

TESIS DOCTORAL

Televisión hiperconsciente: LAS COMEDIAS ANIMADAS DE PRIME TIME

Beatriz María Gómez Morales

Directora:

M. Rosario Lacalle Zalduendo



Departamento de Periodismo y Ciencias de la
Comunicación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universidad Autónoma de Barcelona

2012

Beatriz María Gómez Morales

Televisión hiperconsciente: las comedias animadas de *prime time*

Tesis doctoral

Directora: M. Rosario Lacalle Zalduendo



Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Autònoma de Barcelona
2012

Agradecimientos

La primera persona en quien pienso mientras escribo estas líneas es en Charo, la directora de esta tesis doctoral, a quien agradezco muy sinceramente el seguimiento riguroso y puntual, así como el estímulo intelectual constante. También agradezco la profesionalidad y la cálida relación humana del personal de la Biblioteca de Comunicación y Hemeroteca General de la Universidad Autónoma de Barcelona. Siempre han puesto a mi disposición todos sus recursos y han hecho las largas jornadas de trabajo mucho más agradables. A Jordi y Vador, que le han dado intención comunicativa a la forma de un trabajo que habla de la cultura audiovisual. Por último, pero no menos importante, quiero agradecer a Enric todo el tiempo dedicado a escuchar todas mis dudas y a Karen y Jorge por acompañarme incondicionalmente en estos años de trabajo de investigación.

Índice

0. Introducción	13
0.1. Hipótesis	14
0.2. Objetivos	17
0.3. Justificación.....	18
0.3.1. La comedia televisiva.....	18
0.3.2. ¿Por qué estudiar la comedia animada de prime time?.....	20
0.4. Tipo de estudio y metodología.....	24
0.4.1. Muestra	25
0.5. Aclaraciones acerca de la posmodernidad.....	28
0.6. Estructura de la investigación	30

PARTE I. LA COMEDIA ANIMADA DE PRIME TIME

1. Historia de la animación de prime time	35
1.1. Los orígenes de la animación en prime time.....	35
1.1.1. The Flintstones	37
1.1.2. De The Bugs Bunny Show a Jonny Quest (1960-64): Series sin éxito en prime time pero perdurables en la cultura popular americana	40
1.2. Los setenta y los ochenta: dos décadas pasadas por alto	49
1.3. The Simpsons: ¿una nueva ola?	52
1.3.1. Animación y televisión por cable.....	55

1.3.2. Dos nuevos iconos.....	60
1.3.3. Una tercera oportunidad.....	65
1.4. Adult Swim: ¿la última esperanza?.....	75
1.5. Fox y Adult Swim se consolidan como líderes de la comedia animada.....	85
2. La animación.....	93
2.1. La animación en televisión y la transformación de su audiencia.....	93
2.1.1. Teoría de la doble codificación.....	100
2.2. Animación tradicional vs. Animación experimental.....	104
2.3. Ventajas de la animación.....	109
3. Intertextualidad y parodia.....	117
3.1. Implicaciones teóricas del concepto intertextualidad.....	117
3.2. Crítica en el uso de la intertextualidad: la parodia.....	123
3.2.1. Parodia audiovisual.....	126
3.2.2. Fórmulas paródicas.....	129
3.3. Teoría de la reflexividad.....	131
3.3.1. Mise en abyme y la ‘obra dentro de la obra’.....	135

PARTE II. ANÁLISIS DE CINCO COMEDIAS ANIMADAS DE PRIME TIME

4. La comedia de situación como objeto de imitación satírica.....	143
4.1. Modelo narrativo de la sitcom.....	143
4.2. La anicom como parodia de la sitcom.....	146
4.2.1. Finales felices.....	147
4.2.2. Estructura cíclica y memoria.....	153
4.2.3. Música y acompañamiento sonoro.....	158
4.2.4. Otros elementos.....	162
4.3. La familia protagonista.....	165
4.3.1. Los padres.....	166
4.3.2. Las madres.....	167
4.3.3. Los hijos.....	170
4.3.4. Las mascotas.....	172
4.4. Ubicación y espacialidad.....	173

5. La citación intertelevisiva	175
5.1. Ficción y entretenimiento	180
5.1.1. Parodias	180
5.1.1.1. Parodias icónicas	181
5.1.1.1.1. Títulos de crédito o prólogo	181
5.1.1.1.2. Escena recurrente.....	185
5.1.1.1.3. Personajes.....	187
5.1.1.1.4. Otros elementos del relato.....	190
5.1.1.2. Parodias verbales	191
5.1.1.2.1. Premisa argumental	191
5.1.1.2.2. Humor verbal	195
5.1.1.2.3. Estilo discursivo.....	197
5.1.1.3. Parodias musicales	199
5.1.1.4. Parodia extendida	200
5.1.1.5. Imitación satírica o “parodia de género”	204
5.1.2. Detalles y referencias puntuales	207
5.1.2.1. Cita.....	207
5.1.2.2. Mención	208
5.1.2.3. Representación	211
5.1.2.4. Alusión	212
5.1.2.4.1. Títulos y carátulas	213
5.1.2.4.2. Elementos lexicales y estilísticos.....	216
5.1.2.4.3. Alusiones verbales.....	217
5.1.2.4.4. Recreación de escenas específicas	219
5.2. Informativos.....	222
5.2.1. Profesionales del periodismo	224
5.2.2. Estructura	227
5.2.2.1. Selección y priorización de las noticias	227
5.2.2.2. Espectaculización.....	230
5.2.3. Culto a la personalidad y la figura del presentador	235
5.2.3.1. Vida privada al descubierto.....	237
5.2.3.2. Integridad periodística y el control de las situaciones	238
5.2.3.3. Discusiones e insultos con otros miembros del equipo.....	240
5.2.3.4. Información vs. Opinión	243
5.2.3.5. El extraño caso de Dwayne Meighan	243
5.2.4. Reporteros del sensacionalismo.....	244
5.2.5. Las comedias animadas y Fox News	247

5.3. Publicidad televisiva	249
5.3.1. Estrategias publicitarias.....	253
5.3.2. Tipos de anuncio comerciales	256
5.3.2.1. Infomerciales.....	256
5.3.2.2. Patrocinio	258
5.3.2.3. Celebridades y personajes fijos	260
5.3.3. Parodias y recreaciones.....	263
5.3.4. Publicidad y experiencia televisiva	266
5.3.4.1. Autopublicidad: las comedias animadas y Fox	266
5.4. Universo televisivo	268
5.4.1. Cadenas y canales	270
5.4.1.1. Fox	271
5.4.2. Censura	274
5.5. Referencias autorref exivas	277
5.5.1. Autorreferencias directas.....	277
5.5.2. <i>Breaking the fourth wall</i>	282
5.5.3. Autores y creadores.....	284
5.5.3.1. Intertextualidad restringida	286
5.5.4. <i>Mise en abyme</i> o la ‘obra dentro de la obra’	287

PARTE III. CONCLUSIONES Y BIBLIOGRAFÍA

6. Conclusiones	295
6.1. Comedias animadas de <i>prime time</i>	296
6.2. Comedias animadas, formato e hibridación genérica.....	297
6.3. Comedias animadas e hipertextualidad	299
6.4. Comedias animadas, intertextualidad y autorref exividad	301
6.5. Comedias animadas y alfabetización mediática	304
6.6. Comedias animadas y carnaval	307
6.7. Comedias animadas y televisión	313
7. Bibliografía	317
7.1. Libros, capítulos y revistas especializadas	317
7.2. Artículos de diarios o revistas	332
7.3. Artículos especializados en Internet.....	332
7.4. Páginas webs consultadas	332

PARTE IV. ANEXOS

Anexo 1. Lista completa de las comedias animadas de prime time	337
Anexo 2. Muestra detallada	342
Anexo 3. Gráficos	347
Gráfico 1. Clasificación de las series.....	347
Gráfico 2. Clasificación de herramientas	350
Gráfico 3. Tipos de intertextualidad	353
Gráfico 4. Tipos de parodia	355
Gráfico 5. Número de estrenos por año I.....	358
Gráfico 6. Número de estrenos por año II	360
Gráfico 7. Número de estrenos por cadena.....	365
Anexo 4. Fichas de las comedias animadas de prime time	371

0. INTRODUCCIÓN

La tesis doctoral que se disponen a leer se centra en las comedias animadas *prime time*, un subgénero presente en la programación estadounidense desde hace más de 50 años, pero aún sin definir.

A partir de *The Flintstones* (ABC, 1960-66), el formato televisivo de la animación se dividió en dos grandes grupos: el dibujo animado clásico, más conocido dentro del medio como ‘*saturday morning cartoons*’, y las comedias animadas de *prime time*. A primera vista pueden parecer iguales, pero, además del horario, hay dos elementos clave que los diferencian, uno de estructura y otro de contenido. En primer lugar, el episodio de un dibujo animado clásico consta de 3 segmentos de 7 minutos cada uno, aproximadamente, mientras que la comedia animada narra una historia completa en los mismos 21 minutos. En segundo lugar, los dibujos animados, especialmente los desarrollados por Disney, tienen un discurso totalmente contrario al de las comedias animadas. Su principal meta es mantener el status quo de la sociedad por medio del apoyo y refuerzo al sistema sociopolítico económico vigente, en este caso el capitalismo. No existe un estímulo a la crítica, sino un fortalecimiento de los estereotipos, de las normas sociales impuestas, de los comportamientos socialmente aceptables, etc. Tal y como se demostrará a lo largo del desarrollo de la investigación, la comedia animada se caracteriza, precisamente, por su actitud crítica, polémica y desafiante ante la sociedad en la que vivimos. Es precisamente este último rasgo de la comedia animada, el que ha permitido a la animación salir del horario del sábado en las mañanas y posicionarse también en el *prime time*.

El término ‘serie animada’ es la traducción literal de *animated serie*, el término anglosajón original con el que se popularizó dicho producto televisivo. Sin embargo, no es el único con el que se le conoce. También recibe los nombres de *adult cartoon serie*, *adult animation*, *prime time cartoons*, *prime time adult animation*, *half-hour adult cartoon series*, *animated comedy* y *anicom* (*animation + comedy*). Salta a la vista que algunos términos se repiten constantemente: *animation/cartoon*, *adult*, *prime time*, *serie* y *comedy*. No obstante, en la presente investigación se han conservado algunos de estos términos (*animation* y *prime time*), dado que son definitorios de este tipo de productos, y se han desestimado otros (*adult* y *series*) precisamente por no serlo. Si bien es cierto que *The Simpsons* o *Family Guy* contienen material explícitamente adulto, no significa que no puedan ser disfrutados por el público infantil, como en efecto ocurre. Este tipo de programas se caracterizan por romper la brecha generacional y por ello es poco acertado definirlos a partir de su audiencia¹. Por otro lado, la decisión de descartar de la denominación el término *serie* se debe a que no es correcto en todos los casos, aunque sí en la mayoría. De ahí que prefiramos un término que engloba todos los productos televisivos analizados en el presente estudio: *comedia*. Y es que en la definición de este tipo de programas, el género es más importante que el formato. ¿Por qué? Porque las comedias animadas

¹ La categoría de adulto/a solo sería estrictamente necesaria en el caso de referirnos a programas de animación tipo *animé* o al *hentai*.

alcanzan su objetivo, la crítica mediática y social, precisamente a través del humor y la comicidad de sus parodias a géneros, personajes o situaciones.

0.1. Hipótesis

Ahora bien, más allá del género y del formato, en esta investigación entendemos que las comedias animadas de *prime time* poseen tres rasgos determinantes: la hibridación genérica, la autorref exhibibilidad y la intertextualidad; las tres principales características de la *televisión hiperconsciente* (Collins, 1992 y 2007 [2000] y Ott, 2007). No todas las comedias animadas de *prime time* presentan estos tres elementos de igual forma o en la misma proporción. Sin embargo, el visionado de todas ellas y el análisis de una muestra representativa confirman su presencia en todos los casos y los convierte en elementos definitorios del subgénero.

Así, la presente investigación se articula alrededor de la hipótesis que *la comedia animada de prime time es la máxima manifestación de la televisión hiperconsciente*.

La *televisión hiperconsciente*, tal como su nombre indica, es una televisión alta y plenamente conocedora de su condición de producto cultural y de su existencia dentro de una sociedad “semióticamente saturada”, en la que todas las historias ya han sido contadas y todos los personajes concebidos. Por ello, la televisión hiperconsciente abandona su pretensión de originalidad y opta, a cambio, por comentar de forma sarcástica e irónica las formas y géneros culturales existentes, desde su condición de televisión y a través de la hibridación genérica, la autorref exhibibilidad y la intertextualidad.

Por definición, las comedias animadas de *prime time* tienen una naturaleza genérica híbrida: combinan comedia y animación, además de diferentes géneros (en forma de parodia) y diversas clases de animación. Por ejemplo, *Beavis and Butt-head* (MTV, 1993-97; 2011-) es, a partes iguales, serie animada y comedia. Pero también incluye una lista infinita de vídeos musicales, por supuesto, en imagen real². *Drawn Together* (Comedy Central, 2004-07) reúne ocho estilos distintos de animación y combina dicho formato con la comedia y el *reality show*, dado que es una serie animada que parodia el mencionado formato de la telerealidad. De la misma manera, *Fish Police* (CBS, 1992), *Saddle Rash* (Adult Swim, 2002) y *Tripping the Rift* (Syfy, 2004-07) mezclan animación y comedia con policíacos, *westerns* y ciencia ficción, respectivamente.

La comedia es un género especialmente apropiado para la hibridación, en gran medida porque las fórmulas internas responsables de la generación de risas, sobre la que se sustenta el género, pueden ser insertadas en casi todos los contextos genéricos sin molestar u entorpecer sus convenciones. La comedia se ha fusionado con la mayoría de géneros (el drama [*Desperated Housewives*, ABC, 2004-], el policíaco [*Psych*, USA Network, 2006-], thriller [*Breaking Bad*, AMC, 2008-], etc.) y formatos (serie [*Frasier*, NBC, 1993-

² En consonancia con las traducciones de Maureen Furniss y Paul Wells al castellano, se emplea el término “imagen real” en contraposición al de “animado” o “de animación”.

2004], serial [Soap, ABC, 1977-81], sketch [Saturday Night Live, NBC, 1975-], etc.). Por ello, no es extraña la hibridación entre la comedia y la animación.

Ahora bien, la autorref exhibición incluye la consciencia de la propia condición de texto televisivo, así como también el comentario irónico y crítico sobre sí mismo. Las comedias animadas no limitan su carácter reflexivo a las referencias acerca de su propio proceso de producción, sino que además señalan las bien conocidas formulas de los diversos géneros y formatos televisivos a los que pertenecen; se refieren a una infinidad de fenómenos del sistema televisivo y comentan su propia estructura narrativa y elementos del relato. Por ejemplo, en *Family Guy* algunos personajes tienen el mismo nombre que un miembro del equipo de producción. No obstante, la serie también es autorreflexiva cuando pone en evidencia los principales rasgos característicos de la sitcom, formato en el que se inscribe; hace alusiones a los *spin offs*, el *zapping* y la censura televisiva o cuando se burla de sus estereotipados personajes.

