva Arévalo, 2005), y en los preceptos y relaciones que ofrece la semiótica de la imagen como la expone Karam (2011) y como la desarrollaron Barthes (1971) y Eco (2000).

También se identificará como estos elementos pueden obligar al espectador a relacionarse, entre la intertextualidad de las referencias y la necesidad de comprender por

entero de la obra, dentro de la intimidad que representa el rito contemporáneo de ver televisión, con una cultura ajena como si fuese parte de esta en los treinta minutos que dura un episodio, hecho adrede ya que, como menciona Ronald Berman en su estudio *Sitcoms*, “*Sitcom* is so earnest about presenting actual social problems and suggesting solutions to them it hovers often on advocacy. (...) programming is far from neutral-that it advocates certain ideas, attitudes, and even legislation” (1987, pág. 3), lo que reafirma la influencia de los elementos ficticios de este tipo de programa en la cultura que los recibe, estableciendo valores e ideologías de la cultura exportadora en un acto que, al ser tan masivo, se vuelve una forma de colonización cultural. Se entenderá la colonización cultural en los términos en los que argumenta Coutts-Smith en *Cultural Colonialism*:

Colonialism did not appear in the modern world with the forays of Cortez into Yucatan (...), but with the claim of historical cozenage extended by Renaissance mercantile republicanism towards the exemplars of a dimly remembered Roman polis observed through the roseate lenses of political ambition and swiftly consolidating class interest. (2002, págs. 5-6).

De estos elementos se obtuvieron estructuras que sirven para argumentar cómo estos programas hacen las veces de diario social del día a día, y como pueden también crear, a partir de sus premisas y su estructura narratológica, una *identidad cultural* ficticia que termina por volverse la realidad cotidiana. Estos presupuestos teóricos estarán además apoyados en estudios sobre la influencia de la televisión y cómo esta influencia, en especifica la influencia de las *Sitcoms*, tiene un rol en el crecimiento y el comportamiento social de los televidentes objetivos, tal como indican los ya mencionados estudios de Castle (2019), Mares y Braun (2013) y Rosenkoetter (1999).

La búsqueda y selección bibliográfica se hizo a través de distintas bases de datos académicas y usando palabras claves como *Televisión*, *Cultura*, *Sitcom*, *Contemporáneo/a*, *Colombia*; y agregando los títulos de las *Sitcoms* más pertinentes a la búsqueda directa, como *The Office US*, o los géneros televisivos colombianos relevantes a la investigación, como *Narconovelas* o *Telenovelas*. Para las referencias de las series más relevantes a la investigación se creó un anexo con la ficha técnica de cada una en las cuales se encuentra la referencia bibliográfica pertinente, una breve descripción de la trama y observaciones a la serie en cuestión relacionadas a una serie de palabras claves relevantes a la clasificación de estas dentro de la investigación.

Se tuvo en cuenta, para la selección de las *Sitcoms* en cuestión, los ratings, premios e impacto cultural o artístico, dependiendo de sus tropos y su ejecución. Frente a esto, se analizaron también algunos de los pocos exponentes originales que ésta tuvo en Colombia, algunos programas de comedia que si bien no entraban de lleno a ser parte del género también cumplen con estas características, y las producciones que dominan hoy en día la programación televisiva; problematizando entonces la falta de representación de los tipos cotidianos en el humor y como estos parecen haberse quedado en el pasado.

Contexto histórico de las *sitcoms*

Historia y evolución

Nacido a finales de los 40's e inicios de los 50's, el género de la *Sitcom* se ha consolidado como el estándar desde que apareció la que sería la primera de estas series de su principal exportador: *I Love Lucy* (1951) en Estados Unidos, que trajo consigo otras obras de este mismo país con un enorme éxito internacional como *Married With Children*, *Seinfeld*, *The Office US* y, quizá la más importante, *Friends*. Inicialmente grabada a tres cámaras en un estudio en vivo, la *Sitcom* ha venido evolucionando en los 70 años desde su aparición televisiva, como ya lo mostró *The Office US* con su establecimiento de la *Comedy Verité* (Mills, 2004) que marcó la vía para la forma contemporánea de la comedia situacional, o como lo hizo *Arrested Development* al adoptar directamente un formato más cinematográfico de cámara sencilla y estudio sin una audiencia presente⁶, cosa que no se había podido hacer antes fuera de la animación, como ocurría en *Los Simpsons*.

Aunque la estructura episódica, la cercanía a la realidad cotidiana y las narrativas auto concluyentes se mantienen, los ejes temáticos y las características van cambiando con las transgresiones mencionadas. Así, la tripartición de la *Sitcom* en familiar, *workplace* y *friends comedy* propicia el surgimiento del subgénero que es la *hangout comedy* popularizada por *Friends* y, posteriormente, una independencia de las características clásicas asociadas a la *Sitcom* en general, volviéndola más específica.

Es así como la moralización asociada a esta (Berman, 1987) pasa a ser parte casi únicamente de la *Sitcom* familiar y de las *hangout comedy* que más se acercan al concepto

⁶ Un análisis más detallado de la era de las *Sitcoms* de cámara sencilla se puede encontrar en <https://www.nyfa.edu/student-resources/evolution-sitcom-part-2/> donde, además, se contrasta la *sitcom* a 3 cámaras y con risas pregrabadas frente a la *sitcom* de cámara sencilla.

propuesto por *Friends*, como *How I Met Your Mother* (abreviada como HIMYM) o el *Chavo del Ocho*, pero que empieza a ser una característica en decadencia con el advenimiento de *Sitcoms* familiares más pesimistas en su percepción de la unidad familiar como *Arrested Development*, *The New Adventures Of Old Christine* y hasta *La Familia P.luche*, decadencia que fue anunciada desde la visión post-moderna que de estas comedias ofrecía *Seinfeld* al introducir no solo una metanarrativa dentro de sí, sino un horizonte de posibilidades al apoyarse meramente en su género de *friends comedy* sin tener ningún eje temático (o dicho de otra manera, por no tratarse de nada) y dictaminar una posición moral para sus personajes en la que estos no crecen ni aprenden episodio a episodio, como pasaba regularmente en la *Sitcom* tradicional, y que son literalmente juzgados por su comportamiento en el último capítulo de la serie.

La moralidad entonces empieza a deconstruirse y surgen más series de este tipo en la que los personajes no crecen, sino que simplemente cambian, como sucede en *Parks and Recreations* y en *The Office US*, y otras donde de plano los personajes se aferran a su moral dudosa y en vez de crecer parecen paulatinamente empeorar, como nos muestra *It's Always Sunny in Philadelphia* (abreviada como IASIP). Estas comedias entran, junto con la sociedad, en su propia posmodernidad narrativa en el contexto de lo que Segura Oliva (2018) llama *Hipertelevisión*, caracterizada por más tramas narrativas y un ritmo más acelerado (pág. 8).

Se construye entonces una tradición de las *Sitcoms*, tradición que toma dos vías tras la emisión de *Friends* y *Seinfeld*, y que alcanza un estado diferente de madurez con el éxito de *The Office US* cómo una adaptación que se suele argüir más exitosa que su homóloga por la recreación de la identidad nacional, la pertenencia cultural (Beeden & de Bruin, 2010) y el señalamiento de la tradición televisiva a la que pertenece. Desde aquí, las representaciones funcionales empiezan a variar, como se verá más adelante con el concepto de familia, y la pertenencia cultural empieza a volverse una identidad de grupo que se establece como una realidad del género en comedias como *The Big Bang Theory* (TBBT) en relación con la cultura *geek* o *Disjointed* con relación a la subcultura del cannabis. Por último, la evolución de la *workplace Sitcom* que se explora desde *The Office US* encuentra su camino al permitir relacionar y reemplazar el concepto de espacio de trabajo con el de familia y con el de identidad misma, volviéndolo tanto parte de la historia y eje temático de los personajes como

la razón y el móvil de estos en series como *Brooklyn 99*, y que encuentra su punto máximo en la *Sitcom* política primero con *Parks and Recreation* y luego con la aclamada *VEEP*.

Tradición de las *Sitcoms*: *Community* e *It's Always Sunny in Philadelphia*

Las *Sitcoms*, al menos en Estados Unidos, tienen toda una historia de títulos y exponentes construida a su alrededor ya bien entrados los 2000. El género, para este punto, ya es consciente de su recorrido y los creadores y guionistas son capaces inclusive de parodiarse a sí mismos y señalar constantemente a la tradición con gags o diálogos sobre las *Sitcoms* más reconocidas o parodias de tropos arquetípicos.

Frente a esta conciencia de la tradición salen al frente dos series que no solo toman esta tradición como base de su mundo ficcional, sino que la señalan y la subvierten como parte de su desarrollo narrativo, demostrando ser las abanderadas de la madurez del género de *Sitcom* a través de sus relaciones intertextuales y la creación de un contexto⁷: *Community* e *IASIP*. La primera, por la forma argumentada, concienzuda y hasta ensayística en que inscribe la tradición en sus diálogos y escenas; la segunda, por la delicadeza con la que subvierte y deconstruye tropos típicos, las características aparentemente inmutables y los límites que, implícitamente, se suelen respetar en estas series y que le han valido el título de *Anti-Sitcom*⁸.

Capítulos de *Community* con guiones como en *Competitive Wine Tasting* (Temp. 2, Ep. 20) donde se hace un análisis a la narrativa de *Who's The Boss*, una *Sitcom* del 84, para responder a la pregunta propuesta en su título y que acaba con la sugerente posibilidad de aplicar este mismo proceder a *What's happening*, una *Sitcom* del 76; o la crítica al rol actoral y del espectador de este género que se hace en *Critical Film Studies* (Temp. 2, Ep. 18) en el monólogo de Abed (Danny Pudi) sobre su supuesto cameo en el set de *Cougar Town*, la *Sitcom* de Courtney Cox; permiten ver como la serie conversa de manera intertextual con la tradición del género en el que se inscribe a la vez que la va trazando.

⁷ La intertextualidad, como es definida en https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccionario/intertextualidad.htm por el Centro Virtual Cervantes, pero aplicada a los audiovisuales en tanto textos semióticos o, si se quiere ser más simple, en tanto guiones representados.

⁸ Este término es constantemente discutido en internet, por lo que no se profundizará en los porqués de su utilización para centrarse en la subversión de la tradición. Un análisis más profundo, con bibliografía incluida, de porqué esta serie es tal y como lo logra puede ser encontrado en el siguiente videoblog: <https://www.youtube.com/watch?v=tZ8ZF8VsfU0&pp=ugMICgJlcxABGAE%3D> .

A su vez, IASIP apunta a la tradición bajo la subversión de los tropos típicos del género y la completa destrucción de los estereotipos creados por esta: el hacer planes para resolver los meollos de turno, la casi absoluta falta de consecuencia en las acciones de los personajes de un episodio a otro, la ridiculización del protagonismo que en cada situación tienen los protagonistas; son algunos de los tropos que la serie va quebrando en la medida en que crea dentro de sus personajes un reconocimiento de la tradición. Así, Mac (Rob McElhenney) engorda para la 7ma temporada ante el invariable físico de los personajes de *Sitcom*, que raya en la caricaturización; Dennis (Gleen Howerton) deconstruye al *womanizer*, encontrado en personajes como Barney Stinson (Neil Patrick Harris) en HIMYM o Charlie Harper (Charlie Sheen) en *Two and a Half Men*, para mostrar cómo sus estrategias de conquista son directamente comportamientos psicopáticos (Temp. 5, Ep. 10).

La tradición es reconocida y revivida para ser destruida de manera sistemática, al punto que la reiterada moralización inherente a la *Sitcom*, una de sus características más marcadas desde su creación, es reducida al ridículo en capítulos como *The Gang Gets Extreme: Home Makeover Edition* (Temp. 4, Ep. 12) donde la enseñanza queda inmortalizada en la línea final de Mac: “You try to help people and you just wind up getting screwed.”.

***Sitcoms* en Latinoamérica y Colombia**

La televisión estadounidense es la narrativa que domina occidente y que se consolida como principal exportador de producciones para Latinoamérica. Para la llegada de las series más aclamadas a la región ha tenido que intervenir la globalización a través de los servicios de *Streaming* para consumir algo por fuera de las producciones estadounidenses predominantes, permitiendo al espectador consumir televisión que se haya vuelto popular alrededor del mundo casi sin importar su procedencia.

Aún así, desde la creación y éxito del formato de *Sitcom* en Estados Unidos la televisión latinoamericana ha sido víctima de un afán adaptativo, que dejaría obras como *Casados con Hijos* (Colombia, de *Married With Children*), *La Ofis* (Chile, de *The Office*) que solo tuvo una temporada, *Vecinos* (México, de *Aquí no hay quien viva*), entre otros; y de la necesidad de programas dentro del consolidado y conocido formato que se acercaran más a la realidad latinoamericana más allá de las posibilidades que, como se vio en (Beeden & de Bruin, 2010), ofrece la adaptación.

En este panorama, y quizá por su cercanía con la cultura creadora, México toma el liderazgo con la famosa y aclamada serie *El Chavo del Ocho*, recreando una vecindad clase media baja en los 70's que, además, se contrapone a la típica comedia familiar clase media-alta estadounidense, tocando problemáticas y dinámicas más cercanas a lo Latinoamericano más que a lo estrictamente mexicano, como la orfandad, el desempleo, las familias monoparentales y la convivencia comunitaria creada por la vecindad.

Posterior al chavo, Eugenio Derbez escribe y produce *La Familia P.luche* en 2002; una *Sitcom* familiar en un México marcado por el uso de tela de peluche en la llamada *Ciudad Peluche*, locación ficticia en la que sucede la serie y de la que vienen todos los personajes, y que se inscribe en el México de finales de los 90 e inicios de los 2000. Siendo una comedia de los dos mil y distanciada por treinta años del chavo, la serie de Derbez adopta valores de la *Sitcom* contemporánea, dejando de lado las moralejas y la creación de una familia ideal para centrarse en las dinámicas de una familia clase media “típica” que caricaturiza la mexicanidad contemporánea. *La Familia P.luche* también se hace especial por el uso de referencias directas a personajes, instituciones y estereotipos de la cultura mexicana, tales como el fanatismo de Ludovico (Eugenio Derbez) por el Cruz azul marcado siempre por la decepción, las constantes menciones de este a Lorena Herrera (una actriz mexicana) o la burla que hace Federica (Consuelo Duval) del programa *La academia* de TV azteca en el capítulo *Niños de oro* (Temp. 2, Ep. 22).

Hoy en día, y con la última temporada de la familia P.luche emitida en 2012, Latinoamérica carece de otros exponentes igual de considerables que siquiera se acercan a la importancia que para toda la región significó *El chavo del ocho* o que para México fue *La Familia P.luche*.

Para el caso nacional, Colombia ha tenido una breve historia de *Sitcoms* que sirvió de base al humor y a los estereotipos que hoy rigen en la televisión.

El inicio de este proceso en la comedia puede ser rastreado a la clásica *Don Chinche* en 1982 que construye “personajes de fácil identificación que le llegaban a la audiencia por ser tan reales y cotidianos, “tejer las historia en base a personajes reales, que existían que la gente los podía reconocer (sic)” (Pérez Cárdenas, 2009, pág. 50) y que llegó a reunir hasta 14 millones de telespectadores en su época (ibid.). Sin ser estrictamente una *Sitcom*, la creación de estereotipos y el parecido con la cotidianidad se hacían presente en esta comedia.

Tras *Don Chinche*, llega también *Dejémonos de Vainas* en el 84, encasillada, ya sí, dentro del género de comedia situacional y que “pasó a convertirse en el reflejo de la familia colombiana de clase media la cual, va viviendo situaciones que se reflejan en el diario vivir de los Bogotanos” donde además se destacan “formas de hablar y costumbres de las diferentes regiones del país y del exterior” (Pérez Cárdenas, 2009, pág. 52). De esta se derivaría en el 88 *Te quiero pecas* como un spin off en el que Teresa Vargas (Claudia Anderson) convive en Colombia con su esposo gringo. Por esta misma época, en el 87, surge *Romeo y Busetta*, imitando el estilo y las creaciones arquetípicas iniciadas en *Don Chinche*, con la temática de la clase media-baja trabajadora colombiana en el centro de la trama.

Luego vendrían a ser relevantes producciones como *El Hijo de Nadia* y *Vuelo Secreto*, en el 94 y el 92 respectivamente, dejando por esta época el género de *Sitcom* y viviendo con estas últimas dos series la salida el género de comedia del prime time televisivo en la época de los canales privados (Pérez Cárdenas, 2009, pág. 41). Después de esto, solo resaltan las adaptaciones *Casados con hijos* del 2004 y *Los años maravillosos* del 2014, con una década de distancia entre sí, y la ausencia de la comedia en Colombia deja el prime time dominado por las mencionadas telenovelas y los estereotipos tomados de la realidad, perfeccionados y cuidados en la comedia hasta los 90, se quedan tal y como estuvieron en los personajes de las comedias mencionadas desde *Don Chinche* hasta *Vuelo Secreto*. Telenovelas cómicas como *Los reyes*, *El man es German* y *Vecinos beben* de los estereotipos creados en esta época y la absorción de la comedia en la telenovela es consolidada en programas como *Yo soy Betty, la fea*, *Pedro el escamoso* y *Nuevo Rico, Nuevo Pobre*.

El formato de *Sitcom* desaparece junto con la comedia colombiana y este vacío empieza a llenarse con los programas estadounidenses que ya venían infiltrándose culturalmente en la televisión nacional y que se vuelven hoy en día, con las comedias que se transmitían primeramente por Warner Bros., los referentes de la comedia en Colombia, en donde *Sábados Felices* va a caer en rating progresivamente hasta verse obligados hoy en día a establecer un bingo dentro de su tiempo televisivo (los *bingos felices*) para alentar al espectador a participar y subir la audiencia del programa.

Conceptos y representaciones en las *sitcoms* estadounidenses

Las *Sitcoms* como bastión de la cultura pop y el caso de *Community*

Se ha hablado ya de las referencias en las *Sitcoms*. Referir a un lugar, persona o situación de la cultura pop de un territorio/nación nos obliga a adentrarnos en los espacios comunes de una cultura ajena o, siendo oriundos del espacio cultural en el que se inscribe el mundo ficcional, a vernos representados y reafirmados. Este suceso de representación existe también como momento histórico en cada sociedad. Así, la *Sitcom* asume el rol histórico de mediador y catalizador de los espacios comunes de una cultura-Nación. Para el caso de Latinoamérica, por ejemplo, escribe Martín Barbero, “el papel decisivo que los medios masivos juegan en ese período residió en su capacidad de hacerse voceros de la interpelación que desde el populismo convertía a las masas en pueblo y al pueblo en Nación.” (1991, pág. 178) y es por esto por lo que luego Barbero toma el ejemplo de la radiodifusión en 1940 en Colombia, donde el medio arma el rompecabezas de la cultura-Nación colombiana, “Lo que nos pone a la vez sobre la pista de otra dimensión clave de la masificación en la primera etapa: la de transmutar la idea política de Nación en vivencia, en sentimiento y cotidianidad.” (pág. 179).