Collins (1992) añade que la autoconsciencia de un programa televisivo como texto mediático, además de estatus cultural, función e historia; incluye sus condiciones de circulación y recepción. De esta forma, no solo se refiere sí mismo sino también a programas anteriores, competidores, la forma en que circulan los contenidos televisivos y cómo la audiencia les da sentido. Por ejemplo, cuando Homer dice: “If there was any justice, my face would be on a bunch of crappy merchandise” en “Flaming Moe’s” (T3.E10)³, no solo se refiere a el mismo como personaje sino como icono cultural, como fenómeno televisivo y al lugar que ocupa en el mundo exterior, fuera del universo del texto. “The Simpsons television program thereby acknowledges its own characters’ status as popular icons whose circulation and reception are worked back into the “text” itself” (336).

Finalmente, la intertextualidad es el rasgo hiperconsciente más notable en las comedias animadas de *prime time*. Desde el estreno de *The Flintstones*, una larga lista de comedias animadas ha sido presentada en esa franja horaria. Un importante número de ellas se ha centrado en la vida de sus familias protagonistas, otras en la de un grupo de amigos o compañeros de trabajo. La mayoría están protagonizadas por personajes que representan seres humanos, pero no todas. Algunas toman lugar en el presente, mientras que otras lo hacen en la prehistoria, en el año 3000 o en universos paralelos. Las 103 comedias animadas estrenadas en *prime time* entre 1960 y 2012⁴ presentan un variadísimo espectro de personajes, historias, situaciones, escenarios y estructuras narrativas. Sin embargo, un visionado atento de todas ellas revela un elemento recurrente: el uso de estrategias intertextuales e hipertextuales como herramientas humorísticas. El 77%, es decir, 79 de las 104 comedias animadas emitidas durante los

3 A fin de facilitar la labor de lectura de la investigación y la identificación de cada uno de los ejemplos, se ha añadido a cada uno de ellos, además del nombre del episodio, una referencia documental entre paréntesis que incluye el número de la temporada y episodio al cual pertenecen. Por ejemplo, para “Death has a shadow”, el primero episodio de la primera temporada de *Family Guy*, la referencia será (T1. E1) y para “The Ned-Liest Catch”, el vigésimo segundo episodio de la vigésima segunda temporada de *The Simpsons*, será (T22.E22).

4 Ver Anexo 1. Lista completa de las comedias animadas de *prime time*.

últimos 50 años, emplean de forma recurrente la parodia, las referencias intertextuales (citas, alusiones, menciones, etc.) y/o la sátira. Una misma serie suele emplear más de una estrategia; sin embargo, hay una que la caracteriza. Por ejemplo, Lil' Bush (Comedy Central, 2007-08) usa referencias intertextuales, pero sin lugar a dudas es principalmente una sátira del gobierno de George W. Bush.

De las 77 series que emplean alguna estrategia transtextual, 9 (11%) son sátiras como Lil' Bush. Otras 28 (36%) se basan de forma predominante en las referencias intertextuales, 17 de las cuales se apoyan en referencias a diferentes medios, sobretodo a la televisión (*The Bugs Bunny Show* o *Robot Chicken*); en otras 7 destacan las cinematográficas (*The Critic*, *Clerks* o *Home Movies*), en 2 las musicales (*Beavis and Butt-head* y *Metalocalypse*) y en 2 más las referencias a videojuegos (*Game Over* y *Code Monkeys*). Las 42 series restantes (53%) se caracterizan por ser parodias de otros géneros y formatos televisivos: 18 parodian las sitcoms (*The Brak Show*, *Family Guy* o *The Flintstones*), 6 los programas de superhéroes (*Aqua Teen Hunger Force* o *Freak Show*), 3 los policíacos (*Assy McGee*, *Fish Police* y *Stroker and Hoop*), 2 los espectáculos deportivos (*Celebrity Deathmatch* y *Mongo Wrestling Alliance*), 2 la ciencia ficción (*Tripping the Rift* y *Sealab 2021*), 2 el manga y el animé (*Perfect Hair Forever* y *Titan Maximum*), 2 el Teen drama (*Clone High* y *Daria*) una el western (*Saddle Rash*), una los talk shows (*Space Ghost Coast to Coast*), una el reality show (*Drawn Together*), una los programas del corazón (*Starveillance*), una los de espías (*Archer*), una los de espada y brujería (*Korgoth of Barbaria*) y una la aventura (*The Venture Bros.*).

Tal y como evidencian los porcentajes antes explicados, el humor de las comedias animadas no opera en aislamiento, sino dentro de una red transtextual integrada por muchos otros textos, principalmente televisivos. De esta manera, su espectador "modelo" (Eco, (1987 [1979])) debe de contar con un amplio conocimiento de otros géneros y formatos para poder disfrutar de todo su efecto cómico. Cuando vemos una de estas series, no solo disfrutamos y nos reímos de dicha serie, sino también de otros programas, pues se trata de series "teléfagas", series que se alimentan de otros géneros y formato y que nos invita a reírnos de sus reglas, convenciones y estrategias narrativas. Este fenómeno específico señala una creciente tendencia, más que a la intertextualidad, a la "intertelevisibilidad", razón por la cual la presente investigación no aborda, tal como ya han hecho otras, lo que tiene que decir la televisión acerca de la raza, la clase, el género, la regulación u otros temas, sino acerca de sí misma. Es decir, un estudio metatelevisivo.

0.2. Objetivos

A partir del análisis de cinco series altamente “intertelevisivas” (*The Simpsons*, *King of the Hill*, *Family Guy*, *American Dad!* y *The Cleveland Show*), el objetivo de esta investigación es demostrar que la televisión hiperconsciente alcanza su máxima expresión en las comedias animadas de prime time y exponer las formas en que dichas series puede referirse tanto a sí mismas, en cuanto producto televisivo, como a todo el contexto televisivo, al alimentar su relato con la constante evocación a otros géneros y formatos. De esta manera, *The Simpsons*, *King of the Hill*, *Family Guy*, *American Dad!* y *The Cleveland Show*, exitosas representantes de la comedia animada, se convierten en comentaristas, intérpretes, analistas y críticos de la televisión, además de ser un instrumento de carácter pedagógico con el que se instruye sobre la televisión.

El proceso que nos conducirá a demostrar que las comedias animadas, en esencia, dinamizan la crítica y el comentario sobre sí mismas y su medio, persigue los siguientes objetivos específicos:

- a) Explorar la evolución de este subgénero desde la aparición de *The Flintstones*, hace cincuenta años, hasta nuestros días.
- b) Explicar el cambio de percepción y recepción de la animación por parte de la propia industria y la audiencia en general.
- c) Identificar las razones por las cuales las comedias animadas consiguen atraer un público multigeneracional.
- d) Señalar las características de la animación como el lenguaje de lo imposible y sus ventajas frente a la ficción de imagen real.
- e) Examinar el uso de la parodia y la autorreflexión como vehículos de la crítica social.
- f) Definir e ilustrar las principales características de la comedia animada (contenidos, roles, entornos, elementos discursivos, etc.) a partir de su condición de parodia de la sitcom tradicional.
- g) Clasificar y tipificar la extensa variedad de relaciones intertelevisivas de las comedias animadas.
- h) Determinar la forma en que estas comedias actúan como instrumentos de alfabetización mediática gracias al uso de la intertextualidad, la hibridación genérica y la autorreflexibilidad.

0.3. Justificación

0.3.1. La comedia televisiva

La escasez de bibliografía sobre la comedia televisiva y la comedia de situación (*sitcom*), su principal exponente, resulta sorprendente si se tiene en consideración la popularidad⁵ y longevidad de dicho género y formato⁶. Algunos autores, especialistas en la *sitcom*, como Cook, o en el estudio de la televisión como Bignell, lamentan que dentro del ámbito académico de la televisión aún no se sepa ni siquiera cómo funcionan ninguna de las dos. Aunque uno de los principales propósitos de los Estudios Culturales ha sido investigar tanto la producción como la recepción de formas culturales populares, dicho propósito, según Brett Millls, no se ha llevado a cabo con mucho entusiasmo ni compromiso en el campo de la *sitcom* (Mills, 2005:2).

Una de las razones de esta notable carencia es que los Estudios Culturales consideran la comedia televisiva un producto tan transparente, obvio y carente de significado profundo que no requiere de un complejo análisis. De forma similar, los *Media Studies* se han dedicado al análisis de formas culturales 'socialmente más relevantes', particularmente los informativos y documentales, como al rol social de la televisión y su relación con la audiencia. Así, tanto los Estudios Culturales como los *Media Studies* han coincidido en menospreciar la comedia televisiva al considerarla un producto cultural únicamente de entretenimiento. Sin embargo, en algunas ocasiones, el centro de atención de los Estudios Culturales sí se ha deslizado hacia otras áreas de la ficción y el entretenimiento tales como la telenovela o *soap opera*. Así lo demuestra una larga lista de estudios iniciados desde la segunda mitad de los ochenta (Radway, 1987 [1984]; Ang, 1985, Allen, 1985 y 1995; Matelski, 1988; Geraghty, 1991; Martín-Barbero, 1992; Blumenthal, 1997; González, 1998; entre otros).

La reticencia a examinar la comedia deja claras las prioridades del ámbito académico y, de forma aun más rotunda, sugiere que la suposición de simplicidad del género, así como su supuesto alejamiento de las preocupaciones sociales y la cultura, es compartida por todo el colectivo. Evidentemente tampoco se puede asegurar que no haya ninguna investigación útil y sobresaliente en el campo académico. En Estados Unidos de América, por efecto del continuo dominio de la comedia en la programación, se ha desarrollado un destacado rango de trabajos sobre la *sitcom* (Hamamoto, 1989; Taylor, 1989; Jhally y Lewis, 1992; Jones, 1992; Spigel, 1992; Means Coleman, 2000; Staiger,

5 Entre 1984-85 y 1994-95, 70 de los 102 programas del top 10 de Nielsen fueron *sitcoms* (Staiger, 2000: 26).

6 La *sitcom*, como claramente su nombre lo indica, es una comedia y la comedia como tal constituye un género. Sin embargo, este tipo de comedia se caracteriza por un cierto número de componentes estructurales: posee una duración de máximo 25 minutos, periodicidad semanal, sus episodios son independientes y autoconclusivos, tiene una fórmula narrativa definida (situación inicial, giro de esta situación, final feliz), etc. Estas propiedades convierten a la *sitcom* en un formato específico dentro del amplio género que es la comedia. Por ello, a lo largo de esta investigación nos referiremos siempre a la *sitcom* como formato. Véase Buonanno, 2005.

2000; Morreale, 2003). En Gran Bretaña, a diferencia de Estados Unidos, la *sitcom* no ha alcanzado el mismo nivel de predominio en las parrillas y siempre ha jugado un rol secundario al lado de la *soap opera* (Mills, 2005:2). Aun así, ha suscitado el interés de diversos autores (Banks y Swift, 1987; Crowther y Pinfold, 1987; Wilmot y Rosengard, 1989; Jacobson, 1997; Wagg, 1997; Berman, 1999; Koseluk, 2000; Thompson, 2004). No obstante, tanto en el caso estadounidense como en el británico, los libros dedicados a la *sitcom* no suelen examinar de forma detallada su estructura narrativa y sus rasgos definitorios⁷, sino que usan el formato para abordar un debate más amplio sobre la comedia y su relación con el humor y la cultura. Además, es preciso señalar que el trabajo realizado sobre la comedia y la *sitcom* generalmente no integra libros completos, sino que se reduce a capítulos, secciones o apartados dentro de publicaciones sobre géneros televisivos, ensayos y artículos puntuales (Mintz, 1985; Feuer, 1987; Haralovich, 1988; Lipsitz, 1988; Rowe, 1994; Carter, 1995; Mills, 2001; Holbert et al., 2003; Weispenning, 2003) y, en relación al resto de estudios sobre otros géneros y formatos de televisión, los dedicados a la comedia y la *sitcom* representan una porción minoritaria.

El contraste resulta aún más evidente al comparar el número de libros y artículos escritos sobre comedia televisiva y sobre comedia cinematográfica. A diferencia de los Estudios Culturales y los *Media Studies*, los *Film Studies* sí se han arriesgado con el estudio de dicho género. “Film Studies, with its sense of history and complex theoretical underpinning, has enough self-confidence in its own worth to risk being ‘tainted’ by the ‘silliness’ of studying comedy” (Mills, 2005:20). El análisis cinematográfico no solo ha explorado aspectos generales sobre humor en la pantalla grande (Horton, 1991; Karnick y Jenkins, 1995; King, 2002; Krutnik, 2003; Mast, 1979 y Rickman, 2001), sino también subgéneros específicos de la comedia cinematográfica como la comedia romántica (Evans y Deleyto, 1998), la comedia paródica (Harries, 2000); la comedia política (Matthews, 2000), la comedia de horror (Paul, 1994) y la ‘alta’ comedia o comedia pura (Vineberg, 2005).

El análisis de la comedia cinematográfica no solo ha ofrecido una variedad de enfoques y aproximaciones metodológicas para las películas cómicas, sino que también ha desarrollado análisis específicos y concentrados de subgéneros en particular. De esta forma, el análisis cinematográfico ha ampliado el concepto ‘comedia’ y ha puesto en evidencia que dicho género incluye un extenso rango de estilos, narrativas, ideologías e interpretaciones. Una buena parte de los diferentes enfoques desarrollados en el estudio de la comedia cinematográfica son extrapolables y han sido adoptados por la comedia televisiva, lo que de alguna forma ha contribuido al desarrollo del estudio particular de género y del formato *sitcom*.

La modalidad de comedia televisiva a la que se refiere concretamente el presente trabajo, la comedia animada de *prime time*, también ha sido desestimada por los estudiosos de

7 Los únicos autores que han abordado la *sitcom* desde dicha perspectiva son Cook, 1982; Grote, 1983; Marc, 1989; Neale y Krutnik, 1990; Mills, 2005 y 2009.

la comunicación, en este caso, por tres grandes razones: medio, género y formato. En primer lugar, pertenece a un medio, la televisión, convencionalmente devaluado. En segundo lugar, aunque la animación es un formato capaz de mezclarse con todos los géneros, históricamente ha estado vinculado al uno igualmente devaluado, la comedia. Por último, la animación, debido a su apariencia, culturalmente ha sido considerada un formato infantil y de menor relevancia que la imagen real.