Es por esto que la referencia en la *Sitcom* viene a ser una forma moderna de esta representación, de ese rol mediador/catalizador, sustentada no solo por el formato cotidiano y cuasi-real que es la base característica de la *Sitcom*, sino también por la apertura al espacio común de encuentro de una cultura, que puede hacerse tan específica o general como sea necesario, en tanto la referencia puede hablar de un espacio común de la cultura pop local, como ocurre en *HIMYM* cuando se ataca a los habitantes de New Jersey desde el arquetipo del neoyorquino (Temp. 4, Ep. 3) o con la *Puerto Rican Parade* en la novena temporada de *Seinfeld* (Ep. 20); de la Nacional, como son los típicos capítulos de *Thanksgiving*, o *IASIP* y *HIMYM* hablando de lo que es ser americano; hasta acabar en aquello que surge de la propia cultura y se vuelve parte de un espacio transnacional, como las referencias a las películas de Tarantino o los capítulos de festividades como Navidad y Halloween; y que pueden colaborar a la perpetuación de un ideología convenida desde la cultura exportadora, como el imaginario terrorista del Medio Oriente en América, distribuido a través del continente como consecuencia de la prensa alrededor del atentado del 9/11 (Martínez Vizcarrondo, 2006) y visto en *Sitcoms* Post-9/11, como *Community* o *The Office US*.

Por lo anterior, la *Sitcom* refiere e incluso preserva estos lugares comunes de la cultura no de manera intertextual, sino como una concepción directa de una realidad ficcional que pretende mimetizar la realidad cotidiana. Con lo dicho, es posible afirmar y desarrollar un estamento: las *Sitcoms* funcionan como un bastión de la cultura popular. A este respecto se puede agregar que la ya mencionada *Community* actúa, a su vez, como un Museo/Biblioteca de la cultura popular y televisiva estadounidense.

La *Sitcom* creada por Dan Harmon es una comedia que desde su primera temporada propone una meta-narrativa referencial que llega al extremo de tener un personaje principal, Abed, que entiende el mundo a partir de referencias a la cultura pop televisiva y cinematográfica. A su vez, el protagonista prototípico, Jeff (Joel McHale), puede llegar a seguir y entender el mundo de la manera que lo hace Abed, pero desde una perspectiva menos interiorizada: no es que Jeff vea el mundo como un gran programa de televisión, sino que ve el mundo en que se mueve como atravesado y fundamentado por estas producciones⁹.

Diversos trabajos alrededor de la serie puntualizan como los episodios obedecen a una metaficción intertextual en la cual la *Sitcom* conversa con diferentes géneros y momentos audiovisuales¹⁰. Este hecho permite resaltar dos tipos de capítulos: los que refieren al cine, con especial énfasis en el cine de acción, los capítulos *homage* del cine; y los que se inscriben como reconstrucción y comentario del género al que pertenecen, los capítulos *homage* de las *Sitcoms*.

Capítulos “Homage” del Cine

Abed usa el término *Homage* para referirse a los homenajes hechos a las producciones audiovisuales emblemáticas a través de la serie. *Community* guarda dentro de sus escenas y en muchos apartados de su guión la completitud de producciones cinematográficas específicas o géneros enteros del cine.

Modern Warfare (Temp. 1, Ep. 23) es una referencia directa a las películas de acción donde confluyen los *thrillers* zombies, con la escena de Jeff despertando en su auto en un campus desolado como le sucede a Jim en *28 Days Later* y la completitud de la coreografía

⁹ Esto se hace obvio en *Intermediate Documentary Film* (Temp. 2, Ep. 16) donde Jeff amenaza a Pierce diciéndole que espera que no haga “any Ferris Bueller, Parent Trap, Three's Company, F/X, F/X 2: The Deadly Art of Illusion bullshit” o tendrá que golpearlo. Las referencias, en este contexto, se vuelven la mejor manera para Jeff de hacerse entender.

¹⁰ Ver a (Segura Oliva, 2018) y (Wells-Lassagne, 2012)

y escenografía de acción que toma elementos desde *Rambo* hasta *Die Hard*¹¹ y que abre el camino a otros capítulos conceptuales que abarcan todo el espíritu de un género cinematográfico o saga hegemónica, como sucede con la parodia al cine zombie en *Epidemiology* (Temp. 2, Ep. 6)¹² o la directa alusión al cine navideño e infantil en *stop-motion* en *Abed's Uncontrollable Christmas* (Temp. 2, Ep. 11).

También cabe mencionar el renovado homenaje a las películas de acción que representan *For a Fistfull of Painballs* y *For a Few Paintballs More* (Temp. 2, Ep. 23-24), que desde el título ya hace referencia a los *Western* - *For a Fistfull of Dollars* y *For a Few Dollars More*, y que evoluciona del *Western* para volverse un *Star Wars*, evolución que es incluso comentada por Abed¹³; o la compleja y posmodernista película religiosa presentada en *Messianic Myths and Ancient Peoples* (Temp. 2, Ep. 5) donde se menciona el cine de Charlie Kauffman por su complejidad equivalente a la que Abed intenta recrear con su película, al punto que un personaje menciona haber oído que “the deleted scenes (de la película de Abed) are the scenes and the scenes are the deleted scenes.”¹⁴.

Y no solo se apela a géneros, sino a películas de culto en específico, como *Apollo 13* en *Basic Rocket Science* (Temp. 2, Ep. 4), *The Godfellas* en *Contemporary American Poultry* (Temp. 1, Ep. 21) y *My Dinner With Andre* en *Critical Film Studies* (Temp. 2, Ep. 18). Sucede, por último, en el capítulo *Beginner Pottery* (Temp. 1, Ep. 19) donde está terminantemente prohibido recrear la famosa escena romántica de la película *Ghost* de Jerry Zucker. Así, y principalmente en la segunda temporada, *Community* guarda dentro de sí, cuál archivo de consulta, una serie de recreaciones de clásicos del cine y armazones de los estereotipos que representan géneros famosos del cine estadounidense, rescatando la cultura audiovisual dentro de sus escenas.

Homages a la Sitcom

¹¹ Como expone Jonah Krakow en su reseña del capítulo, tomada de <https://web.archive.org/web/20100509091325/http://tv.ign.com/articles/108/1088328p1.html>

¹² Sobre este capítulo, una descripción más detallada es encontrada aquí: <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2010/10/community-zombies-wizard-of-oz-awesome/65345/>

¹³ Una descripción más detallada de este segundo capítulo y su relación con *Star Wars* y el capítulo anterior se puede encontrar en <https://archive.ph/20130129162847/http://arts.nationalpost.com/2011/05/13/recaps-community-season-2-episode-24-for-a-few-paintballs-more/>

¹⁴ Tomado del diálogo directo del capítulo.

Como vimos previamente, *Community* se encuentra y se reconoce como parte de una tradición del género de *Sitcom* el cuál comenta y reensambla en muchos de sus capítulos, por lo que no solo habla de esta tradición sino que deliberadamente se inscribe y actúa dentro de esta con una metanarrativa referencial, a la vez que creadora, de la cuál bebe para recrear momentos típicos de la *Sitcom* y para establecer cómo la televisión puede incluso ir más allá de la representación y creación de identidad, y pasa a establecer una realidad que se pretende recrear en tanto sujetos cotidianos parte de dinámicas *parecidas* a la presentada en este programa televisivo. Así, Abed logra seducir a Annie actuando como *Don Draper* en *Mad Men*¹⁵ (Temp. 1, ep. 17) y logra resolver sus traumas emocionales a través de una película navideña (Temp. 2, Ep. 11). También se resalta como Britta y Annie miran a la cámara a la manera de Jim en *The Office US*, en *Wedding Videography* (Temp. 6, Ep. 12), capítulo grabado en el formato de falso-documental, e incluso personifican a Aubrey Plaza, protagonista en *Parks And Recreation*, grabada también en este formato y creada por el mismo responsable de *The Office US*, en un juego previo a la boda a la que asistirán los personajes.

A través de los formatos, los tropos y el señalamiento directo de dinámicas de *Sitcom* es que *Community* se inscribe y revive la tradición de la que hace parte, guardando dentro de sí toda una historia de lo narrativo-audiovisual en estados unidos y mostrando cómo la referencialidad de estas series revive y señala una evolución diacrónica de su contexto.

Evolución de la conformación y el concepto de familia

La moralización de las *Sitcoms* ocurre primeramente en la concepción de lo que es el núcleo familiar. El mismo Barbero (1991) explica que “la mediación que la cotidianidad familiar cumple en la configuración de la televisión no se limita a lo que puede examinarse desde el ámbito de la recepción, pues inscribe sus marcas en el discurso televisivo mismo.” (pág. 234). Los inicios de la *Sitcom* con *I love Lucy* establecían el modelo nuclear de familia americana ideal y los roles que cada actante de la familia ocupa en la casa, como expone Valerie Reimers (2003), en tanto la televisión moldea la cultura tanto como la cultura moldea la televisión (pág. 114), Reimers estudia la representación de los roles en las *Sitcoms* americana clásicas y compara diferentes casos para cada actante familiar.

¹⁵ Serie en la que, además, estuvo Alison Brie:
<https://twitter.com/communitytrivia/status/1316180838908940289>

Así, surgen una sucesión de comedias familiares parecidas entre sí que conservan el formato moralizante de la *Sitcom* tradicional, reforzando concepciones familiares hegemónicas a la vez que la representación social evoluciona, como es el caso de *All in the Family* y sus sucesores como *The Jeffersons*, que, sin embargo, ya presenta una evolución hacia la familia nuclear al presentar un elenco afroamericano como la familia protagonista. Luego suceden otras *Sitcoms* donde a la familia nuclear se le mezclan otros elementos que permiten pensar en la mixtura del concepto, como lo son *The Fresh Prince of Bel-Air*, *Full House* y la más reciente *Two And A Half Men*. Aun así, *Sitcoms* animadas más modernas siguen jugando con sus posibilidades desde la familiar nuclear base, el caso de *The Simpsons*, *American Dad* y *Family Guy*; entre otros.

Esta mixtura sigue teniendo como base de la estructura familiar la consanguinidad, concepto que se ve minado por el advenimiento de la que sería un quiebre en la historia de las *Sitcoms*: *Friends*. La serie que popularizó la *hangout comedy* abre las puertas con este concepto a un desplazamiento de lo que significa la familia, desde el *piloto* Rachel es recibida como integrante de un grupo conformado de manera ciertamente familiar y dentro del cual se apoyan el uno al otro en tanto, dentro de este contexto adulto-joven donde los personajes son independientes y el contacto con la familia biológica es casi nulo, las tradiciones, las enseñanzas y los mismos planes giran en torno del grupo de amigos que hace las veces de familia adoptiva en la adultez.

Esto es una cuestión generacional que establece la *Sitcom* y que además marca a su vez una generación y un estilo de vida regular que tiende a ser, incluso, un estereotipo transnacional. Bien expresan los testimonios del especial de HBO (Winston, 2021) como se popularizó la idea de un café a lo Central Perk para reunirse y vivir situaciones *como de la serie*. Pero el especial de HBO nos deja ver algo aún más importante, algo que Martín Barbero llama *simulación de contacto*: La ficción se inmiscuye en la cotidianidad y la rutina (pág. 240) y hace parte de la privacidad. El espectáculo hace parte de la familia y, en algunos casos, puede sustituir a la misma. Explica Picone (2014) que *Friends* tuvo en cuenta a toda una generación que creció con la televisión, por lo que “while previous *Sitcoms* had you sit and watch these characters, *Friends* made it feel like you were there in the coffee shop hanging out with them” (ibid.).

Esta irrupción de parte del espectáculo televisivo en la realidad cotidiana crea el ambiente en el que se pueden enmarcar los programas de televisión dentro del concepto de *comfort show*, pues ya explicaba Castle (2019) que “Particular programmes and viewing routines are appreciated then for their continuity and dependability, for providing characters who 10 come to feel like friends (or family) and worlds as familiar as home.” (pág. 10). Dentro de las características de estos *comfort shows*, Castle resalta la constancia y la longevidad de los programas de televisión. Esto nos permite llegar entonces a la que, en estos momentos, es a la vez *comfort show* y *Sitcom* familiar que recoge el estado actual en el que se puede encontrar a la familia americana: *Modern Family*.

La simulación de contacto en esta *Sitcom* es completa: el narrador, animador o mediador entre la cotidianidad dispersa y la familia (Barbero, pág. 240) se presenta en las explicaciones y pensamientos que dan los personajes, a veces individualmente y a veces en conjunto, en el formato de falso documental que maneja la serie. En su estructura, el concepto familiar admite una evolución dentro de sí misma desde su título (*Modern*), en tanto la serie sigue tres núcleos familiares: un padre y una madre con dos hijas y un hijo; un patriarca de la tercera edad, su segunda esposa, considerablemente más joven que él, y su hijo, ambos colombianos en USA, y un posterior hijo biológico de estos dos padres; y dos padres, una pareja gay, con su hija adoptiva, una niña asiática.

Migración, homosexualidad, barreras culturales, embarazos adolescentes y conflictos familiares propician la integración familiar, la unión fraternal y la concepción de familia dentro de y más allá de la relación de consanguinidad bajo una premisa simple: familia es familia. Esta premisa es aún más visible en las moralejas que dan de manera explícita al final de los episodios a manera de monólogo algunos personajes durante las primeras temporadas y que concluye en el último capítulo de la serie con una escena de la familia unida prometiéndose tenerse y contar con el otro aún en la lejanía. Las tres familias evolucionan hacia la unión familiar a través del conflicto y el contacto constante.

Modern Family es la contemporaneidad de las *Sitcoms* familiares que nos muestra cómo estas series pueden presuponer y predicar una norma familiar aun atendiendo al cambio dentro de lo que *es* la familia. Al final, nos dice la serie, la familia son aquellos que están con nosotros y nos conocen, nos comprenden y nos aceptan. Esta serie modela un tipo de unidad familiar que si bien dista de *Friends* donde los amigos reemplazan a la familia, tiene de base

los mismos valores para una cotidianidad doméstica. Cómo es (y debe ser) una familia, una familia *moderna*, es algo que se nos sugiere desde la tipificación que para los personajes propone el título y en las moralejas de cada episodio. Así como las otras antes, esta serie guarda una suerte de registro de cómo es la conformación familiar y qué valores subyacen, supuestamente, la unión familiar estadounidense, independiente de la estructura de esta.

Identidad y representación de grupos a través de estereotipos y contextos¹⁶

Ya se ha visto cómo se constituye una identidad a través de los medios, esto permite poner de manifiesto como establecen las comedias situacionales un imaginario contextual de la sociedad que se representa, siempre que esta sea puesta de manifiesto, y que permite la creación de una identificación y sentido de pertenencia respecto a los habitantes de este contexto, del cual la comedia creará una representación que puede ser territorial, cultural o política. Esta representación no solo habla de sus habitantes, sino de las concepciones que estos tienen de los habitantes de contextos ajenos, es decir: cómo ven los habitantes de un espacio territorial, cultural o político a los habitantes de otro contexto.

El contexto territorial tiene que ver con las dinámicas pertinentes a los habitantes de un territorio o frontera geopolítica definida, como sucede con la vida de pensionado en Florida, como es visto en *Modern Family* y en *Seinfeld*, donde, en ambas series, los padres de alguno de los protagonistas (Phil Dunphy en *Modern Family* y Jerry Seinfeld en *Seinfeld*) viven en este estado como parte de su retiro; o con la visión de Jay (Ed O'Neill) de lo latinoamericano, donde la diferencia entre Colombia y México viene a ser nula. Ya entrando en lo latinoamericano, también entra en este imaginario territorial la escena de IASIP donde Frank (Danny Devito) pasa una temporada en Colombia y se le ve encerrado y sudado en una habitación con una ambientación selvática, casi vacía y rústica, trabajando como “catador de cocaína” (Temp. 7, Ep. 5). Estas series ponen de manifiesto la relación que hacen los personajes de su territorio con las dinámicas inherentes a este tanto como la relación que hacen de los territorios ajenos con las realidades que en estos se desarrollan.

Lo cultural, por su parte, se relacionará con referentes y espacios comunes creados y ratificados por los medios, con las tradiciones y costumbres y con lo considerado como

¹⁶ Dentro del *contexto* se incluye el imaginario territorial, la ya mencionada tradición de las Sitcoms, la temática que hace las veces de eje la serie (especialmente en las *workplace Sitcoms*) y los eventos históricos relativos a la cultura de la serie en cuestión

normal, entendido como comportamiento común y esperable dentro de una comunidad que va desde lo local hasta lo regional. Así, la familia latina en *Modern Family* es numerosa, los indios que residen en la USA de IASIP son directores cinematográficos (Temp. 9, Ep. 9) y los mexicanos en *La Familia P.luche* son todos seguidores de algún equipo de fútbol nacional, estereotipo que se extiende, sino a lo latinoamericano, a lo argentino con el fanatismo de Excelsa hacia el Boca Juniors.

Sin embargo, el contexto cultural puede ser expandido a aquellas subculturas o grupos que van más allá del concepto de nación y que se relacionan directamente con costumbres o dinámicas propias de un tipo de personas, ejemplos de este contexto (sub)cultural se encuentran en *Disjointed* y en el personaje de Hayley (Sarah Hyland) en *Modern Family* representado el arquetipo del *Stoner*, personaje que hace parte de la *Cannabis Culture* (que se puede traducir al español como el *marihuanero*), tanto como en el ya mencionado *Womanizer* de *Friends* (Joey), HIMYM (Barnie), *Two and a half Men* (Charlie) e IASIP (Dennis); o, más importante, la representación LGBTI en Mitchell y Cameron (*Modern Family*), en la indefinida identidad sexual de Craig Pelton (Jim Rash, *Community*) y en el descubrimiento sexual de Mac (IASIP). Estas representaciones son especialmente importantes porque, como escribe Calvacante (2015) “This symbolic intervention manages the cultural anxiety generated by LGBT issues and themes by normalizing gay characters and channeling cultural anxiety away from them.” (pág. 455).

Lo político es más delicado. Se trata de aquello competente al imaginario cultural determinado dentro de un territorio-nación consolidado, y que es creado a partir de los espacios comunes que de esta presentan los medios para la creación del estado y que les permite contraponerse a otros estados-nación.

Por esto, los espacios comunes nacionales pueden ser armas de colonización cultural en tanto la reafirmación identitaria de lo que es ser estadounidense (o en sus propias palabras *americano*) en estos programas está usualmente acompañado de una romantización del americanismo, como ocurre en HIMYM (Temp. 5, Ep. 5) donde se resalta la espontaneidad americana que logra convencer a una Robin (Cobie Smulders) de obtener una doble nacionalidad, celebración encontrada también en la arquetípica libertad americana como es mostrado en *One Day At A Time* cuando Lydia (Rita Moreno) decide obtener su nacionalidad americana, y que solo encuentra su contrapunto en IASIP. Expresa Charlie (Charlie Day) en

un diálogo que “We're doing him (un migrante mexicano) a HUGE favor! And do you realize how extreme this is? To go from no debt to good old-fashioned American debt? That's the way to do it.” (Temp. 4, Ep. 12): la realidad de los valores americanos es criticada, como es recurrente con los tropos de esta serie, pero existe.