Disney, el hombre, el imperio y sus películas, al igual que otros exitosos estudios de producción animada de Hollywood, han generado un importante número de estudios históricos y descriptivos (Finch, 1973; Martin, 1980; Crafton, 1982; Solomon, 1989; Jackson, 1993; Smoodin, 1993 y 1994; Alan, 1995; Thomas y Johnston, 1995; Bryne, 1999; Wasko, 2001; Smith, 2002; Barrier, 2003 y 2008; Schroeder, 2003; Whitley, 2008; Cavalier, 2011). También hay una amplia diversidad de manuales técnicos, principalmente publicados en los últimos años con el desarrollo de nuevas tecnologías (Vince, 2000 y 2002; Roberts, 2004 y 2011; Webster, 2005; Parent, 2008; Ghertner, 2010; O’Hailey, 2010; Menache, 2011; Winder y Dowlatabadi, 2011). Sin embargo, la rica diversidad de la animación cinematográfica como forma adulta fuera de los clásicos animados de Hollywood continua a la espera de ser analizada, un estado que refleja su comercialización marginal. En el caso de la televisión, el panorama no es muy diferente. La animación de *prime time*, dirigida especialmente a adultos, carece casi por completo de bibliografía. Existen numerosas publicaciones sobre determinadas comedias animadas, especialmente *The Simpsons*, pero muy pocas sobre la comedia animada televisiva en general (Stabile y Harrison, 2003; Brooker, 2006).

0.3.2. ¿Por qué estudiar la comedia animada de *prime time*?

Después de revisar la bibliografía sobre el tema, la primera razón para analizar la comedia animada salta a la vista: la inexistencia de investigaciones serias y rigurosas acerca del tema hacen necesaria la definición de la comedia animada de *prime time* y la categorización de sus rasgos definitorios. A pesar de haberse consolidado hace más de una década, la comedia animada no ha sido tenida en cuenta como objeto de estudio. Al igual que la comedia en general, la comedia animada ha sido desdeñada de los estudios académicos por su supuesta falta de seriedad y relevancia social. Hasta el momento, su análisis se ha quedado en la superficie, por ejemplo, en el hecho de que Bart Simpson diga cosas como “eat my shorts” o que Peter Griffin sea un alcohólico.

Hay libros dedicados a las series más famosas, como *The Simpsons*, *Family Guy* o *South Park*. En efecto, la presente investigación tiene como punto de partida un trabajo anterior sobre una de dichas comedia animada: “*Telecanibalismo: Intertextualidad*,

parodia y crítica en las series animadas para adultos”⁸. A partir del análisis de una serie altamente intertextual, *Family Guy*, dicho estudio determina las formas en que una serie puede referirse tanto a sí misma, en cuanto producto televisivo, como a todo el contexto televisivo, al alimentar su relato con la constante evocación de otros géneros televisivos. No obstante, la inmensa mayoría de trabajos sobre comedias animadas de *prime time* son más guías de episodios o compilaciones de todos los personajes, que estudios sobre la estructura narrativa de este tipo de series o sobre el subgénero completo. En efecto, en el momento de redactar estas líneas no se tiene conocimiento de ninguna investigación realizada en este sentido.

Además de ser considerada simple y transparente, la *sitcom*, en general, ha sido negada como objeto de estudio de los Estudios Culturales por su supuesta naturaleza banal o conservadora. A lo largo de los años, numerosos autores han citado *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento* de Bajtín (1987 [1941]) para explicar el potencial de subversión de la comedia. A través del análisis de la obra de Rabelais, Bajtín explora la naturaleza del carnaval en la Europa medieval y describe la forma en que era empleado el humor para criticar las figuras que representaban la autoridad y el poder. De esta manera, el humor y la comedia reclaman un rol determinante en la estructura social y se convierten en dignos objetos de estudio. No obstante, la comedia televisiva, con la *sitcom* como principal representante, no goza de reconocimiento académico. Para los Estudios Culturales, interesados en el potencial revolucionario de las formas culturales y sobre todo en aquéllas que eran populares o disfrutadas por la clase trabajadora, las presiones del sistema de producción y distribución habrían acallado cualquier potencial de crítica de la *sitcom*, además del carácter radical, trasgresor y subversivo inherente a la comedia.

Pero, ¿qué género televisivo decidió abordar temas socialmente relevantes como la homosexualidad, el embarazo en adolescentes, el aborto o el racismo, cuando aun eran un tabú? La comedia es el género que se ha dedicado a cuestionar las normas, pero no solo las normas de la comedia sino también las de la sociedad en conjunto (Mills, 2001: 61-62). Durante los años setenta, *All in the Family* (CBS, 1971-79) expuso los mas acalorados desacuerdos, tanto políticos como personales, que caracterizaban una familia real y *The Mary Tyler Moore Show* (CBS, 1970-77) cuestionó los roles de género dentro de la televisión y la sociedad. A finales de los ochenta, *Roseanne* (ABC, 1988-97) rompió con los esquemas e introdujo el comentario *in your face*⁹, mientras que *Married... with Children* (Fox, 1987-97) se arriesgó a enseñar un cuarto de baño¹⁰ y a sustentar gran parte de su humor en bromas escatológicas o referencias sexuales y de doble sentido.

8 Trabajo de investigación de doctorado evaluado el 5 de diciembre de 2008. Programa de Doctorado en Comunicación i Periodismo. Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona.

9 Comentario directo, a la cara, provocador, que suele ser expresado de forma agresiva y chocante.

10 Entre los setenta y los ochenta la censura no permitía el lenguaje ni las bromas escatológicas, de hecho ni siquiera se permitía que apareciera en escena un sanitario. Por ejemplo, The Federal Communications Commission (FCC) ordeno a los creadores de *The Brady Bunch* (ABC, 1969 – 74) a retirar todos sanitarios del plato donde se filmaba, porque era muy arriesgado que accidentalmente apareciera.

A partir de los noventa, fue la anicom, liderada por *The Simpsons*, quien se dedicó a explorar polémicos territorios temáticos.

La comedia animada es, en este momento, el subgénero de la comedia que está demostrando con mayor fuerza la fragilidad argumental de muchos autores que aseguran que este género ha perdido su rol contestatario y su espíritu crítico. En esencia, las comedias animadas se distinguen del resto de programas a nivel axiológico. La comedia suele emplear la crítica como medio para lograr su efecto cómico; sin embargo, no es un elemento permanente ni distintivo de todo el género. La comedia animada, por el contrario, lo convierte en un elemento propio y esencial de su desarrollo. Así, a pesar del uso de un lenguaje irreverente e irracional, estas comedias pueden invocar un discurso racional y convertirse en presentadoras y provocadoras del pensamiento crítico, contribuyendo, de esta manera, a la formación de la esfera pública.

Las comedias animadas, parodias de otros géneros y formatos, ofrecen numerosas oportunidades de trasgresión y de realizar una crítica más poderosa y significativa. A través del uso de dicha estrategia hipertextual, las comedias animadas no solo son capaces de minar las bases de un género o formato al burlar su estructura e ironizar sobre sus elementos narrativos y estéticos, sino que también puede atacar todo el ámbito de la televisión e, incluso, instituciones y aspectos diversos de la sociedad estadounidense. Por ejemplo, *King of the Hill* (Fox, 1997-) explora las posibilidades del *cartoon* para minar el estereotipo del padre de familia estadounidense. *South Park* (Comedy Central, 1997-) rompe con todos los límites de la decencia y se inclina por el lenguaje más soez oído alguna vez en televisión. *Futurama* (Fox, 1999-2003) expone los problemas personales, como la soledad y la nostalgia, enmarcado en un futuro decepcionante para la raza humana. *American Dad!* (Fox, 2005-) critica de forma brillante la situación política actual norteamericana, el estado de alerta máxima en que está sumergido y una de sus agencias secretas más importante, la CIA. *Family Guy* (Fox, 1999-) continúa la misma estrategia de *sitcom* familiar, pero lleva al límite el absurdo y el uso de la intertextualidad, en forma de parodia, como recurso para ensayar una crítica sobre la *sitcom* y la televisión en general.

Desde su primera emisión a principio de los sesenta, las comedias animadas de *prime time* han tenido un efecto profundo en la cultura y la historia de la televisión. Pocos programas han generado el impacto de *The Flintstones* (ABC, 1960-66) o *The Simpsons* (Fox, 1989-), cuyos personajes y elementos recurrentes se encuentran entre las imágenes más conocidas de la cultura popular¹¹. Incluso, las comedias animadas que

11 En 1998, la revista *Time* eligió a Bart Simpson como el personaje animado del siglo XX, por encima de Mickey Mouse, Superman y Bugs Bunny (“Bart Simpson”. En: *Time*, 8 junio 1998, p. 128-129). Y en 1999, proclamó a *The Simpsons* como el mejor programa de televisión del siglo XX (“The Best Of The Century”. En: *Time*, 31 diciembre 1999. [En línea] <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,993039,00.html#ixzz1tPqNBCRW> [Consultada: 29 abril 2012]). Otra prueba de la amplia aceptación y reconocimiento internacional de la serie se produjo durante los juegos olímpicos de Sydney (2000), cuando FOX8 (Fox Australia) decidió emitir de forma interrumpida episodios de *The Simpsons* durante todos los días de la competición. El canal se convirtió en la única oferta gratuita y no dedicada a las olimpiadas que aumento su audiencia. La misma estrategia de programación se empleó con éxito en Atenas 2004 y Pekín 2008.

no han tenido gran éxito en *prime time*, por ejemplo, *The Jetsons* (ABC, 1962-63), se han convertido en iconos de la televisión americana. Conjuntamente, la llegada del cable y los canales dedicados exclusivamente a la programación animada desde hace dos décadas, ha resucitado antiguas series y, al mismo tiempo, ha proporcionado nuevos mercados para una animación más experimental y arriesgada. Dado que no necesitan atraer al mismo número de televidentes que las grandes cadenas comerciales, los canales por cable pueden dirigirse a una audiencia específica e incluir todo tipo de contenidos. Por ello, programas como *South Park* (Comedy Central, 1997-), dirigido a una audiencia de jóvenes adultos, puede incluir material que un público más amplio podría considerar vulgar, ofensivo y obsceno.

Una razón más para estudiar la comedia animada es su valor comercial. Lejos de ser un negocio minoritario, tanto la *sitcom* como la *anicom* representan un producto de alto valor comercial, con beneficios financieros significativos y un gran poder industrial. Además de las increíbles cantidades de dinero que generan los programas, las comedias animadas inspiran la devoción y el culto, lo que extiende sus actividades económicas a la venta de unidades de DVD y todo tipo de artículos de las series. Pero las diferentes cadenas no solo ganan dinero con las comedias animadas. Por ejemplo, Fox consiguió su consolidación como cuarta cadena de Estados Unidos de América a principios de los noventa gracias a *The Simpsons* y, de forma más reciente, el bloque de comedias animadas “Animation Domination” ha impulsado un proceso de renovación de su imagen y ha contribuido de forma decisiva en la creación de una identidad juvenil, liberal y crítica. De esta manera, la comedia animada también se convierte en producto televisivo meritorio de investigación gracias a su condición de herramienta de cohesión para las audiencias específicas y definición de la imagen de una cadena.

Finalmente, el estudio de la comedia animada de *prime time* está justificado por su gran impacto en la audiencia. Por ejemplo, en el caso de España, *The Simpsons* figura entre las primeras 20 posiciones del ranking anual de programas de Antena 3 en los últimos diez años¹² y, en la temporada 2008-09, su edición de fin de semana coronó el ranking de los programas más vistos entre los espectadores de 4 a 12 años¹³. *The Simpsons* es un valor seguro para Antena 3 y en gracias a él la cadena ha consolidado la franja que precede al informativo del medio día. En Estados Unidos, aunque los niveles de audiencia de la serie han bajado considerablemente, *The Simpsons* continúa manteniendo un extenso público y proporcionando buenos resultados¹⁴. *Family Guy*,

12 *The Simpsons* ocupó la decimo octava posición en 2000, la cuarta en 2001, la décima en 2002, la octava en 2003, la quinta en 2004, la séptima en 2005, la undécima en 2006, la decima sexta en 2007, la undécima en 2008, la duodécima en 2009 y la novena en 2010. Fuente: Sofres (2010) *Anuario de audiencias de televisión*. Madrid: Sofres.

13 Diario de Mallorca. (2009) “Homer y Angy, preferidos de niños y jóvenes”. En: Diario de Mallorca, 14 marzo 2009. [En línea] http://www.diariodemallorca.es/secciones/noticia.jsp?pRef=20090_31400_12_444669_Televisi3n-Homer-Angy-preferidos-jovenes. [Consultada: 5 junio 2012]

14 Una media de 7.3 millones de espectadores durante la vigésima segunda temporada (2010-2011). Fuente: <http://tvbythenumbers.zap2it.com/> [Consultada: 5 junio 2012], <http://www.tvweek.com/> [Consultada: 5 junio 2012] y <http://www.simpsonschannel.com/> [Consultada: 5 junio 2012]

por su parte, consigue superar a *The Simpsons* casi cada semana, aunque a muy poca distancia¹⁵. Por el contrario, *King of the Hill*, *American Dad!* y *The Cleveland Show* nunca ha superado a *The Simpsons* o *Family Guy*, pero las siguen muy de cerca.¹⁶

0.4. Tipo de estudio y metodología

La presente investigación se enmarca en el ámbito de los estudios sobre televisión y es, principalmente, de tipo demostrativo. Se propone llegar, pues, a conclusiones demostrativas, a partir del análisis de un objeto de estudio empírico. Además, es una investigación de tipo explicativo, descriptivo y exploratorio. Explica el origen y desarrollo de las comedias animadas, cómo funcionan y cómo se producen sus diferentes niveles de interpretación. Describe sus estrategias y elementos narrativos, sus herramientas cómicas y los mecanismos críticos, satíricos y paródicos que integra en su desarrollo. Finalmente, explora la comedia animada, un objeto de estudio, que como ya se ha sido mencionado, no se ha abordado antes y carece de investigaciones sistemáticas.

Dada la naturaleza de la investigación, se recurrirá a dos recursos metodológicos, ambos de carácter cualitativo: el análisis de géneros (Hansen, et al., 1998), que se enmarca dentro del análisis textual (Creeber, 2006: 30), y el análisis de contenido 'como investigación' (Casetti y Di Chio, 1999 [1997]: 246-247) o análisis cualitativo del contenido (Larsen, 1993).

En primera instancia, el análisis de géneros se aplica en esta tesis doctoral con el propósito de trazar la historia y desarrollo de un subgénero de forma general y considerando todos los textos pertenecientes a dicho subgénero. En segundo lugar, como enfoque del análisis textual, el análisis de género tiene como punto de partida la elaboración un esquema de lectura (Casetti y Di Chio, 1999 [1997]: 251) que reúne los elementos de la estructura narrativa a partir de los modelos desarrollados por Barthes, 1982 [1966] y 1996; Genette, 1989 [1972] y Chatman, 1990 [1978] para el análisis narratológico (Larsen, 1993: 155 y Creeber, 2006: 30). Ahora bien, a partir de la aplicación de dicho esquema de lectura a las cinco series que conforman la muestra, se identifican sus rasgos comunes y sus diferencias con el propósito de explicar la lógica de su funcionamiento y esbozar un modelo de referencia que intente definir, describir y clasificar el subgénero de la comedia animada de *prime time*.