La exaltación americana en estas series hace parte de un discurso que se inscribe en lo que Van Dijk expone cómo “la estrategia general de autopresentación positiva y la presentación negativa del otro” (2007, pág. 25): en HIMYM, ser americano es no tener dinero de juguete, no ser un chiste para otros países y no tener referencias pop inaportantes, como Canadá; en One Day At A Time ser americano es no estar encerrado en un estado-nación dictatorial, como el cubano; y en IASIP ser americano es estar endeudado.

Por lo anterior, se puede concluir que los estereotipos en las *Sitcoms* juegan un papel más grande que la mera caricaturización de lo real para lograr el humor, por esto explica Marcin (2011) que “When we speak of stereotypes, we mean more than just attributes ascribed to a representative of a group. Using direct attributes (whether verbal or visual) certainly is one of the ways of establishing connections with existing stereotypes” (pág. 28): los estereotipos en la *Sitcom* son también una referencia, sea a un grupo o a una realidad contextual, que sus personajes representan y que inscriben una relación para el espectador entre el susodicho grupo/contexto y su rol/comportamiento en la sociedad en que se encuentra.

Televisión contemporánea colombiana: necesidades

Novelas biográficas, realities y ausencia de otras historias

Ya se ha hablado de cómo la telenovela, como género rentable en la televisión colombiana privatizada de los noventa en adelante, desplazó toda narrativa televisiva presente en el prime time. Es entendible como la telenovela, con su lenguaje sencillo y su solemnidad dramática de lo cotidiano, se convirtió en el género por excelencia de toda una región atravesada primero por la conquista y la reconstrucción y después por la falta de una identidad independiente en un contexto posmoderno que, menciona Moraña (1998), obliga al sujeto latinoamericano a buscar “un espacio alternativo descentrando los parámetros del gusto, el valor, y la pragmática burguesa, y anunciando en la narrativa cultural del continente el protagonismo de un personaje colectivo largamente elaborado, desde todos los frentes culturales y políticos: la masa, el pueblo, la ciudadanía, el subalterno” (pág. 215).

El protagonista de telenovela es, en este espacio, el héroe cómo abanderado de los valores del pueblo y representante de lo subalterno; razón de que las telenovelas en su mayoría, como *Pasión de Gavilanes*, *María, la del Barrio* y *Betty, la fea*, entre muchas, encuentren su éxito en un (o unos) personaje(s) protagonista(s) que asciendan social y moralmente desde una posición de desventaja y subalternidad hasta hacerse parte relevante de la sociedad que habitan. Es por esto por lo que, de la telenovela, “Especialmente, de la telenovela colombiana puede decirse que sabe armonizar muy bien los intereses comerciales de la industria de la televisión y los requerimientos sociales del público.” (Cisneros Estupiñán, 2011, pág. 251).

Sin embargo, la narrativa telenovelesca ha sido el referente de la televisión colombiana por tanto tiempo que su agotamiento se pone de manifiesto en uno de sus subgéneros que, para el panorama nacional, corresponde a uno de los más importantes: la telenovela biográfica.

La telenovela biográfica es una forma narrativa que toma elementos y referentes reales e inscribe dentro de estos sucesos y situaciones ficcionales para atraer al público expectante de conocer las peripecias de sus referentes culturales más reconocidos. Frente a la telenovela común, la novela biográfica suele carecer de la

dimensión de responsabilidad social que (...) se convierte en el indicador de su valía y el garante de su legitimación. Incluso, parece que a la telenovela se le ha endilgado una cierta función de educar y transmitir valores morales, sociales y democráticos en boga. (Cisneros Estupiñán, 2011, pág. 249)

Se podría decir que la telenovela biográfica como subgénero de las telenovelas adquiere popularidad en Colombia con *Escalona* en el 91. Ambientándose en la Valledupar que habitó y vivió el maestro Rafael Escalona, la telenovela recrea la ciudad de entre los 40 y los 70 con todas sus instituciones, dinámicas y con un componente musical que señala y se re-populariza, en la voz de su protagonista y cantante Carlos Vives, las canciones de uno de los pioneros del vallenato. A partir de esta, se crea una tradición de novelas biográficas que a partir de la segunda década del 2000 que el periódico Nuevo Siglo bautizó como “el boom de la telenovela biográfica” (López, 2017) y de la que se derivan programas como *Diomedes*, *el cacique de la junta* y *Rafael Orozco, el ídolo*; y con producciones que se mezclan con el subgénero de la narconovela, tratado en el próximo aparte, como *Pablo Escobar, el patrón del mal*.

La decadencia de la telenovela biográfica inicia con el fracaso en rating que fue la emisión de *El hijo del Cacique* en 2019, novela sobre la vida de Martín Elías, que volcó a los televidentes a ver la segunda versión de *Café, con aroma de mujer* en RCN que, previa al estreno de la novela del cantante, era considerada un fracaso, y que sigue siéndolo en el rating nacional como muchas otras producciones actuales en el prime time ya que, como se menciona en un artículo de Las 2 Orillas al respecto, “una producción nueva emitida en prime time debe tener como mínimo 12 puntos de rating para no caer en la categoría de bajo desempeño según los estándares de Ibope.” (Robledo, 2021).

Junto a las telenovelas biográficas, en la franja televisiva se alza el *Reality Show*, otro fenómeno de la televisión colombiana que hace parte de las dinámicas puras del espectáculo. Sin seguir una narrativa fija y sin apuntar a ningún aspecto de la sociedad, el *reality* permite, en el caso colombiano de *Yo me Llamo* o *El Desafío*, establecer un discurso de superación que reafirma la responsabilidad individual dentro de las problemáticas nacionales dentro del cual los concursantes suelen ser personas resilientes que vienen de las más difíciles condiciones a buscar la realización y la comodidad en el mundo del espectáculo. Las tomas de largas filas y los continuos rechazos a los cansados concursantes en las audiciones son solo una reafirmación del discurso en el que la constancia y el esfuerzo son la base para conseguir la realización personal y el mejoramiento del status social en el que se suelen encontrar los concursantes.

Estos dos tipos de programas, que hoy en día lideran la franja televisiva¹⁷, son solo acompañados en su rating por la retransmisión de *Nuevo Rico Nuevo Pobre* y las noticias, dejando explícita la ausencia de cualquier tipo de narrativa original y novedosa en la televisión colombiana, y mostrando cómo incluso la hegemonía de la telenovela ha decantado en la exportación de las novelas turcas y la cesión del tiempo en pantalla a la absoluta falta de narrativas nacionales contemporáneas, todo en pos de la predominancia del drama, característica que cruza todos los programas, incluyendo las noticias, en la televisión colombiana.

¹⁷ Como reporta IBOPE media en su cuenta de Twitter el 17 de febrero de 2022. Tomado de: https://twitter.com/K_IBOPEMediaAL/status/1494658026678198280

La Reina del Flow y la actualidad de las narconovelas

Las pocas veces que la franja televisiva colombiana es subvertida de sus reencauches y realities suele deberse al estreno o transmisión de una narconovela.

Las narconovelas son el subgénero de la telenovela que se enfoca en los problemas y conflictos causados por y alrededor del negocio ilícito de las drogas. A partir de Omar Rincón, Sandino García (2017) explica que las narconovelas “son una narrativa de la televisión colombiana sobre “lo nacional” (pág. 139) y relaciona la narco estética con el dorado mítico, configurando una visión de las narconovelas según la cual “El dorado como relato ficcional ejerce un papel catalizador y de regulación social que nos permite añorar que en el país del sagrado corazón y del divino niño se puede escalonar y ascender de clase social.” (pág. 140).

Por consiguiente, las narconovelas representan una realidad y problemática histórica en principio y su éxito la convierte en la narrativa de exportación predilecta, creando un estereotipo a partir del género en la cual, eventualmente, con la evolución de los elementos de acción y la concepción de esta como parte de la realidad latinoamericana, amén de ser series que giran alrededor de una situación "típica" en Latinoamérica; crean una relación de lo colombiano con el narcotráfico y termina olvidándose de la realidad base del problema y condicionando la realidad ficcional a ese narco-conflicto que es el foco de interés para el espectador.

Al ser éstas el tipo de serie de origen nacional de más consumo en el exterior, obligan al espectador ajeno a la cultura nacional a relacionarse y acercarse a esta a través de una glorificación y normalización de la narco-cultura creando una imagen externa de narcoestado que no es contrastable con otras narraciones exportadas puesto que, como se vio previamente, no existen. A pesar de esto, la repetición de la fórmula por sí sola empezó a modificarse hacia la búsqueda de nuevas formas de seguir causando el impacto televisivo de la temática narco sin abandonar el terreno de la telenovela, adoptando elementos de la realidad cultural y acercándose a la otra única narrativa exitosa en el país, como lo es la novela biográfica, creando el referente del estado moderno de la narconovela: *La Reina del Flow*.

El programa producido para Caracol en 2018 toma la protagonista subalterna de la telenovela y la mezcla en el mundo de la música urbana y el narcotráfico de Medellín, atravesado por una historia de amor y venganza para con el antagonista. En este programa,

como sucedió con la comedia en su hibridación, la temática narco se vuelve una característica de la telenovela y la musicalidad hace presencia de la misma forma en que lo hacía en las telenovelas biográficas. Aunque reforzando la construcción de realidad atravesada inevitablemente por el narcotráfico, *La Reina del Flow* logra sumergir al espectador en su recreación ficticia del mundo de la producción musical y los artistas contemporáneos. Esta inmersión en el mundo musical no es de gratis: con Medellín siendo considerada la capital productora de Reggaetón y música urbana, el imaginario creado alrededor del territorio y sus dinámicas es tomado por la novela como punto de partida.

Aquí, como en la *Sitcom*, la realidad crea una relación contextual que la serie refuerza y devuelve con su aproximación artística, también como una característica que da pie a la narración central, el drama de amor entre los protagonistas. A pesar de esto, la relación entre lo ficticio y lo real se distancia de lo cotidiano por la condición novelesca del programa, planteando el imaginario alrededor del territorio, pero alejándolo de la vida común.