Después de poner a prueba el esquema e identificar las categorías de dicho esquema presentes en la muestra, los elementos tomados en consideración para en el análisis

15 Una media de 7.66 millones de espectadores durante la décima temporada (2010-2011). Fuente: *ibid.*

16 *King of the Hill* obtuvo una media de 6.2 millones de espectadores durante su décima tercera y última temporada (2008-2009). *American Dad!* fue visto por 5.8 millones de espectadores, aproximadamente, durante su sexta temporada (2010-2011), mientras que *The Cleveland Show* alcanzó una media de 6.1 millones de espectadores durante su segunda temporada (2010-2011). Fuente: *ibid.*

son el tratamiento del discurso (paródico), la presencia de una o varias historias, la relación entre los filones narrativos, el comportamiento y representación física de cada sujeto, su función en el desarrollo del programa y sus respectivos roles narrativos, los escenarios y la localización, la evidencia y las características de la intervención del autor ideal, los elementos diegéticos y extradiegéticos, así como todos los rasgos estructurales de la comedia de situación (sitcom), formato al que parodian las cinco series que conforman la muestra.

El principal elemento definitorio de la comedia animada de *prime time* que surge como resultado de la aplicación del esquema de lectura es su marcada intertextualidad. El estudio de dicha estrategia narrativa genera la necesidad de segundo esquema, centrado en un único aspecto del texto, mucho más restringido. Este hecho nos conduce al análisis de contenido.

El análisis de contenido es, por definición, un método cuantitativo. No obstante, dentro de la tipología desarrollada por Casetti y Di Chio sobre dicho tipo de análisis, destaca el análisis de contenido ‘como investigación’, un método con vocación cualitativa:

Este tipo de análisis también produce datos de forma numérica, pero los sostiene e integra con un mayor esfuerzo interpretativo. El número no tiene ningún valor por sí mismo, sino que adquiere significado a partir de los modelos que sugiere, a los que, contemporáneamente, contribuye a valorarlos (Casetti y Di Chio, 1999 [1997]: 246-47).

Ahora bien, el análisis de contenido ‘como investigación’ se emplea para abordar las relaciones que establece las comedias animadas con otros textos televisivos y realizar un inventario de todas las posibles relaciones intertelevisivas que expone el subgénero y catalogarlas. Según Berelson (1971 [1952]), uno de los pioneros del análisis de contenido, las unidades de clasificación de este tipo de análisis son: la palabra, el tema y el documento interno. En esta investigación la unidad más adecuada y, por tanto, la escogida es el tema, que corresponde a las secuencias que contengan diálogos, afirmaciones, valoraciones, argumentos o imágenes referentes al tema de estudio seleccionado. De la aplicación de la ficha de análisis resulta una extensa lista de recursos intertelevisivos, sobre los cuales no solo se mide la frecuencia, sino que también se analizan con el fin de construir una tipología y reconstruir las razones y los efectos de sus determinadas presencias.

0.4.1. Muestra

Un recorrido completo y general por la historia de la comedia animada de *prime time* en Estados Unidos presupone el conocimiento de las más de 100 series producidas hasta el momento. Dicho repaso permitirá reconstruir el contexto de la investigación y determinar las características generales del objeto de estudio. No obstante, los rasgos estructurales y temáticos específicos de la comedia animada se determinarán a partir del análisis profundo de las cinco series que han conformado el bloque de animación de *prime time* más popular e infuyente de la televisión norteamericana, “Animation

Domination”, compuesto, en diferentes temporadas, por *The Simpsons* (Los Simpson), *King of the Hill* (El rey de la colina), *Family Guy* (Padre de familia), *American Dad!* (Padre made in USA) y *The Cleveland Show* (El show de Cleveland).¹⁷

Los intentos de Fox por instaurar un bloque animado se iniciaron en la temporada 1999-2000, cuando la cadena decidió programar *King of the Hill*, *The Simpsons* y *Futurama* de forma consecutiva entre las 19:30 y las 21:00 horas del domingo. Durante las siguientes tres temporadas (2000-01, 2001-02 y 2002-03), las tres series continuaron emitiéndose de forma conjunta, pero a partir de las 19:00 horas. No obstante, *Futurama* fue cancelada en 2003 y durante la temporada 2003-04 y la primera mitad de la 2004-05 solo se transmitieron *King of the Hill* y *The Simpsons*. En 2005, volvía a las pantallas *Family Guy* y venía acompañada del estreno de *American Dad!* A partir de entonces y hasta 2009, cuando Fox canceló *King of the Hill*, las cuatro series (*The Simpsons*, *King of the Hill*, *Family Guy* y *American Dad!*) se programaron en una misma franja, entre las 20:00 y las 22:00 horas de los domingos. Oficialmente, este constituye el primer bloque de animación de prime time de la televisión estadounidense. En la temporada 2009-10, *The Cleveland Show* reemplaza a *King of the Hill* y finalmente el bloque es bautizado “Animation Domination”, un nombre en consonancia con el panorama televisivo. Posteriormente, en 2011 y 2012, el bloque acoge tres nuevas series, *Bob’s Burgers*, *Allen Gregory* y *Napoleon Dynamite*. No obstante, no son incluidas en la muestra por su falta de trayectoria y posicionamiento: *Allen Gregory* tuvo un brevísimo paso por el bloque (solo siete semanas antes de ser cancelada) y *Bob’s Burgers* y *Napoleon Dynamite* no han completado temporadas completas (más de 20 episodios) para el momento en que dicha investigación es presentada.

The Simpsons, *King of the Hill*, *Family Guy*, *American Dad!* y *The Cleveland Show* constituyen un objeto de estudio compacto, pero al mismo tiempo diverso. Por un lado, estas cinco series comparten el mismo formato, la sitcom, lo que permite agruparlas bajo una misma categoría; mientras que por el otro, cada una de ellas contiene elementos de diferenciación muy marcados. Aunque todas narran el día a día de cinco familias norteamericanas, cada una presenta una familia particular y enfatiza en temas diferentes; lo que nos permite una visión más amplia de la comedia animada de prime time.

El total de episodios emitidos de las cinco series, hasta el momento, asciende a 1.153, es decir, más de 450 horas de televisión, lo que constituye una muestra de trabajo difícil de manejar e innecesaria para los fines de esta investigación. Tal como se señaló antes, el propósito final de la aplicación del análisis de contenido no es calcular la frecuencia de las relaciones intertextuales sino tipificarlas; por tanto, no es pertinente el análisis de todas y cada una de las temporadas, sino, por el contrario, el estudio detallado y meticuloso de una muestra representativa, en este caso, una temporada completa de cada serie. En el caso de *The Simpsons*, *Family Guy*, *American Dad!* y *The Cleveland Show*, se escoge para el análisis la temporada 2010-2011, la última completada mientras se

17 Las cinco series son emitidas en España por Antena 3 (*The Simpsons*, *American Dad!* y *The Cleveland Show*) y La Sexta (*King of the Hill* y *Family Guy*).

desarrollaba el presente estudio. Por su parte, de *King of the Hill*, que ya había finalizado para cuando se inicia esta investigación, se toma la última temporada emitida, es decir, la de 2008-2009¹⁸. Así, se analizan un total de 108 episodios¹⁹. No obstante, es preciso señalar que, durante muchos años, la autora de este trabajo ha dedicado numerosas horas al visionado de las comedia animadas de *prime time* y ha tenido la oportunidad de disfrutar, en más de una ocasión, de todos y cada uno de los episodios de las cinco series que conforman la muestra, así como de la gran parte de los que constituyen las 103 que pertenecen a dicho subgénero. Por ello, aunque la mayoría de ejemplos se encuentre en la muestra detallada arriba; la investigación también incluye casos de otras temporadas. La inclusión de dichos casos no se produce de forma aleatoria o subjetiva, sino que responde a la necesidad de señalar y destacar todo los matices de una misma categoría intertelevisiva, exponiendo los ejemplos más valiosos, representativos y paradigmáticos.

Es preciso señalar también que el visionado de las comedias se ha realizado íntegramente en versión original y por ello las citas que se incluyen en este trabajo se transcriben en inglés. Las traducciones de los programas televisivos nunca son completamente literales, se ajustan a las expresiones y saberes de la cultura en la que se realizan, sobre todo las comedias. El sentido del humor es un elemento de contexto cultural y lo que hace reír en España no es exactamente lo mismo que en Estados Unidos o en cualquier otro sitio. La decisión de optar por la versión original de la serie también está sustentada en la naturaleza misma del estudio. Esta investigación aborda, en general, las relaciones que *The Simpsons*, *King of the Hill*, *Family Guy*, *American Dad!* y *The Cleveland Show* mantienen con otros textos y, de forma más específica, las referencias que hace a otros textos televisivos. Dichos textos televisivos no siempre han sido emitidos en España, por lo que a veces son totalmente desconocidos por el público nacional. Por ello, en el doblaje de la serie para España, por ejemplo, las referencias al *talk show* de Oprah Winfrey (*The Oprah Winfrey Show*, syndication, 1986-) son reemplazadas por otras al programa de Ana Rosa Quintana (*El programa de Ana Rosa*, Telecinco, 2005-), que es muy similar en cuanto a formato y culturalmente más próximo para el telespectador. Tal como señala Eco (2005 [2002]), “la traducción puede alterar el juego de la ironía intertextual” (243), de manera que al ajustarnos a una traducción podríamos perder la referencia original y con ella la broma o crítica real que se pretendía hacer.

Otro hecho determinante, en este caso, es que en España no se han editado las últimas temporadas de las series en DVD. Ello significa que, de haber analizado las series en castellano, se habría tenido que tomar como muestra episodios demasiado lejanos al panorama actual y los resultados de la investigación no habrían resultado igual de concluyentes.

18 También se incluyen los cuatro episodios estrenado en 2010 por Adult Swim.

19 Ver Anexos 2. Muestra detallada.

0.5. Aclaraciones acerca de la posmodernidad

En el saturado panorama semiótico actual, cualquier intento por abordar la intertextualidad y la autorreferencialidad corre el riesgo de ser etiquetado como posmoderno. Joyrich (1992) y O'Day (1999) afirman que la televisión es un medio posmoderno por excelencia y muchos otros autores aseguran que la intertextualidad y la autorreferencialidad son rasgos definitorios de la estética posmoderna (Lawson, 1985; Collins, 1992; Nöth y Bishara, 2007). No obstante, en la presente investigación se evitará establecer la posmodernidad como marco del estudio. En primer lugar, porque puede representar un elemento de distracción en el análisis de la intertextualidad, la autorreferencialidad y la parodia. Y en segundo, porque el concepto de posmodernidad en sí mismo merece una reflexión teórica y crítica profunda que no es, en ningún caso, el tema de esta investigación.

Las primeras comedias animadas de *prime time*, así como sus muestras de intertextualidad y autorreferencialidad, datan de principios de los años sesenta, lo que las ubica previamente al espacio temporal que abarca la posmodernidad. La mayoría de los autores que se refieren a la relación entre televisión y posmodernidad señalan *The Simpsons* como caso icónico; sin embargo, las imágenes más representativas de intertextualidad y autorreferencialidad de la serie ya habían sido presentadas antes en programas como *The Flintstones*, tal y como ilustra la **Figura 1**.



Figura 1

John Thornton Caldwell también objeta que la narrativa intertextual desenfundada sea propia de la posmodernidad y afirma que todos los rasgos formales y narrativos de la televisión que se consideran únicos y propios de la posmodernidad han estado presentes en el medio desde sus inicios:

*Television history, unlike Hollywood film history, cannot be as neatly periodized into sequential stylistic categories: primitive, classical, baroque, modern, and postmodern. The hip gratifications that results from discovering loaded intertexts in *The Simpsons*, for example, are not necessarily unique to television in the 1990s, and tend to overshadow the fact that intertextuality was a central component in television from the start. (Caldwell, 1995:23).*

Según Caldwell, por ejemplo, *Ernie Kovacs Show* (NBC, 1955-56) parodiaba las convenciones culturales; *The Geroge Burns and Gracie Allen Show* (CBS, 1950-58) era autoreflexivo, *The Continental* (CBS, 1952) se dirigía directamente a la audiencia y *Texaco Star Theater* (NBC, 1948-53) explotaba la intertextualidad, mientras *Your Show of Shows* (NBC, 1950-54) hacía lo mismo con el pastiche. También tomando como referencia a *The Geroge Burns and Gracie Allen Show*, Rosa Álvarez Berciano señala que la comedia reflexiva o la metacomedia está presente en la televisión norteamericana casi desde su nacimiento (1999:121).

Jonathan Gray, en la misma línea de Caldwell, descarta la etiqueta de “posmoderno” sosteniendo que la intertextualidad es propia de toda textualidad:

Intertextuality is endemic to all textuality, not just contemporary textuality. (...) While intertextuality was born as a term around the same time as postmodernism, and hence is often seen as belonging to the same theoretical cohort, its presence throughout world literature makes it a considerably older process (Gray, 2006: 5).

En su libro “Sobre literatura”, Eco analiza las cuatro características de sus novelas que la crítica ha señalado de posmodernas: la metanarratividad, el dialogismo, el *double coding* y la ironía intertextual. Y, en todos los casos, también demuestra que sus orígenes tienen lugar en épocas muy anteriores a la posmodernidad. Por ejemplo, la metanarratividad²⁰ asegura que se encuentra ya manifiesta en Manzoni; del dialogismo señala que no es virtud ni vicio posmoderno y añade que “de otro modo Bajtín no habría podido hablar al respecto con tanto adelanto” (2005 [2002]: 224) y, refiriéndose al *double coding* y los *best seller* de calidad, afirma que, en cierto sentido, son un “fenómeno tan antiguo como el mundo” (227).

Ahora bien, aunque no se considere apropiado etiquetar de “posmoderno” el objeto de estudio de esta tesis, ni encasillar en la posmodernidad la intertextualidad, la autorreflexividad y la parodia, es preciso destacar que el uso de dichas estrategias transtextuales ha aumentado significativamente su intensidad, frecuencia y centralidad en la estructura narrativa del texto durante las últimas décadas²¹. A diferencia del pasado, las comedias animadas actuales están saturadas de referencias intertextuales de todo tipo y, aunque la parodia y el humor irreverente no son extraños a la televisión, estas comedias marcan un nuevo régimen de humor autorreferencial y distancia irónica. Tal y como señala Ott (2007), ninguno de los mecanismos señalados como posmodernos son nuevos en el medio, sino que ya se habían puesto de manifiesto con anterioridad. La diferencia es que ahora se han renovado y generalizado, predominan en el *prime time* y han invadido incluso los géneros y formatos más tradicionales (Ott, 2007: 76).

20 El autor la define como “reflexión que el texto hace sobre sí mismo y la propia naturaleza, o como intrusión de la voz del autor que medita sobre lo que está contando y que incluso llega a exhortar al lector a que comparta sus reflexiones” (Eco, 2005 [2002]: 224).

21 Llama la atención el hecho de que el posmodernismo en las artes sea considerado una reacción contra el modernismo, mientras que en el caso de la televisión consista en la popularización de técnicas modernistas.

0.6. Estructura de la investigación

Con el objetivo de que el lector pueda introducirse en las comedias animadas de *prime time* de manera progresiva, la presente investigación se articula en dos grandes partes: una teórica y descriptiva y otra práctica y analítica. La primera está integrada por tres capítulos en los que se recoge toda la información sobre las comedias animadas de la cual se dispone hasta el momento y toda aquella que, proveniente de otros campos, pueda contribuir a su investigación. La segunda parte aborda directamente la muestra del estudio y expone en dos capítulos el análisis de género y contenido que se ha llevado a cabo sobre las cinco comedias animadas de *prime time* seleccionadas.

El capítulo 1, “Historia de la animación de *prime time*”, ofrece un recorrido histórico por las comedias animadas de *prime time*, desde *The Flintstones* (ABC, 1960-66) hasta *Unsupervised* (FX, 2012-), en el que se pone de manifiesto la evolución del subgénero y se evidencia su característica definitoria: su carácter intertextual y su naturaleza crítica. El capítulo 2, “La animación”, explica la transformación de la audiencia de la animación, desde sus inicios hasta nuestros días; el rol de dicho formato en la cultura norteamericana; su lenguaje propio y sus ventajas frente a la imagen real. Por último, cualquier intento por explicar el poder teórico, cómico o crítico de la parodia debe ser precedido de una adecuada teorización de cómo funciona la intertextualidad y la hipertextualidad. Por ello, en el capítulo 3, “Intertextualidad y parodia”, se expone el desarrollo de dichos conceptos. A lo largo de su evolución, la intertextualidad se ha convertido en una especie de término comodín. Para algunos autores es un sinónimo de deconstrucción o posestructuralismo (Mai, 1991), mientras para otros es un vocablo para designar influencia o alusión (Iampolski, 1998; Riffaterre, 1990). En determinados contextos, la intertextualidad se refiere a un espacio infinitamente abierto de interacción textual (Barthes 1990; Collins 1992; Fiske 1989), pero para otros autores simplemente significa la consideración de todos los textos entre ellos. La intertextualidad es, en definitiva, un concepto poderosamente camaleónico; sin embargo, en este estudio nos ajustaremos a la definición de Bakhtin (1986, 2002) y Kristeva (1978), desarrollada posteriormente por Genette (1989), quien entiende la intertextualidad como un diálogo perpetuo y liberador entre los textos.

La segunda parte de la tesis está compuesta de dos capítulos: el capítulo 4, “La comedia de situación como objeto de imitación satírica”, y el capítulo 5, “La citación intertelevisiva”. A partir de una lectura crítica de las cinco series que conforman el objeto de estudio, el capítulo 4 estudia el modo en que las comedias animadas adoptan o menoscaban las estrategias genéricas, los códigos y la lógica de la *sitcom* y, de esta manera, cómo se convierten en hipertexto paródico de dicho formato. Las comedias animadas repiten algunos elementos narrativos de la *sitcom*, por ejemplo, los escenarios; pero también atacan otros de estructura como los finales felices, las risas enlatadas o los mismos personajes.

El capítulo 5, por su parte, examina con detenimiento las referencias intertextuales de la comedia animada. Dichas referencias incluyen películas, canciones, videojuegos,

cómics, obras de teatro, páginas webs, etc. Sin embargo, el objetivo del presente trabajo son las referencias televisivas y sobre dichas referencias se centra el análisis.

Las referencias intertelevisivas son introducidas y presentadas dentro del relato de forma muy heterogénea, de allí la necesidad de desarrollar una tipología para definir las y categorizarlas. Dada la carencia de investigaciones de este tipo en el ámbito de la televisión, la tipología se ha construido principalmente a partir de la clasificación de las relaciones intertextuales de Gerard Genette (1989 [1982]) e integrada con la desarrollada por Eco (1988 [1985]) y los estudios fílmicos, entre las que destacan las de Robert Stam, Robert Burgoyne y Sandy Flitterman-Lewis (1999 [1992]) y Harries (2000).

A grandes rasgos, se puede definir cinco categorías intertelevisivas globales: ficción y entretenimiento, informativos, publicidad, sistema televisivo y autorreferencias. El primer apartado, “Ficción y entretenimiento”, se centra en la forma en que las comedias animadas dialogan con otros géneros ficcionales y de entretenimiento y se establece una clasificación de las relaciones intertelevisivas a partir del elemento al que hacen alusión: episodios, personajes, temas musicales, etc. El segundo, “Informativos”, explica el debate sobre el que versan muchos estudios académicos: espíritu informativo y exposición seria y objetiva de la información vs. espectáculo y simple entretenimiento. A continuación, la sección “Publicidad” analiza la crítica que las comedias animadas de *prime time* hacen, a través de la parodia e imitación de estrategias comerciales, a la publicidad y la cultura de la promoción. Como el resto de textos televisivos, los anuncios cobran sentido solo dentro de una red intertextual, por ello se examina como la parodia contribuye a nuestra decodificación de los anuncios y los mensajes publicitarios. El apartado “Universo televisivo” explora las referencias a otras cadenas, la organización de las audiencias televisivas y algunos fenómenos del medio como el *zapping* o el *spin off*. Finalmente, en “Autorreferencialidad” se abordan las referencias de carácter reflexivo, es decir, las autorreferencias. De esta manera, los dos últimos apartados demuestran que la crítica hecha por las comedias animadas a la televisión no se limita a géneros y publicidad, sino que su parodia ataca también a su propio medio de transmisión, el sistema televisivo, y a sí mismas como textos televisivos y productos culturales.

PARTE I.

LA COMEDIA ANIMADA DE *PRIME TIME*

1. HISTORIA DE LA ANIMACIÓN DE *PRIME TIME*

1.1. Los orígenes de la animación en *prime time*

El 30 de septiembre de 1960, al inicio de la temporada 1960-61, ABC presentó la comedia animada de Hanna-Barbera *The Flintstones*; pero no como un programa infantil para las tardes, sino como una serie de *prime time* para adultos. *The Flintstones* era la primera serie animada dirigida específicamente al público adulto, con un único escenario y con un grupo de personajes determinado²². Sin embargo, y a diferencia de lo que suele afirmarse, no fue el primer programa animado emitido en *prime time*, sino la primera serie cómica animada en ser presentada a partir de las 20:30 horas, el límite en el que tradicionalmente se cerraba la programación infantil e iniciaba la adulta.²³

El pionero de la animación en *prime time* fue Walt Disney con su programa *Disneyland* (ABC, 1954-61). Entre 1954 y 1958, el programa se emitía los miércoles entre las 19:30 y las 20:30 horas. No obstante, en la temporada 1958-59 *Disneyland* no solo cambió de nombre (pasó a titularse *Walt Disney presents*), sino también de horario (los viernes entre las 20:00 y las 21:00 horas). Pero aunque *Walt Disney presents* adelantara dos años a *The Flintstones* al ser programada también a las 20:30 horas, esta última es reconocida como la primera serie de animación en cruzar esta franja del *prime time* porque *Walt Disney presents* no era un programa exclusivamente de animación. La serie antológica de Disney mezclaba antiguos cortos animados cinematográficos con nuevos segmentos de “imagen real”²⁴, como documentales de historia natural y especiales “behind the scene”. El paso del cine a la televisión no supuso un cambio radical en las animaciones de Disney: no hubo innovación ni se exploraron las capacidades creativas del nuevo medio. El uso de la televisión tuvo únicamente propósitos comerciales: crear un espacio promocional de su parque temático, Disneyland Park y continuar amortizando sus productos cinematográficos²⁵. De hecho, el programa estaba dividido

22 Hasta el momento, los programas animados estaban formados por diferentes segmentos, regularmente tres historias de entre siete y ocho minutos cada una. Cada una con unos personajes, escenarios e historias completamente diferentes.

23 En Estados Unidos de América, a partir de 1948, cuando se establece una programación consecutiva en las principales cadenas (ABC, CBS y NBC), el *prime-time* se fija entre las 19:00 y las 23:00 horas. A partir de 1972, sin embargo, se determina que el *prime-time* inicia a las 20:00 horas, a excepción de los domingos que continua comenzando a las 19:00 horas.

24 En consonancia con las traducciones de Maureen Furniss y Paul Wells al castellano, se emplea el término “imagen real” en contraposición al de “animado” o “de animación”.

25 Desde antes del estreno de *The Flintstones* hasta después de la última aparición de la serie en 1981, Disney emitió de forma paralela una serie antológica. A continuación se ofrece un recuento del programa bajo sus distintos títulos, cadenas y horarios. Durante la temporada 1954-55, es decir, seis temporadas antes del estreno de *The Flintstones*, ABC empieza a emitir *Disneyland* los miércoles entre las 19:30 y las 20:30 horas. En la temporada 1958-59 el programa cambia de nombre, ahora *Walt Disney Presents* y pasa a transmitirse los viernes entre las 20:00 y las 21:00 horas. En 1959 vuelve al horario de entre las 19:30 y las 20:30 horas, los viernes. En la temporada 1960-61, se traslada a los domingos entre las 18:30 y las 19:30 horas. A partir de la temporada 1961-62, las animaciones de Disney pasan a ser transmitidas por la NBC y, para destacar la incorporación del color, el programa es titulado *Walt Disney's Wonderful World of Color*. Desde el otoño de 1961 hasta el verano de 69,

en cuatro secciones: 'Frontierland', 'Tomorrowland', 'Adventureland' y 'Fantasyland', las cuatro áreas del parque de atracciones (Wells, 2002a: 77).

CBS *Cartoon Theater* (CBS, 1956) siguió la misma línea de *Disneyland*. De hecho, el programa había sido desarrollado precisamente para competir con *Disneyland*, los miércoles a las 19:30 horas. CBS *Cartoon Theater* era presentado por Dick Van Dyke y se emitió en prime time durante el verano de 1956 (entre el 13 de junio y el 5 de septiembre). También incluía segmentos de imagen real y cortos del estudio de animación Terrytoons, fundado por Paul Terry²⁶. Una característica especial del programa era que contenía secuencias en las que el presentador aparecía 'hablando' directamente con los personajes animados.

Finalmente, otro programa animado precedió al estreno de *The Flintstones: The Gerald McBoing Boing Show* (CBS, 1956-58). Se trataba de la versión televisiva del corto cinematográfico de United Productions of America (UPA), *Gerald McBoing-Boing*²⁷, estrenado el 2 de noviembre de 1950. Aunque algunos historiadores afirman que esta serie adelantó dos años a *The Flintstones* en ser la primera serie completamente animada de prime time, *The Gerald McBoing Boing Show* solo fue emitida en dicha franja horaria durante un verano. El programa se emitió originalmente entre diciembre de 1956 y marzo de 1957, los domingos a las 17:30 horas; pero en el verano de 1958, entre mayo y octubre, sus 13 episodios fueron repetidos los viernes entre las 19:30 y las 20:00 horas. *The Gerald McBoing Boing Show* fracasó en su intento de competir con *The Adventures of Rin Tin Tin* (ABC, 1954-59) y *Truth or Consequences* (NBC, 1954-65) y tuvo una muy breve incursión en el prime time. Wendy Hilton-Morrow y David T. McMahan (Hilton-Morrow & McMahan, 2003) aseguran que *The Huckleberry Hound Show* (1958-62) y *The Quick Draw McGraw Show* (1959-62) también debutaron en prime time o poco antes de éste en syndication²⁸; sin

el programa es emitido entre las 19:30 y las 20:30 horas los domingos. En la siguiente temporada (1969-70), tres años después de la muerte de Walt Disney, el nombre del programa debe ser cambiado nuevamente y pasa a convertirse en *The Wonderful World of Disney*, sin embargo hasta 1975 continúa emitiéndose en el mismo horario. Durante las siguientes dos temporadas (1975-76 y 1976-77) el programa vuelve al horario de 19:00 a 20:00 horas. En la temporada 1977-78 fue alargado y presentado entre las 19:00 y las 21:00 horas, para volver a ser recortado de 19:00 a 20:00 horas en la temporada 1978-79. En la temporadas 1979-80 pasa a llamarse *Disney's Wonderful World*. A partir de 1981-82, la NBC cancela las animaciones de Disney (en su lugar emite *The Flintstones* y *Here's Boomer*) y toma el relevo la CBS. La cadena cambia una vez más el nombre del programa a *Walt Disney* y es trasladado a los sábados entre las 20:00 a las 21:00 horas. Durante la temporada 1982-83 se mantiene en el mismo horario, pero en las siguientes tres temporadas (1983-84, 1984-85 y 1985-86) el programa desaparece del prime-time. En la temporada 1986-87 las animaciones de Disney vuelven a la ABC bajo el título de *Disney Sunday Movie* y se programan entre las 19:00 y las 21:00 horas los domingos, aunque en la siguiente temporada (1987 y 1988) se reduce al horario de 19:00 a 20:00 horas. En 1988 Disney retorna a la NBC, en el mismo horario que en la ABC, pero con el consecuente cambio de nombre: *The Magical World of Disney*. Finalmente, en la temporada 1989-90 el programa deja de emitirse definitivamente.

26 Entre sus personajes más famosos se encuentra: Deputy Dawg, Dinky Duck, Gandy Goose, Heckle y Jeckle, Little Roquefort, Luno, Mighty Mouse y Sour Puss.

27 *Gerald McBoing-Boing* fue un personaje muy famoso durante los cincuenta. Se trataba de un niño pequeño que no podía hablar como el resto de personas, pero que podía reproducir cualquier sonido.

28 Syndication se refiere a la venta de los derechos de emisión de un programa de televisión, especialmente a más de un cliente, como una estación de televisión, un canal por cable o un servicio de programación. En algunas ocasiones se traduce al castellano como sindicación, sin embargo, dicho término designa el acto

embargo, ninguno de los dos programas consta en los directorios de *prime time* (Brooks & Marsh, 1985 [1979]; McNeil, 1991 [1980]).

1.1.1. *The Flintstones*

Aunque para finales de los cincuenta ya se había generalizado la idea de que la animación era un formato exclusivo de los niños, las producciones animadas de Hanna-Barbera habían conseguido revisar el concepto de audiencia infantil y atraer a un amplio público adulto. Un informe de la revista *TV Guide* sugirió que el 40% de la audiencia del *Huckleberry Hound* (*syndication*, 1958-62) eran adultos²⁹; mientras que otro artículo describía los rituales diarios que generaba el visionado de la serie en un bar de Seattle³⁰. El siguiente estreno de la productora, *Quick Draw McGraw* (*syndication*, 1959-62), parodiaba los entonces populares *westerns* y también obtuvo mucho éxito entre los adultos. En 1960, con dichos antecedentes, los mismos estudios Hanna-Barbera decidieron llevar a cabo una encuesta y los datos que dicha encuesta arrojó demostraban que el 65% de la audiencia de sus dibujos animados eran adultos (Javna, 1985).³¹

No era de extrañar entonces que John Mitchell, vicepresidente de Screen Gems (distribuidor original de Hanna-Barbera Productions), sugiriera a la productora crear una serie animada dirigida específicamente a los adultos, pero no con animales antropomorfizados como *Huck Hound* o *Yogui Bear*, sino con personas animadas. Hanna-Barbera aceptó la sugerencia y así nació *The Flintstones*.