El estado de la narconovela, si sigue el camino abierto por *La Reina del Flow*, permite la exploración de posibilidades que agregaran la narco-cultura más como una característica subyacente a las narrativas territoriales y su contexto social que como un eje temático central.

***Sábados Felices* y otros vestigios de la comedia en Colombia**

A pesar de la versatilidad de la telenovela en la creación de estereotipos, representaciones y variedades de subgéneros, la cercanía a lo cotidiano y la representación que ofrece la comedia, expuesta a lo largo de este trabajo, es un vacío que la existencia de esta como una mera característica no logra suplir y que obliga al espectador a volcar sus imaginarios y el *comfort* del ritual televisivo a las producciones extranjeras de este género. La solemnidad y las restricciones narrativas de la telenovela, dadas por su composición, que obliga a seguir la historia del protagonista en búsqueda y obtención del objeto de deseo y de la resolución de las diferentes subtramas que como consecuencia de esta búsqueda puedan surgir y que fuerzan al seguimiento de una trama continua, se contraponen a lo episódico y reconfortante del *Comfort Show* de Castle (2019) y a lo cotidiano e íntimo del ritual moderno de Han (2020).

Tampoco permite la telenovela, por su narrativa constreñida y seria, la puesta en primer plano y crítica de los estereotipos y realidades que alrededor de esta entren en juego y que permitan al espectador preguntarse por la naturaleza de los tipos y tropos que en esta

se traten, en tanto el melodrama se ve inevitablemente cruzado por temáticas trascendentales como el amor, la traición, etc.; que impiden también la identificación e inscripción del televidente dentro de la narración en cuestión, cosa que sí permite la comedia.

La comedia colombiana entonces necesita aparecer en la televisión, como lo hicieron sus exponentes en los 80 y 90, para posibilitar la creación de situaciones, narraciones, personajes y escenarios donde el ciudadano de a pie pueda verse inscrito y representado sin necesidad de verse envuelto en una búsqueda del amor o del sentido y que pueda seguir sin necesidad de comprometerse de lleno dentro de su ritual/*comfort* diario. Bajo esta premisa, el único referente de la comedia televisiva en la actualidad, *Sábados Felices*, se queda más que corto.

Perteneciendo a su propia tradición de chistes y gags aislados, sin creación de espacios comunes e impidiendo, por su misma composición, una intertextualidad entre este y otros programas fuera de la parodia que, muy ocasionalmente, aparece para ridiculizar aquello que sea tendencia en el prime time; el programa va perdiendo cada vez más rating (Tendencias El Tiempo, 2021) ante la estaticidad de un formato desgastado en el cuál la comedia no fluye a través de una historia, representación o contexto más allá de aquello que exista entre el inicio y el final de cada performance y que constriñe la existencia de la crítica o la sátira dentro de sí. Hay más: no existe un acercamiento a temas sensibles, no hay una reconstrucción de la identidad nacional, local o cultural, no hay tampoco un discurso establecido frente a una realidad concreta, ni una ficcionalización de la realidad de ningún tipo que permita inscribir lo contado dentro de la normalidad del día a día y, más importante, no crea espacios o lugares comunes para la conversación y representación del ciudadano común, ya que el ser humano necesita espacios para conversar y los medios son los garantes de esos lugares comunes en los que coinciden.

Ahora, vale preguntarse a partir de esta disertación: ¿es necesaria la *Sitcom* para que la conversación dada sea alrededor y sobre el contexto común del espacio cultural colombiano? Estrictamente no, pero por todo lo expuesto anteriormente, el momento histórico en el que se encuentra el país dada la falta de una representación irónica que se acerque a la vida del común y que se inscriba en la ritualidad del día a día a través de la ridiculización de estereotipos renovados y realidades fundamentadas por imaginarios, el formato extranjero sirve a este propósito como punto de partida para una evolución propia,

como sucedió con el paso del *Chavo del Ocho* a *La familia Peluche* que desembocó en la actual comedia dramática *Club de Cuervos* en México; y que serviría para inmiscuir la obra producida en el panorama de la comedia global que adopta el formato como hegemónico en su distribución.

Aun así, el seguimiento y la concepción de una *Sitcom* en Colombia tendría que incluirse en una tradición que lleva ya veinte años desaparecida. Realizar un acercamiento a los estereotipos en Colombia para y de la televisión tiene solamente dos vías: Una es acercarse a los ya establecidos en las comedias del siglo pasado, la otra es mirar que se puede encontrar en la televisión actual.

Si se toma la primera vía, se encuentra por ejemplo el ciudadano humilde y trabajador que no se deja vencer de la adversidad y siempre trata a todos con la mayor amabilidad posible, característica que va relacionada de manera innata a su crianza en un pueblo o su procedencia de la clase baja y contrastada con su experiencia en la ciudad, establecido por el protagonista de *Don Chinche* (Hector Ulloa) y que se va a quedar como un estereotipo del héroe y protagonista de la telenovela humorística como sucede con Brayan Galindo (Jhon Alex Toro) en *Nuevo Rico Nuevo Pobre* o con Pedro Coral (Miguel Varoni) en *Pedro el escamoso*, también es rastreable la conformación de la familia colombiana citadina clase media en la familia Vargas en *Dejémonos de Vainas* y que ha encontrado su camino hasta la conformación nuclear encontrada, y modificada solo en las características individuales de cada personaje, en la familia Reyes en *Los Reyes*, serie que inscribe en su trama familiar la transición pobreza-riqueza, otro tropo típico en la novela humorística, como también sucede en *Nuevo Rico Nuevo Pobre*, *Vecinos* o como es visto en la protagonista de *Yo Soy Betty, La Fea*. La identidad y representación de grupos, por otra parte, no llega a consolidarse nunca en la comedia colombiana, ya que esta se queda entre la comedia familiar y la *workplace comedy*, como ocurre en *Vuelo Secreto* y en cierta medida en *Romeo y Buseta*. Es precisamente por este anacronismo en los estereotipos que la identidad nacional para las adaptaciones de *Los Años Maravillosos* y *Casados Con Hijos* no funciona dentro de lo que proponen Brett y Mills (2004) para *The Office US* en ninguna medida.

La segunda vía encuentra referentes en programas como *The Suso's show* que caricaturiza el tipo creado por *Don Chinche*. Fuera de esto, y atendiendo a la aleatoriedad de los performances en *Sábados Felices*, a que ya se trató lo presentado en *La Reina del Flow* y

a la ya resaltada falta de narrativas televisivas, por esta segunda vía no se llega al encuentro de ningún estereotipo, así como tampoco de ninguna nueva narración en la televisión.

Por todo lo expuesto, una *Sitcom* en Colombia se hace necesaria no solo dentro del contexto actual, sino para preservación y consulta en un contexto futuro de su realidad cotidiana, audiovisual, narrativa e histórica. Y seguirá creciendo, amén de la colonización cultural establecida por las ya analizadas series estadounidenses, la deformación identitaria que la cultura colombiana sufre y que obliga a que su único personaje estereotípico en la televisión, el Suso, a tener un programa cuyo título está escrito en inglés.

Conclusiones

La televisión colombiana atraviesa un momento de monotonía narrativa donde la parrilla de televisión dominante está conformada por telenovelas de dos tipos (narconovelas y novelas biográficas), realities y retransmisiones de novelas viejas exitosas donde la comedia parece no existir y en consecuencia la mirada crítica de estos programas, tanto como de la televisión en sí misma, es nula. Esto deja el espacio abierto para que la sintonía televisiva de los colombianos se vea abordada por producciones extranjeras, mayormente estadounidenses, que ejercen un influjo cultural sobre los televidentes a través de las distintas dinámicas y relaciones que se dan entre espectador-espectáculo.

Así, las estructuras de las comedias situacionales estadounidenses, que configuran casi por entero el panorama de la comedia a nivel mundial y cuyos niveles de rating en sus exponentes más importantes las convierten en verdaderos hitos culturales a nivel mundial, determinan dinámicas de representación y colonización cultural dependiendo de si son vistas por los habitantes del contexto en que éstas se desenvuelven o habitantes de contextos ajenos.

Las formas discursivas y las estructuras narrativas que las comedias situacionales utilizan para representar su realidad local funcionan entonces para el registro, la preservación y el entendimiento de los cambios en su cultura, sus referentes y sus actantes. Tras el análisis de estas estructuras es entendida la necesidad de la creación de una comedia en este formato en Colombia frente a la decadencia de su único referente humorístico, que es *Sábados Felices*, y la nula representación que la realidad cotidiana cercana al televidente existe en la televisión colombiana contemporánea.

La agrupación de los aspectos funcionales del formato de comedia situacional en el contexto colombiano necesita complementarse con las teorías expuestas sobre las dinámicas

televisivas en tanto muchos de estos aspectos van relacionados a la condición de estos programas de ser expresión moderna de los rituales, a la posibilidad de volverse o conformarse como *comfort shows* para sus espectadores y al proceso de relación que las referencias en estas comedias crean.

Queda entonces el resultado de la investigación como una reafirmación y condensación de aquellos aspectos de estas series extranjeras que deforman la propia identidad cultural, que moldean la representación en la televisión a falta de una local, y que puntualiza las necesidades en la parrilla televisiva colombiana de traer de nuevo a la vida la comedia o, por lo menos, narrativas que disten de las producciones aquí expuestas como predominantes, que son los *realities*, las novelas biográficas y las narconovelas; sin caer de nuevo en el juego de la modificación característica de estas categorías de series, por lo demás, desgastadas.