La siguiente consideración en el desarrollo del nuevo proyecto era que debía ser una comedia de situación, un género muy fértil a finales de los cincuenta y principio de los sesenta. Y como Hanna y Barbera eran grandes fans de la *sitcom* de Jackie Gleason *The Honeymooners* (CBS, 1955-56), la nueva serie animada repetiría la fórmula de dicha programa: un fanfarrón de clase media, su atareada esposa y su extravagante mejor amigo, quien también estaba casado. Así fue como *The Flintstones* se convirtió en un hipertexto del formato *sitcom*, que recogió sus convenciones y estrategias narrativas.

Pero, a pesar del enorme apoyo de John Mitchell de Screen Gems, *The Flintstones* fue rechazada por las dos cadenas más importantes del momento, CBS y NBC. Ninguna de las dos consideraba apropiada la animación para el *prime time* y pensaban que la serie era demasiado original y excéntrica, demasiado arriesgada. Sin embargo ABC,

o efecto de sindicarse. Por ello, y a falta de un término más apropiado, se mantiene la palabra en idioma original.

29 *TV Guide*. (1959) "The Blue-Blooded Hound Who's in the Black". En: *TV Guide*, 10 enero 1959, p. 28-9. Citado en Mittell, 2003.

30 *TV Guide*. (1960) "Satire from the Animal Kingdom". En: *TV Guide*, 23 enero 1960, p. 20-22. Citado en Mittell, 2003.

31 Javna, J. (1985). *The TV theme song sing-along song book 2*. New York: Hal Leonard/St. Martin's. Citado en Hilton-Morrow y McMahan, 2003.

deseosa de consolidar su identidad, la aceptó. Hacia 1960, la ABC estaba en desventaja en relación a NBC y CBS: era la más joven de las tres³², no contaba con los grandes talentos de las otras cadenas y era deficiente en capital y penetración de mercado. ABC intentaba equipararse al resto arriesgándose con programas originales que los otros no querían y deseaba atraer la audiencia que precisamente los otros emisores no atraían. Al igual que la Fox en los noventa, su estatus marginal forzó a la cadena a experimentar y seguir caminos menos tradicionales.

Una vez incorporada la serie dentro de una cadena, solo quedaba conseguir un patrocinador; tarea nada fácil teniendo en cuenta que se trataba de una serie animada en *prime time*. En primer lugar, no existía ni un solo episodio completo para enseñar entre los posibles “compradores” y, en segundo, los patrocinadores habituales de las comedias animadas eran empresas orientadas al mercado infantil, como las de cereales o refrescos, que no están interesadas en la franja de *prime time*. Quienes sí estaban interesados en dicha franja, no obstante, no estaban dispuestos a invertir en animación, un formato considerado para niños. Aun así, después de mucho esfuerzo, la serie fue elegida por Miles Laboratories, fabricantes de One-a-Day Vitamines, y Reynolds Tobacco Company, definitivamente un patrocinador adulto.³³

The Flintstones apareció en una época en que la “familia suburbana” empezaba a estar en auge: la sociedad norteamericana se había trasladado de la urbe a los barrios de las afueras entre finales de los cincuenta y principios de los sesenta³⁴. Los Flintstones también vivían en un área residencial suburbana, en este caso, la de la ficticia ciudad de Bedrock. Sin embargo, la pareja protagonista de la serie no se acomodaba al imaginario de “familia suburbana extensa” de la *middle-class sitcom*, sino que se asemejaba más a la familia nuclear de la *working-class sitcom*. Fred Flintstones representaba al niño irracional, mientras que Wilma era la adulta. Incluso, cuando tuvieron hijos, ella se convirtió en la verdadera figura paterna, mientras Fred continuó siendo infantil, discutiendo por trivialidades o pensando en cómo hacerse rico rápidamente y así poder dejar su aburrido trabajo en Slate Rock and Gravel Company³⁵. Fred trabajaba como operador de una grúa (en realidad, un brontosaurio) y su empleo estaba en constante peligro. Un episodio típico de *The Flintstones* incluía que le despidieran y le volvieran a contratar

32 ABC había sido lanzada en televisión en 1948, mientras que NBC y CBS lo habían hecho en 1938 y 1941, respectivamente.

33 A partir de la tercera temporada, cuando la pareja tiene una hija, se retira el patrocinio de Reynold Tobacco y es reemplazado por el de Welch’s Grape Juice y Skippy Peanut Butter, marcas más “familiares”. Además, el programa deja de ser transmitido a las 20:30 horas y se adelanta hasta las 19:00 horas a partir de la cuarta temporada. Se dice que desde ese momento, la serie deja de estar enfocada al público adulto.

34 A pesar del paso de los años, este es un elemento que ha marcado muchas de las *sitcoms* animadas familiares posteriores. También los Brown (*The Cleveland Show*), los Smith (*American Dad!*), los Hill (*King of the Hill*), entre otros, viven en grandes casas a las afueras.

35 Este es otro elemento que se repite en las *sitcoms* animadas familiares. Por ejemplo, Homer Simpson (*The Simpsons*) y Peter Griffin (*Family Guy*) también tienen muchos problemas laborales y suelen quejarse de no llegar a fin de mes, aunque siempre los vemos verlos realizando actividades de ocio, de vacaciones o comprando objetos innecesarios.

o que le ascendieran y le degradaran. Sin embargo, a pesar de la supuesta inestable situación económica de la familia, Fred solía aparecer jugando a los bolos, billar, póker, incluso apostando, y Wilma disponía de aplicaciones domesticas de última generación, aún cuando vivía en la edad de piedra.

En efecto, los Flintstone eran una familia de la era prehistórica: no usaban zapatos, utilizaban huesos para atarse el cabello e incluso tenían como mascota a un dinosaurio (Dino). No obstante, contaban con todo tipo de electrodomésticos. De hecho, una parte importante del atractivo de la serie residía en la reproducción de todas las tecnologías con materiales propios de la era de piedra o con la ayuda de animales como fuentes de energía o aplicaciones completas. Por ejemplo, los coches de la época (los troncomóviles) eran de madera, tenían ruedas de piedra, estaban tapizados con pieles de animales e impulsados por los pies de los pasajeros; mientras que la aspiradora era una cría mamut que estornudaba con frecuencia; la ducha la trompa de un mamut adulto; la lavadora el pico de un pelicano lleno de agua jabonosa y un pájaro carpintero prestaba su pico como aguja de un gramófono. Un *running gag* muy frecuente de la serie consistía en que el animal empleado como aplicación doméstica “rompía la cuarta pared”, miraba directamente a la cámara, se encogía de hombros y decía: “Eh! It’s a living”.

La mezcla de elementos prehistóricos y la tecnología más moderna, además de ofrecer infinitas posibilidades de construir *gags*, ref ejaba la naturaleza autorref exiva de la serie: señalaba la capacidad inherente de la animación para mostrar cosas que la imagen real no puede representar. Además, al introducir en la edad de piedra lo que era esencial en el estilo de vida americano de los años sesenta, *The Flintstones* provocaba una continua sensación de extrañamiento o alienación que permitía a los telespectadores ver, desde la distancia, su propia sociedad y reconocer en ella la creciente e intensa ‘tecnologización’ de la vida cotidiana.

Otro elemento particular de *The Flintstones* que gustaba mucho al público era la incorporación de importantes estrellas de la época, como Ann-Margret o Tony Curtis, quienes daban voz a algún personaje de la serie. La más citada e importante de todas fue la intervención de Elizabeth Montgomery y Dick York, protagonistas de *Bewitched* (ABC, 1964-72), en el episodio “Samantha” (T6.E6) durante la sexta y última temporada del programa. Montgomery y York no solo dieron voz a un personaje sino que “aparecieron”, en versión animada, dentro de *The Flintstones*, protagonizando así el primer *crossover* entre una serie de acción real y una animada. Pero “Samantha” no fue el único episodio de la serie que hacía referencia al mundo de la televisión. En *The Flintstones* aparecieron también parodias de otros programas como *Perry Gunn* (titulado como “Perry Gunnite” en el episodio “Love Letters on the Rocks” [T1.E21]), *Alfred Hitchcock Presents* (como “Alvin Brickrock Presents” en “Alvin Brickrock Presents” [T2.E4]), *Sing along with Mitch* (como “Hum along with Herman” en “Flintstone Canaries” [T4.E6]), *Candid Camera* (como “Peek-a-boo Camera” en “Peek-a-Boo Camera” [T4.E14]), *The Addams Family* y *The Munsters* (como los Gruesome en “The Gruesomes” [T5.E9]), *Burke’s Law* (como “Boulder’s Law” en “The Rolls Rock Caper” [T5.E23]) y *Flipper* (como “Dripper” en “Dripper” [T6.E24]).

Además, Fred participó en la grabación de un episodio de “Hawaiian Spy” (parodia de *Hawaiian Eye*) en el episodio “Hawaiian Escapade” (T3.E10) y Barney concursó en “The Prize is Priced” (parodia de *The Price is Right*) en “Divided We Sail” (T2.E29). También Wilma consiguió su propio programa de televisión en “The Happy Household” (T2.E23); fue descubierta por un productor de televisión en “A Star Is Almost Born” (T2.E17) y obtuvo un papel en la sitcom “The Frogmouth” en “Hollyrock, Here I Come” (T1.E10). Incluso, Dino saltó a la fama interpretando a “Sassie” (parodia de *Lassie* [CBS, 1954-73]) en “Dino Goes Hollyrock” (T3.E1).

The Flintstones incorporó también algunas tramas relacionadas con el mundo de la música, el cine, incluso de la publicidad. Por ejemplo, en “The Girls’ Night Out” (T1.E15), Fred se convierte en estrella del Rock ‘n’ Roll al estilo Elvis Presley y en los episodios “The Monster from the Tar Pits” (T1.E6), “Son of Rockzilla” (T4.E24) y “Fred Meets Hercurock” (T5.E25) participa en el rodaje de las películas “Monster from the Tar Pits”, “Son of Rockzilla” y “Hercurock”, respectivamente. Por último, en “Fred Flintstone: Before and After” (T1.E28), el mismo Fred aparece en el anuncio de un producto dietético como la foto de “Antes”, es decir, como era la persona antes de utilizar el producto y perder peso.

En la mayor parte de estos episodios, el mundo del espectáculo era representado de forma negativa, como una fábrica de mentiras, imágenes y sueños falsos, plagado de agentes manipuladores, hipócritas y aduladores expertos en dirigir el gusto adolescente (Torrelavega, 2010: 170) y deseosos de encontrar jóvenes artistas a los que moldear y explotar. Por ello, al final del episodio, los Flintstone siempre descubrían que la familia era más importante que el dinero y que ser rico no compensaba el sacrificio de renunciar a los amigos de verdad. Ahora bien, la crítica al mundo del espectáculo se llevaba a cabo con un toque sutil y mucho humor, de manera que la sugerencia de la imperfección de la industria cultural pasara desapercibida (Booker, 2006: 9).

1.1.2. De *The Bugs Bunny Show* a *Jonny Quest* (1960-64): Series sin éxito en *prime time* pero perdurables en la cultura popular americana

The Flintstones no solo creó un precedente al demostrar que la animación podía funcionar de forma serializada y en episodios de 30 minutos completos (incluidos anuncios); sino que además, compitiendo con *Route 66* (CBS, 1960-64) y *The Westerner* (NBC, 1960), terminó su primera temporada en el número 18 de la lista de ratings de Nielsen, dándole un éxito a ABC en un género diferente al western.

Desde el inicio de sus emisiones en 1948 hasta el estreno de *The Flintstones*, muy pocas veces la ABC había visto incluir uno de sus programas en el Top 30 de Nielsen. Y la gran mayoría de los que lo habían conseguido eran westerns: *The Lone Ranger* (1949-57), *The Adventures of Rin Tin Tin* (1954-59), *The Life and Legend of Wyatt Earp* (1955-61) *Cheyenne* (1955-63) *Sugarfoot* (1957-61), *Maverick* (1957-62), *Lawman* (1958-62) y *The Rifleman* (1958-63). Los únicos programas que no pertenecían al western y llegaron al Top 30 en la

primera mitad de los cincuenta fueron *Disneyland*³⁶ y *Stop de Music*³⁷ (1949-52, 54-56), un concurso musical.

Sin embargo, los westerns iban bajando de posición año tras año en el ranking, hasta desaparecer. Por ejemplo, *The Lone Ranger* consiguió el número 7 en la temporada de 1950-51 y descendió hasta el 29 en la de 1952-53. En la siguiente temporada, ya no figuraba entre los programas más vistos. *The Life and Legend of Wyatt Earp* saltaba del número 6 en 1958 al 20 en 1960. *Cheyenne* del 12 en 1958 al 28 en 1961 y *The Rifleman* del 4 al 27 entre 1959 y 1961. Por el contrario, las comedias iban en aumento. *The Real McCoys* (1957-62) consiguió el octavo lugar en 1959 y el quinto en el 1961. El mismo año en que *My Three Sons* (1960-65) alcanzaba la posición 13 (Brooks & Marsh, 1985 [1979]; Castleman & Podrazik, 2003 [1982]; McNeil, 1991 [1980]).

El creciente éxito de las comedias en general y *The Flintstones* en particular llevó a la ABC a considerar la posibilidad de que la comedia animada se convirtiera en la tendencia que remplazaría el género western, que ya había iniciado su decadencia. Por ello, junto a *The Flintstones*, la cadena programó dos comedias animadas más en las noches de la temporada 1960-61: *The Bugs Bunny Show* y *Matty's Funday Funnies*. *The Bugs Bunny Show* (1960-62) se estrenó y programó los martes a las 19:30 horas, con el patrocinio de General Food (Post cereals, Tang, etc.). Por su parte, *Matty's Funday Funnies*, que durante 1959 se emitía los domingos en la tarde, fue estrenada en prime time los viernes a las 19:30 horas, la misma franja en la que *Walt Disney Presents* había reinado desde 1958³⁸. Sin embargo, la serie no desarrolló una verdadera identidad hasta que no evolucionó a *Beany and Cecil*³⁹ durante su tercera temporada.

En la década de los sesenta ya estaba bien establecida la tendencia televisiva a imitar todos los programas de éxito, por ello no fue de extrañar que en la temporada 1961-62 más programas animados siguieran los pasos de *The Flintstones* y se trasladaran al prime time. En dicha temporada, *The Flintstones* y *The Bugs Bunny Show* continuaron en el mismo horario; sin embargo, *Matty's Funday Funnies* pasó de los viernes a las 19:30 horas a los sábados a las 19:00 horas. La ABC continuó apostando por la animación con la incorporación de dos nuevas series: *Calvin and the Colonel*, los martes a las 20:30 horas, y *Top Cat*, los miércoles en el mismo horario.