Referencias bibliográficas

- AGUILAR, L. A. (2004). La hermenéutica filosófica de Gadamer. *Revista Electrónica Sinéctica*(24), 61-64.
- Álvarez Berciano, R. (1999). *La comedia enlatada: de Lucille Ball a Los Simpson*. Barcelona: Gedisa.
- Barbero, J. M. (1991). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili S.A. .
- Beeden, A., & de Bruin, J. (2010, Enero). The Office: Articulations of National Identity in Television Format Adaptation. *Television & New Media*, 11(1), 3-19. doi:10.1177/1527476409338197
- Berman, R. (1987). *Sitcoms*. *The Journal of Aesthetic Education*, 21(1), 5-19.
- Bonaut, J., & Grandío, M. D. (2009). Transgresión y ruptura en la creación del humor en la nueva *Sitcom*. In P. Fernandez Toledo, *Rompiendo moldes. Discursos géneros e hibridación en el siglo XXI* (pp. 32-49). Sevilla: Comunicación Social S.C.
- Bonaut, J., & Grandío, M. D. (2009). Transgresión y ruptura en la creación del humor en la nueva *Sitcom*. In P. Fernández Toledo, *Rompiendo moldes. Discursos géneros e hibridación en el siglo XXI* (pp. 32-49).
- Caracol Televisión. (2021, Agosto 18). *Programación HD de Caracol Televisión*. Retrieved from Programación HD Colombia: <https://www.caracoltv.com/programacion>

- Castle, K. (2019). *Comfort TV: considering everyday television use as a mode of self-care*. Glasgow. Retrieved from <https://theses.gla.ac.uk/75058/1/2019CastlePhD.pdf>
- Cavalcante, A. (2015). Anxious Displacements: The Representation of Gay Parenting on Modern Family and The New Normal and the Management of Cultural Anxiety. *Television & New Media*, 16(5), 454-471.
- Cembranos Díaz, F. (2004). Televisión, interacciones sociales y poder. *Psychosocial Intervention*, 13, 21-37. Retrieved from <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179817825002>
- Cisneros Estupiñán, M. (2011). LENGUAJE Y SOCIEDAD EN LA TELENOVELA COLOMBIANA DEL SIGLO XXI. In R. Ávila, *Variación del español en los medios* (1 ed., Vol. 11, pp. 247-266). El Colegio de México. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/j.ctv6mtd9s.16>
- Coffey, A., & Atkinson, P. (1996). *Encontrar el sentido a los datos cualitativos: Estrategias complementarias de investigación*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Coffey, A., & Atkinson, P. (1996). Encontrar el sentido a los datos cualitativos: Estrategias complementarias de investigación. (U. D. Antioquia, Ed.)
- Coutts-Smith, K. (2002). Cultural Colonialism. *Third Text*, 16(1), 1-14. doi:10.1080/09528820110120678
- Dankhe, G. (1989). Investigación y comunicación. In C. Y. Fernandez, *La comunicación humana: ciencia social* (pp. 385 - 454). México: McGraw Hill.
- Eco, U. (1984). *Apocalípticos e Integrados* (Séptima ed.). (A. Boglar, Trans.) España: Lumen.
- Faichney, G. (1990). Soaps and *Sitcoms* as Socialization: The Role of Television in Citizenship Education.
- Han, B.-C. (2017). *La sociedad del cansancio* (Segunda edición ampliada. ed.). Herder Editorial.
- Han, B.-C. (2020, Junio). *La desaparición de los rituales*. Retrieved from <https://ethic.es/2020/05/byung-chul-han-la-desaparicion-de-los-rituales/>
- Karam, T. (2011). Introducción a la semiótica de la imagen. *Lecciones del portal. Portal de la Comunicación InCom-UAB*.

- López, D. (2017, Julio 16). El boom de la telenovela biográfica. *EL NUEVO SIGLO*. Retrieved Febrero 15, 2022, from <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/07-2017-el-boom-de-la-telenovela-biografica>
- Marcin, J. (2011). *Sitcoms: A Case for Stereotypes*. *XLinguae.eu*, 3(2), 27-29.
- Mares, M.-L., & Braun, M. T. (2013). Effects of Conflict in Tween *Sitcoms* on US Students' Moral Reasoning About Social Exclusion. *Journal of Children and Media*, 7(4), 428–445. doi:10.1080/17482798.2013.785972
- Martínez Vizcarrondo, D. E. (2006, Agosto). Análisis macroestructural semántico del discurso de la prensa latinoamericana digital sobre los ataques del 11 de septiembre. *Opcion*, 22(50).
- Mills, B. (2004). Comedy verite: contemporary *Sitcom*. *Screen*, 63-78.
- Moraña, M. (1998). El boom del subalterno. *Cuadernos americanos*, 1(67), 214-222.
- Morreale, J. (2000). *Sitcoms Say Goodbye: The Cultural Spectacle of Seinfeld's Last Episode*. *Journal of Popular Film and Television*, 108-115.
- Netflix, Inc. (2022, Enero 9). *Top 10 de Netflix por País: Colombia*. Retrieved from Netflix Top 10: <https://top10.netflix.com/es/colombia/tv.html>
- Pamplona Beltrán, C. (2016). *Los sentimientos en la televisión colombiana. Verdades y mitos sobre el proceso de hibridación entre comedia y telenovela*. Bogotá.
- Pérez Cárdenas, J. C. (2009). *LA COMEDIA COLOMBIANA: DEL ÉXITO AL OLVIDO*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Picone, J. (2014, Septiembre 22). *Evolution Of The Sitcom: How Friends Invented The Hangout Comedy*. Retrieved from New York Film Academy: <https://www.nyfa.edu/student-resources/evolution-of-the-Sitcom-how-friends-invented-the-hangout-comedy/>
- RCN televisión. (2021, Agosto 18). *Programación del Día*. Retrieved from Canal RCN.com: <https://www.canalrcn.com/programacion/>
- Real Academia Española. (2022, Enero 18). *Referencia | Definición | Diccionario*. Retrieved from Diccionario de la Lengua Española | Referencia: <https://dle.rae.es/referencia>
- Reimers, V. (2003). American Family TV *Sitcoms: The Early Years to the Present*. *Cercles*, 114-121.

- Rincón, O. (2015, Julio 7). Omar Rincon: El humor en la TV y en las redes sociales. (C. F. Chamorro, Interviewer) Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=yYPgduhTZ4M&ab_channel=Confidencial
- Robledo, A. (2021, septiembre 16). El fracaso de la novela de Martín Elías revivió a 'Café con aroma de mujer'. *Las 2 Orillas*. Retrieved from <https://www.las2orillas.co/el-fracaso-de-la-novela-de-martin-elias-revivio-a-cafe-con-aroma-de-mujer/>
- Rosenkoetter, L. I. (1999). The Television Situation Comedy and Children's Prosocial Behavior. *29(5)*, 979–993. Retrieved from 10.1111/j.1559-1816.1999.tb00135.x
- Royle, N., & Bennett, A. (2009). Laughter. In N. Royle, & A. Bennett, *An introduction to Literatura, Criticism and Theory* (Cuarta ed., pp. 96-105). New York: Pearson Education Limited.
- Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Sandino García, A. (2017). El amor en tiempos de narcotráfico. Estudio interpretativo de las narcotelenovelas. In A. S. Dimas, *Relatos sobre la cultura y el amor romántico* (pp. 139-150). CLACSO. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/j.ctvtxw2cq.8>
- Segura Oliva, J. M. (2018). Community: la hibridación de géneros a través de la metaficción y el homenaje.
- Silva Arévalo, E. (2005). Paul Ricoeur y los desplazamientos de la hermenéutica. *Teología y Vida*, *46*, 167-205.
- Tendencias El Tiempo. (2021, septiembre 15). 'Alerta', indignado por el rating de 'Sábados Felices', pide que le den fin. *El tiempo*. Retrieved Enero 13, 2022, from <https://www.eltiempo.com/cultura/gente/alerta-pide-que-le-den-fin-a-sabados-felices-618092>
- Van Dijk, T. A. (2007). Análisis del discurso ideológico. *Versión. Estudios de comunicación y política*(6), 15-43.
- Wells-Lassagne, S. (2012). Transforming the traditional *Sitcom*: Abed in Community. *TV/Series [Online]*(1). doi:<https://doi.org/10.4000/tvseries.1560>
- Winston, Ben. (2021). Friends: the reunion. HBO max.
- Wu, Y.-w., & Chen, Y. (2010). Humor Strategies in the American *Sitcom*" Friends": An Empirical Study with Reference to Grice's Cooperative Principle. *National Pingtung University of Education*, 54-71.