Calvin and the Colonel no consiguió niveles de audiencia satisfactorios ya que competía los martes en la noche con *Alfred Hitchcock Presents* (NBC) y *The Many Lovers of Dobie Gillis* (CBS). Además, los productores no podían entregar a tiempo la programación y la audiencia terminaba confundándose con los horarios, por lo que fue retirado al cabo de seis semanas. Sin embargo, volvió para terminar la temporada y cumplir un acuerdo

36 Consiguió las posiciones 6, 4 y 14 en 1955, 1956 y 1957, respectivamente.

37 Se posicionó en el número 23 en 1951.

38 A partir del otoño de 1960, *Walt Disney Presents* fue trasladado a los domingos para competir con *Shirley Temple Theater* (NBC, 1958-61), también conocido como *Shirley Temple's Storybook* y *The Shirley Temple Show*.

39 Ver pág. 45.

firmado por 26 episodios. Durante su segunda etapa (enero-septiembre de 1962), se emitió los sábados a partir de las 19:30 horas.

Top Cat, al igual que *Calvin and the Colonel*, resultó una gran decepción para la ABC. Después del éxito de *The Flintstones*, la ABC no dudó ni un segundo en lanzar otra comedia animada producida por Hanna-Barbera y estreno *Top Cat* el 27 de septiembre de 1961, patrocinada por Kellogg's y Bristol-Myers (Bufferin). Así como *The Flintstones* estaba inspirada en *The Honneymooners*, *Top Cat* tomó como referente otra serie popular: *The Phil Silvers Show* (CBS, 1955-59). Las similitudes con dicha serie eran incuestionables: el líder chanchullero (Sgt. Bilko/*Top Cat*), la figura de autoridad en uniforme (Colonel Hall/Officer Dibble), el infeliz de la pandilla (Pvt. Doberman/Benny the Ball)⁴⁰ y el resto de elementos del grupo. Lo que en *The Flintstones* era solo una alusión aquí era una réplica: el mismo tipo de estafa, el mismo ritmo del discurso (ambos protagonistas eran muy locuaces), los mismo desenlaces, etc. Incluso, Arnold Stag, quien daba voz a *Top Cat*, imitaba la voz de Phil Silvers.

Otro punto en común de la serie con *The Flintstones* era la citación a otros trabajos de la cultura popular. Por ejemplo, en el episodio "Naked Town" hace referencia al programa *Naked City* (ABC, 1958-63). También se hacen muchas alusiones a trabajos anteriores de Hanna-Barbera. En "All that Jazz" (T1.E3), el protagonista y sus amigos aparecen leyendo comics, entre los que se alcanzan a ver uno de Yogi Bear y otro de Huckleberry Hound. En "The Rafeef eas" (T1.E13), la pandilla ve dos estatuas en un museo que llevan la inscripción "Prehistoric Man". Choo-Choo insiste en que ha visto esas figuras antes: "...maybe on T.V.", afirma, pero *Top Cat* lo ignora. Las estatuas, en efecto, eran de personajes de la televisión: Fred Flintstone y Barney Rubble. Y en "A Visit from Mother" (T1.E8), El Kabong, el alter ego de Quick Draw McGraw, aparece cantando en el fondo. Además, como muestra del carácter imprescindible de la televisión en los hogares americanos, *Top Cat*, aunque era un gato callejero, tenía una antena de televisión instalada en el contenedor metálico de basura en el que dormía.

Pero, a pesar de las semejanzas con una serie de éxito, el humor adulto y que la competencia no era precisamente "salvaje" (*Checkmate* [CBS, 1960-62] y *The Joey Bishop Show* [NBC, 1961-64]), *Top Cat* no funcionó. A diferencia de *The Flintstones*, que apelaba al público adulto a través de la vida misma de sus protagonistas, *Top Cat*, al ser protagonizada por un animal, se identificaba con la audiencia infantil. Audiencia que una hora antes podía ver *The Alvin Show*, estreno animado de la CBS, pero que a las 20:30 horas ya no estaba disponible⁴¹. Además, fue muy difícil hacer episodios de 30 minutos y los momentos que se encajaban solo para llenar tiempo eran muy evidentes. Finalmente, solo estuvo una temporada en *prime time* y se emitieron 30 episodios.

40 De hecho, Maurice Gosfield, el actor que interpretaba a Pvt. Doberman en *The Phil Silvers Show*, daba voz a Benny the Ball en *Top Cat*.

41 Igualmente sucedía los martes, que a las 8:30 iniciaba *Calvin and the Colonel*, cuando *The Bugs Bunny Show* había comenzado una hora antes.

The Alvin Show fue la apuesta animada de la CBS, cadena que también se apuntó a la ola de dibujos animados en la temporada 1961-62. La serie, al igual que *The Bugs Bunny Show*, estaba patrocinada por General Foods y era emitida los miércoles a las 19:30 horas. Fue la primera serie basada en un grupo musical de éxito⁴² y se estuvo desarrollando durante dos años antes de estrenarse en televisión. Solo tuvo 26 episodios y fracasó compitiendo contra *The New Steve Allen Show* (ABC, 1961-62) y *Wagon Train* (NBC, 1957-62), el líder de toda la temporada.

Por último, durante la temporada 1961-62 la NBC lanzó *The Bullwinkle Show*, los domingos a las 19:00 horas. El show era el sucesor de *Rocky and His Friends*, una serie que había cosechado tanto éxito en su horario de tarde en ABC, que en 1961 NBC había decidido trasladarla a *prime time*. *The Bullwinkle Show* fue emitida en color, lo que le dio un extra frente a su competidora, *Lassie* (CBS, 1954-73), aún en blanco y negro⁴³. Y por su fuera poco, la NBC, a diferencia de lo que solía hacer la ABC con sus dibujos animados, empleó sus mayores armas promocionales para el lanzamiento de la serie. El éxito parecía asegurado. No obstante, Jay Ward, creador y productor de la serie, resultó ser mucho más polémico de lo que la cadena hubiese querido. En numerosas ocasiones la NBC tuvo que obligarle a dar explicaciones acerca de los comentarios que hacía un títere de Bullwinkle que aparecía durante los episodios. En uno de ellos, el títere criticaba el programa que se emitía a continuación, *Walt Disney's Wonderful World of Color*, que sugería que cualquiera que no tuviera una caja de colores era, según cita la revista *TV Guide*, "socially retarded". El títere de Bullwinkle afirmaba que el espectador creaba su "propio color":

It's really very easy. First think of you income tax. Next Mr. Khrushchev's later speech. Then think about what Mr. Disney said about your black-and-white set... Makes you see red, doesn't it? (Erickson, 2005 [1995]: 683).

La NBC quiso retirarla en numerosas ocasiones, pero no encontraba razones de peso, ya que la serie contaba con un nivel de audiencia saludable y el patrocinador, cereales General Mills, estaba satisfecho con los resultados. Finalmente, *The Bullwinkle Show* continuó en la cadena pero su horario fue adelantado una hora, es decir, que pasó a ser emitida a las 18:00 horas, fuera del *prime time*.

42 Sin embargo, suele considerarse que fue *The Beatles* (ABC, 1965-69) dado que el grupo *Alvin and the Chipmunks* solo cantaba una persona, Ross Bagdasaria, aunque interpretaba tres voces distintas. *Alvin and the Chipmunks* vendió cuatro millones de copias, recaudó 38 millones de dólares, 11 discos de oro y cinco premios Grammy.

43 Por su parte, la ABC inició las emisiones en color en septiembre de 1962 con el estreno de *The Jetsons*. *The Flintstone* y *Beany and Cecil*, la nueva *Matty's Funday Funnies*, pasaron también a emitirse a color después de dos temporadas transmitidas en blanco y negro. La CBS contaba con la tecnología necesaria para transmitir en color desde 1953; sin embargo, durante el resto de la década de los cincuenta y principios de los sesenta, la cadena emitió en color solo especiales. No fue hasta la temporada 1965-66 que CBS añadió color a su programación regular. Por ello, *The Alvin Show*, no apareció a color hasta que no fue enviada a *syndication*, en otoño de 1965. Finalmente, en otoño de 1967, casi toda la programación de las tres grandes cadenas (CBS, NBC y ABC) se transmitía en color.

De igual forma que el resto de comedias animadas de *prime time*, *The Bullwinkle Show* hacía referencias al mundo de la televisión. Uno de los ejemplos más citados es el de la secuencia “Metal Munching Mice”. Boris y Natacha, los archi-enemigos de Rocky y Bullwinkle, consiguen apoderarse de un ratón gigante que devora todas las antenas de televisión estadounidenses. La idea era hacer que los americanos, tan adictos a la televisión, dejaran de recibir la señal e inmediatamente migraran a otros países en los que aún pudieran verla. Así, Estado Unidos quedaría desierto y ambos villanos podrían cumplir sus maquiavélicos planes. Como es evidente, la secuencia, más allá de contener una trama absurda, era un comentario sobre la entonces creciente dependencia de los americanos a la televisión (Booker, 2006:24-25). Al igual que los animales en *The Flintstones*, los personajes de *The Bullwinkle Show* también solían “romper la cuarta pared” y dirigirse a la cámara o al narrador, demostrando así que eran conscientes de su propia condición de productos televisivos.

En resumen, durante la temporada 1961-62, más de veinticinco compañías productoras de Hollywood trabajaron en animación, se invirtieron más de 33 millones de dólares y siete comedias animadas se emitieron en *prime time* (Erickson, 2005 [1995]: 20). Sin embargo, el establecimiento de la animación como nueva tendencia televisiva en *prime time* no llegó a materializarse. El público de *The Flintstones*, la única comedia animada exitosa de la época, consideró la llegada de las nuevas series como simples “pretendientes del trono” (Erickson, 2005 [1995]: 20) y los espectadores se centraron en las *sitcoms*, los programas de variedades y, según el mismo Erickson, en la verdadera nueva tendencia de principio de los sesenta: el drama psicológico, con programas como *Ben Casey* (ABC, 1961-66), *Dr. Kildare* (NBC, 1961-66) y *The Defenders* (CBS, 1961-65).

En otoño de 1962, cinco de las siete comedias animadas⁴⁴ fueron eliminadas del *prime time*. CBS había invertido una importante suma de dinero con *The Alvin Show* y necesitaba recuperarla de alguna forma, aunque fuera a costa de programar la serie en otro horario. De esta manera, *The Alvin Show* se trasladó a los sábados en la mañana, entre junio de 1962 y septiembre de 1965⁴⁵. El movimiento de CBS fue un verdadero éxito y el resto de cadenas lo repitieron. *Top Cat* inicio sus reposiciones los sábados en la mañana en octubre de 1962. Se emitió en la ABC hasta marzo de 1963 y a partir de abril de 1965 pasó a NBC, donde permaneció hasta diciembre de 1968. Posteriormente, entre marzo y noviembre de 1979, *Top Cat* fue emitido por NBC en la misma franja. *The Bugs Bunny Show* desapareció de las noches de los martes en agosto de 1962. A partir de entonces inició una nueva versión de la serie para los sábados en la

44 Es preciso señalar que la programación de siete comedias animadas en *prime-time*, solo entre las tres cadenas más importantes de Estados Unidos (NBC, CBS y ABC) es un record que, a día de hoy, no se ha superado.

45 Posteriormente también en NBC, entre marzo y septiembre de 1979, bajo el título de *Alvin and the Chipmunks*.

mañana y se emitió, bajo diferentes títulos y en diferentes cadenas⁴⁶, hasta el 2000⁴⁷; convirtiéndose así en uno de los programas más longevos en la historia de la televisión americana. Por su parte, *The Bullwinkle Show* desapareció del prime time en 1962, antes de terminar su primera temporada, y se mantuvo los domingos en la tarde hasta 1964. En ese mismo año fue comprado por ABC, quien lo emitió hasta 1973 durante los sábados en la mañana. Entre 1981 y 1982 fue recuperado por NBC y presentado en la misma franja. Finalmente se trasladó a CBS durante el verano de 1991. Por último, *Calvin and the Colonel* fue catalogada como serie B⁴⁸ después de su cancelación y nunca se repuso, convirtiéndose así en la única comedia animada de prime time de la época que no reapareció durante los sábados en la mañana.

Al inicio de la temporada 1962-63, solo *The Flintstones* y *Matty's Funday Funnies*, ahora bajo el nombre de *Beany and Cecil*, continuaban en el prime time. ABC, a pesar de los fracasos, continuó apostando por la animación y lanzó una nueva producción de Hanna-Barbera, *The Jetsons* (domingos, 19:30 horas).

Beany and Cecil fue la serie sucesora de *Matty's Funday Funnies* y la versión animada del programa de títeres *Time for Beany* (Paramount Television Network, 1949-55). Se estrenó con el nombre *Matty's Funnies with Beany and Cecil*, pero después de tres meses fue reducido a *Beany and Cecil*. Desde el primer momento, *Beany and Cecil* se caracterizó por su intertelevisibilidad y su referencialidad metatelevisiva. La serie atacaba amigablemente a Disney: Disneyland era parodiada como "Beanyland"; Davy Crockett (el personaje de Disney) se convirtió en "Davy Cricket" y *Snow White and the Seven Dwarfs* se transformaron en el espectáculo de la Vegas "So What and the Seven Whatnots". También eran frecuentes las bromas a costa de anunciadores, figuras de autoridad y especialmente de censores. Por ejemplo, cada vez que Cecil era apaleado por Dishonest John, hacía una pausa, miraba a la cámara y preguntaba "Do you think there's too much violence on television?" (Erickson, 2005 [1995]: 126). Al igual que las anteriores comedias animadas de prime time, *Beany and Cecil* hacía muchas referencias a la cultura popular de los sesenta. Por el contrario, las comedias animadas emitidas durante las tardes o las mañanas de fin de semana evitaban este tipo de citación, dado que esta técnica ponía fecha a los productos y así era más difícil su venta para reposiciones. Cuando la serie fue cancelada del prime time al finalizar la temporada de 1963 y se trasladó a la parrilla de los sábados en la mañana (hasta 1968), pasó a ser multi-patrocinada y se pudieron editar los personajes de Matty Mattel y Sister Belle, que habían sido incluidos en un principio por razones únicamente comerciales.

46 *The Bugs Bunny/Road Runner Hour* (ABC, 1968-71), *The Bugs Bunny Show* (CBS, 1971-73/ABC, 1973-75), *The Bugs Bunny/Road Runner Hour* (CBS, 1975-78), *The Bugs Bunny/Road Runner Show* (CBS, 1978-84), *The Bugs Bunny/Looney Tunes Comedy Hour* (ABC, 1984-86), *The Bugs Bunny & Tweety Show* (ABC, 1986-92) y *The Bugs Bunny & Tweety Show* (ABC, 1996-99).