Series de televisión

- (1972-2022). *Sábados Felices* [espectáculo de variedades]. Caracol Televisión.
- (1988-1994). *Te quiero pecas* [serie]. RCN Televisión.
- (2007-2015). *Mad Men* [serie]. Weiner Bros, Slivercup Studios & Liongaste.
- Alexander Kiblisly & Julián Elfenbein (Productores). (2008). *La ofis* [Serie]. Canal 13
- Angelli Nesma Medina. (Productora). 1995-1996. *María, La del Barrio* [Serie]. Televisa.
- Anil Gupta, Jon Plowman. (Productores). 2001-2003. *The Office (UK)* [Serie]. BBC Two.
- Armando Iannucci; Christopher Godsick; *et al.* (Productores). 2012-2019. *Veep* [Serie]. HBO
Entertainment/ Dundee Productions.
- Asier Aguilar (Productor). (2012-2013). Rafael Orozco, el ídolo [Serie]. Caracol Televisión.
- Barrera, H., González, W. & Sánchez, P. (1987-1992). *Romeo y Buseta* [serie]. Tevecine.
- Bill Lawrence; Courteney Cox; David Arquette. (Productores). 2009-2015. *Cougar Town*
[Serie]. ABC (2009-2012) /TBS (2012-2015)
- Carter Bays & Craig Thomas. (Productores). 2005-2014. *How I Met Your Mother* [Serie].
EEUU: Bays & Thomas Productions/20th Century Fox Television. Cadena: CBS.
- Christopher Lloyd & Steven Levitan. (Productores). 2009-actualidad. *Modern Family*
[Serie]. EEUU: 20th Century Fox Television/Lloyd-Levitan Productions. Cadena:
ABC.
- Chuck Lorre & Bill Prady (Productores). (2007-2019). *The Big Bang Theory* [Serie]. EEUU:
Chuck Lorre Productions/Warner Bros. Television. Cadena: CBS.
- Chuck Lorre; Lee Aronsohn (2003–12); Eric Tannenbaum; Kim Tannenbaum; Andy
Ackerman; Mark Burg; Oren Koules; Eddie Gorodetsky; Susan Beavers; Jim
Patterson. (Productores). (2003-2015). *Two And A Half Men* [Serie]. Chuck Lorre
Productions /The Tannenbaum Company /Warner Bros. Television.
- Crane, D. & Kauffman, M. (Productores). (1994-2004). *Friends* [Serie].
Bright/Kauffman/Crane Productions; Warner Bros.
- Dan Goor; Michael Schur; *et al.* (Productores). 2013-2021. *Brooklyn 99* [Serie]. Dr. Goor
Productions/ 3 Arts Entertainment/ Universal Television.
- Daniels, G. & Gervais, R. (Productores). 2005-2013 *The Office* [Serie]. EEUU: Universal
TV/Reveille Productions/Deedle-Dee Productions/NBC Universal
Television/Universal Media Studios. Cadena: NBC.

David Duclon; Ron Leavitt; Jay Moriarity; Mike Mulligan; Don Nicholl; Michael Ross; George Sunga; Bernie West. (Productores). 1975-1985. *The Jeffersons* [Serie]. T.A.T. Communications Company/NRW Productions/Ragamuffin Productions/Embassy Television

David Javerbaum & Chuck Lorre (Productores). (2017-2018). *Disjointed* [Serie]. Chuck Lorre Productions; Warner Bros. Televisión.

David Salzman; Jeff Franklin; *et al.* (Productores). 1987-1995. *Full House* [Serie]. *Jeff Franklin Productions/Miller-Boyett Productions/Lorimar-Telepictures/Lorimar Television/Warner Bros. Television.*

David, L. & Seinfeld, J. (Creadores). (1989-1998). *Seinfeld* [Serie]. EEUU: West-Shapiro/Castle Rock Entertainment. Cadena: NBC.

Diego Ramírez (Productor). (2012). Pablo Escobar, el patrón del mal [Serie]. Caracol Televisión

Enrique Segoviano; Roberto Gómez Bolaños; Carmen Ochoa. (Productores). 1973-1980. *El Chavo del Ocho* [Serie]. *Canal 8 (1971-1973)/Las Estrellas (desde 1973).*

Eugenio Derbez (Productor). (2002-2012). *La familia P. Luche* [Serie]. Televisa.

Eugenio Derbez (Productor). (2005-presente). *Vecinos* [Serie]. Televisa.

FremantleMedia. (2011-2022). *Yo me llamo edición Colombia* [concurso]. *Caracol Televisión.*

Greg Daniels & Michael Schur. (Productores). 2009-2015. *Parks & Recreation* [Serie]. EEUU: Open 4 Business Productions/Deedle-Dee Productions/Fremulon/3 Arts Entertainment/Universal Television. Cadena: NBC.

Guillermo Restrepo. (Productor). 2005-2006. *Los Reyes* [telenovela]. RCN Televisión.

Harmon, D. (Creador). 2009-2015. *Community* [Serie]. EEUU: Sony Pictures Television/Krasnoff Foster Productions/Universal Media Studios (UMS)/Harmonious Claptrap/Russo Brothers/Yahoo! Studios. Cadena: NBC/Yahoo! Screen

Hugo León Ferrer. (Productor). 2003-actualidad. *Pasión de Gavilanes* [Serie]. *Telemundo Internacional/NBCUniversal International Distribution/ Caracol Internacional.*

Juan Andrés Flores (Productor). (2001-2003). *Pedro el escamoso* [Serie]. Caracol Televisión.

Kari Lizer (Productora). (2006-2010). *The New Adventures of Old Christine* [Serie]. Kari's Logo Here; Warner Bros. Television

Kari Lizer (Productora). (2006-2010). *The new adventures of old Christine* [Serie]. Kari's Logo Here; Warner Bros. Television.

Lear, N. (1971-1979). *All in the family* [serie]. *Tandem Production*.

Lizette Torres; Ricardo Coral Dorado. (Productores). 2010-2019. *El man es Germán* [serie]. *RCN Televisión*.

Luis Eduardo Jiménez Padilla. (Productor). 2018-2021. *La reina del Flow* [Serie]. Caracol Internacional/ Sony Pictures Television.

MacFarlane, S. & Goodman, D. (Productores). 1999-actualidad. *Family Guy* [Serie]. EEUU: Film Roman Productions/20th Century Fox Television/Fuzzy Door Productions/Hands Down Entertainment. Cadena: Fox.

Manuel Peñaloza. (Productor). 2019. *El hijo del Cacique* [Serie]. Caracol Internacional.

María del Pilar Fernández & Raúl Tinjacá (Productores). (1999-2001). *Yo soy Betty, la fea* [Serie]. RCN Televisión.

Matt Groening, Sam Simon & James L. Brook. (Productores). 1989-actualidad. *The Simpsons*. EEUU: Gracie Films/20th Century Fox Television. Cadena: Fox.

Mauricio Ruiz. (Productor). 2007-2008. *Nuevo rico, nuevo pobre* [serie]. Caracol Televisión.

Michael G. Moye & Ron Leavitt. (Productores). 1987-1997. *Married... with Children* [Serie]. EEUU: Columbia Pictures Television/ELP Comunications/Embassy Television. Cadena: Fox/FX.

Mike Royce; Gloria Calderon Kellett; Norman Lear; Michael García; Brent Miller; Dan Signer; Sebastian Jones. (Productores). 2017-2021. *One Day at a Time* [Serie]. EEUU: Act III Productions/Snowpants Productions/Big Girl Pants Productions/Small Fish Studios/Sony Pictures Television. Cadena: Netflix.

Mitchell Hurwitz; Jim Vallely. (Productores). 2003-2019. *Arrested Development* [Serie]. EEUU: Imagine Entertainment/Imagine Television/20th Century Fox Television/The Hurwitz Company/Netflix. Cadena: Fox/Netflix.

Netflix Inc. (Productor). 2015-2019. *Club de cuervos* [Serie]. *Netflix*.

Oppenheimer, J. & Arnaz, D. (Productores). (1951-1957) *I Love Lucy* [Serie]. EEUU: Desilu Productions. Cadena: CBS

Quincy Jones; David Salzman; *et al.* (Productores). 1990-1996. *The fresh prince of Bel-Air* [Serie]. *The Stuffed Dog Company /Quincy Jones Entertainment /Quincy Jones-David Salzman Entertainment/NBC Productions/Warner Horizon Unscripted Television.*

RCN televisión. (Productor). 1984-1988. *Dejémonos de Vainas* [Serie]. *Cadena Dos/Cadena Uno/ Canal A.*

Ribeiro, M. (Productor) (1992-1999). *Vuelo Secreto* [serie]. *Producciones Punch.*

Rob McElhenney; Glenn Howerton; Charlie Day; *et al.* (Productores). 2005-actualidad. *It's always sunny in Philadelphia* [Serie]. 3 Arts Entertainment/RCG Productions/FX Productions (seasons 1–13) /FXP (season 14–present) /20th Century Fox Television (season 1).

RTI Televisión. (Productor). 1982-1989. *Don Chinche* [Serie]. *Primera Cadena/ Cadena Dos/ Cadena Uno/ Señal Colombia.*

Seth MacFarlane; Mike Barker; *et al.* (Productores) (2005-2022). *American dad!* [serie animada]. *Fuzzy Door Productions.*

Velásquez, Diana Patricia. (Productora) (2009-actualidad). *The Suso's Show.* [Serie]. RCN Televisión. Telemedellín. Caracol Televisión.

Yalile Giordanelli (Productora). (2015). *Diomedes, el cacique de la junta* [Serie]. RCN Televisión

Yalile Giordanelli. (Productor). 2021.*Café, con aroma de mujer* [Serie]. *Telemundo/RCN Internacional Distribution.*

Filmografía

Boyle, Danny. (Director). (2002). *28 days later* [Película]. DNA Films; UK Film Council.

De Fina, B. (Director) (1990). *The goodfellas* [Película]. Warner Bross. Pictures.

Howard, Ron. (Director). (1995). *Apollo 13* [Película]. Universal Pictures; Imagine Entertainment.

Kotcheff, Ted. (Director). (1982). *Rambo* [Película]. Orion Pictures.

Leone, Sergio. (Director). (1964). *For a fistfull of dollars* [Película]. Jolly Film; Ocean Films; Constantin Film Produktion.

Leone, Sergio. (Director). (1965). For a few dollars more [Película]. Produzioni Europee Associati (Director). (PEA); Arturo González Producciones Cinematográficas; Constantin Film.

Lucas, George. (Director). (1977). Star Wars [Franquicia].

Malle, Louis. (Director). (1981). My dinner with André [Película]. Saga Productions Inc.; The Andre Company.

McTiernan, John. (Director). (1968). Die Hard [Película]. Silver Pictures; Gordon Company.

Zucker, Jerry. (Director). (1990). Ghost [Película]. Paramount Pictures; Howard W. Koch Productions.