47 En 2000, Warner Bros. otorgó el uso exclusivo de todas sus animaciones de *Looney Tunes* y *Merrie Melodies* a Cartoon Network.

48 Es un término que se refiere a producciones secundarias, que no obtienen beneficios millonarios como las de categoría A.

Ahora bien, el estreno de la temporada, *The Jetsons*, al igual que *The Flintstones*, proyectaba la actual cultura y estilo de vida americano en otra era. Mientras que los Flintstone vivían en un mundo en que las maquinas funcionan gracias a la fuerza animal; los Jetson vivían en el año 2062 (100 años después del estreno de la serie), rodeados de todo tipo de mecanismos futurísticos, incluidos robots, coches voladores, video teléfonos, ordenadores inteligentes, etc. La extrapolación de la tecnología también era en *The Jetsons* una de las grandes fuentes de su humor. La serie presentaba muchas de las imágenes icónicas de sus predecesoras en el género de la ciencia ficción, excepto que en ella no intentaban ser “realistas” o “creíbles” sino que eran tratadas de forma humorística, exagerándolas y evidenciando que hacían parte de los clichés de dicho género.

The Jetsons era también, como su predecesora *The Flintstones*, una sitcom familiar. Sin embargo, George Jetson, el protagonista, a diferencia de Fred Flintstone, desde el inicio de la serie no solo era el esposo de Janet, sino también padre de familia. Tenía dos hijos, la adolescente Judy y el pequeño de ocho años Elroy. De hecho, en un episodio de la serie, el mismo George describía a su familia como “a typical American-type TV family”, sugiriendo ser consciente del hecho de que los Jetson fueron modelados sobre el prototipo de la familia americana idealizado en la sitcom de los años cincuenta (Booker, 2006: 40).

Otra referencia a la televisión de *The Jetson* aparece en el episodio “Elroy’s TV Show” (T1.E9). Una importante cadena de televisión ha perdido la mayoría de su audiencia y está a punto de quebrar porque su contenido es ahora demasiado especializado, cultural y educativo. De hecho, Janet llega a decir que ella también ha dejado de ver ese canal porque no lo entiende y le produce dolor de cabeza. La cadena decide entonces volver a concentrarse en el entretenimiento y resucita la fórmula del equipo “niño-perro”, al estilo de *Lassie* (CBS, 1954-73). Así, Elroy y Astro, su perro, consiguen tener su propia serie de televisión: “Spaceboy Zoom and His Dog, Astro”. También, en “Elroy’s Pal” (T1.E14), el pequeño Elroy conoce a su superhéroe favorito, Nimbus the Great, y descubre que nos es tan “increíble” como parece y que todos sus poderes se los debe a la “magia de la televisión” (Booker, 2006: 41).

En “TV or Not TV” (T1.E23), George y Astro creen que han sido testigos de un robo, pero solo se trataba del rodaje de la serie de acción “The Naked Planet”, una parodia de la serie policiaca *The Naked City*⁴⁹. Por el contrario, en “Elroy’s Mob” (T1.E24), Elroy se ve involucrado en un robo real aunque él cree que se trata de la grabación de un programa de televisión. En este mismo episodio hay un crossover con *The Flintstones*: un compañero de clase de Elroy, Kenny Countdown, mira en el televisor que tiene incorporado de su reloj el tercer episodio de *The Flintstones*, “The Swimming Pool” (T1.E3).

Pero a pesar de las similitudes con *The Flintstones*, el éxito de la serie no estuvo asegurado. *The Jetsons* sucumbió ante la competencia (*Walt Disney’s Wonderful World of Color* [NBC, 1961-69] y *Dennis the Menace* [CBS, 1959-63]) y tan solo estuvo una temporada (24 episodios)

en *prime time*. Continúo emitiéndose los sábados en la mañana durante más de diez años y en diferentes cadenas: de 1963 a 1964 en ABC, entre 1964 y 1965 en CBS, de 1965 a 1967 en NBC, entre 1969 y 1971 nuevamente en CBS, de 1971 a 1976 y de 1979 a 1983 de vuelta en NBC y en 1985 en *syndication*.

The Flintstones se había quedado sola en el *prime time*. CBS y NBC no querían volver a arriesgarse y ABC, después de varios intentos, tampoco había conseguido ningún otro éxito con las comedias animadas. De esta forma, durante la temporada 1963-64 la única comedia animada que se mantuvo fue *The Flintstones*, aunque cambió de horario y pasó a emitirse los jueves a las 19:30 horas. La siguiente temporada, 1964-65, ABC seguía sin darse por vencida y lo intenta por última vez. La apuesta: la serie de aventuras de Hanna-Barbera, *Jonny Quest*⁵⁰, los viernes a las 19:30 horas. Por su parte, NBC lanzó *The Famous Adventures of Mr. Magoo*, los sábados a las 20:00 horas. *The Flintstones* mantuvo el mismo horario de la temporada anterior.

A pesar de la relevancia de personajes como Bugs Bunny y Bullwinkle, los programas producidos por Hanna-Barbera dominaron el *prime time* de las comedias animadas durante la década de los sesenta. *Jonny Quest* fue la cuarta serie de la productora que se estrenó en dicha franja. Contrariamente a *The Flintstones* y *Top Cat* no era una variación de una sitcom de éxito y a diferencia de *The Jetsons* no evocaba a un trabajo anterior de Hanna-Barbera. *Jonny Quest* tomó una nueva dirección y sin lugar a dudas, se convirtió en la más atípica y ambiciosa de las cuatro series citadas.

La idea central de *Jonny Quest* se remontaba al género de aventura juvenil popularizado por las novelas de Doc Savage, seriales radiofónicos como *Jack Armstrong* y los comics de acción con los que habían crecido Bill Hanna y Joe Barbera. El programa mostraba una gran conciencia de su contexto histórico y cultural (aparentemente tenía lugar durante la Guerra Fría) y estaba influenciado por los trabajos más populares de la época, como las películas de James Bond, que habían iniciado en 1962. En consecuencia, *Jonny Quest* presentaba altos niveles de violencia y las tramas incorporaban constantes amenazas a la seguridad de la civilización occidental, material sin duda alguna indicado para una audiencia adulta. Sin embargo, la serie conseguía atraer también al público infantil gracias a su joven protagonista Jonny Quest, un niño de 11 años, que acompañaba a su padre, el doctor Benton Quest, en sus extraordinarias aventuras. Si bien el Dr. Quest representaba el elemento científico de la serie, la acción y la aventura venían proporcionadas por el personaje de Roger “Race” Bannon, ex agente, presumiblemente de la CIA, guardaespaldas y canguro de Jonny⁵¹. Por su parte, los villanos de la serie, todos muy similares a los de la saga de James Bond, solían vivir o esconderse en

50 *Jonny Quest* no es una serie cómica. No obstante, se incluye en este recorrido histórico debido a su alto impacto en la cultura norteamericana y su relevancia dentro del formato animado. Es preciso señalar que, a pesar de incluirse en el presente capítulo, no se tienen en consideración en el resto del trabajo de investigación por no ajustarse perfectamente al subgénero de la comedia animada de *prime time*.

51 Jonny viajaba a todas partes con su padre porque era huérfano de madre y carecía de un hogar permanente. Su madre fue asesinada, al parecer, por los enemigos de su padre, quien temía por la vida de Jonny y por ello había contratado al ex agente Bannon.

países del tercer mundo, donde se ampliaban las oportunidades de presentar aventuras exóticas. Egipto, Nepal, las selvas del Amazonas, Yucatán y Tailandia, la cordillera de los Andes y las costas de África fueron algunas de las localidades donde se ambientaba el programa.⁵²

El tipo de animación y el montaje de *Jonny Quest* eran muy superiores y mucho más elaborados que el de las anteriores series de Hanna-Barbera. El movimiento de los personajes era aún limitado, pero estaba sincronizado de forma brillante. El simple movimiento de los dedos de un personaje ajustando los binoculares fijó la diferencia entre animación limitada de calidad y dibujos animados baratos. Además, el trabajo de las imágenes de fondo fue magnífico, sobre todo los paisajes de junglas, pasos de montaña, fiordos y paisajes marinos que figuraban constantemente en episodio de tan solo 30 minutos.

Finalmente, la cancelación de *Jonny Quest* después de tan solo una temporada no se debió a la serie en sí misma, sino a *The Flintstones*. Dicho programa era emitido los jueves, pero cada semana perdía audiencia debido al competidor de la CBS, *The Munsters*; razón por la cual *The Flintstones* fue trasladada a la noche de los viernes, en el horario en que se emitía *Jonny Quest*. Eso significó que *Jonny Quest* pasaba al horario de los jueves (a partir del diciembre de 1964, hasta septiembre de 1965) y, al igual que *The Flintstones*, pereció ante la supremacía de *The Munsters*. *The Flintstones* fue rescatada por un temporada más, mientras que *Jonny Quest* perdió su audiencia y fue cancelada en septiembre de 1965, después de 26 episodios. También es preciso señalar que la serie era muy costosa y poco rentable para la cadena. Como la mayoría de series de prime time, *Jonny Quest* pasó a la parrilla de los sábados en la mañana donde fue emitida por CBS entre 1967 y 1970, en ABC de 1970 a 1972 y por NBC de 1979 a 1980.

La segunda apuesta de NBC, después de *The Bullwinkle Show*, fue *The Famous Adventures of Mr. Magoo*. La serie se estreno el 19 de septiembre de 1964 y estaba protagonizada por el famoso personaje de UPA, Quincy Magoo. Magoo había aparecido por primera vez en 1949 en *Ragtime Bear*, un corto protagonizado por Waldo, su sobrino, a quien había robado el protagonismo. Mr. Magoo era un viejo adinerado, republicano y ultraconservador que desaprobaba toda clase de liberalismo o radicalismo. Pero, a pesar de todo, su principal característica era la miopía, defecto que lo arrastra a situaciones bochornosas por su reticencia a admitirla.

Este nuevo ‘antihéroe’ conquistó a la audiencia de inmediato. Sin embargo, para poder mantener la conexión con el público era necesario ‘suavizar’ algunos de sus rasgos. No obstante, el cambio más drástico que sufrió no fue de personalidad sino físico: dejó de ser miope para pasar a estar completamente ciego. Y ciego, estrenó su propia serie: *The Mr. Magoo Show* (syndication, 1960-62). Además, protagonizó el especial de navidad de 1962 de NBC, *Mr. Magoo's Christmas Carol*. Y fue dicho especial el que inspiró la

52 Los nativos de dichos lugares solían ser descritos como “salvajes” y retratados como personas tontas y supersticiosas, a quienes Bannon conseguía reducir fácilmente. En este aspecto, *Jonny Quest* se acerca a la ideología propagada por las caricaturas de Disney, en especial las de Scrooge McDuck (Tío Gilito en España).

producción de la serie *The Famous Adventures of Mr. Magoo*. En un principio la serie era emitida a las 20:00 horas, sin embargo, a partir de enero de 1965 NBC decide atrasarla media hora y emitirla a las 20:30 horas, en el mismo horario que *Gilligan's Island* (CBS, 1964-67); serie protagonizada, entre otros, por Jim Backus, el actor que daba voz al mismo Mr. Magoo.

The Famous Adventures of Mr. Magoo se mantuvo solo una temporada en el aire y su personaje protagonista reapareció en la parrillas de los sábados en la mañana mucho más tarde que el resto de series: entre septiembre de 1977 y septiembre 1979, en la serie *What's New Mr. Magoo?* de CBS.

Una vez más, la animación había fracasado en *prime time* y en la temporada 1965-66 solo se emitió *The Flintstones*. La serie que mantuvo el horario al que había pasado a mediados de la temporada anterior (viernes, 19:30 horas) y le dijo adiós a su público después de 166 episodios y con un nivel de audiencia aun respetable⁵³. El boom de la animación en la década de los sesenta había acabado.⁵⁴

En general, las comedias animadas estrenadas en *prime time* tuvieron más éxito los sábados en la mañana que en su horario original, hecho que solo consiguió fortalecer la concepción de que los programas animados son únicamente para niños y no pueden triunfar en *prime time*. Dicha concepción consiguió que durante las siguientes dos décadas la animación se mantuviera, casi por completo, fuera de dicha franja horaria. No obstante, el éxito en las reposiciones de los sábados en la mañana y la producción de nuevos episodios, como por ejemplo de *The Jetsons* en 1985, demuestran también el increíble poder de permanencia de las comedias animadas de *prime time* de los sesenta en la cultura popular americana.

1.2. Los setenta y los ochenta: dos décadas pasadas por alto

Aunque suele pensarse que, después de *The Flintstones*, la animación volvió al *prime time* con el estreno de *The Simpsons*, 23 años más tarde, lo cierto es que no fue así.

Durante el verano de 1970, *The Glen Campbell Goodtime Hour* (CBS, 1969-72) necesitaba un reemplazo y en su lugar (miércoles entre las 19:30 y las 20:00 horas) fue programada *Where's Huddles?*, una serie animada de Hanna-Barbera. La estética de *Where's Huddles?* era típica de la productora: tosca y rudimentaria, y casi todas las historias ya habían sido usadas en *The Flintstones* o alguna otra serie de Hanna-Barbera. De hecho, había episodios exactamente iguales entre *Where's Huddles?* y *The Flintstones*, como por ejemplo

53 Después de la cancelación de la serie en ABC, *The Flintstones* volvió a emitirse los sábados en la mañana en la NBC de enero de 1967 hasta septiembre de 1970, luego en CBS de septiembre de 1972 hasta enero de 1974 y nuevamente a NBC de febrero de 1979 a septiembre de 1984.

54 A partir de 1966, incluso el programa de Disney, buscó la diversificación y presentaba pocos episodios animados.

“To Catch a Thief” (T1.E6) de la primera y “Wilma’s Vanishing Money” (T2.E19) de la segunda (Erickson, 2005 [1995]: 903).

CBS consideró la posibilidad de producir una temporada completa de la serie y estrenarla en enero de 1971. Sin embargo, dicho estreno nunca se produjo y, finalmente, sus únicos diez episodios fueron repetidos entre julio y septiembre de 1971, los domingos en la tarde.

Ese mismo año, la Federal Communications Commission (FCC) implantó “The Prime Time Access Rule of 1971”. Esta controvertida ley restringía la cantidad de programación de las cadenas CBS, NBC y ABC que las estaciones de televisión locales pertenecientes o afiliadas a una cadena debían emitir durante el *prime time*. CBS, NBC y ABC, que controlaban un total de tres horas y media de la programación nocturna cada noche, debían devolver media hora de emisión, usualmente entre las 19:30 y las 20:00 horas, a las estaciones locales. Éstas últimas no tenían permitido programar reposiciones de las series de las otras tres cadenas durante esa franja, sino que tenían que estrenar programas originales. El objetivo era acabar con el monopolio de las tres grandes cadenas sobre la producción de programas, de manera que hubiese mayor competencia y una gama más amplia disponible para el público, acallando así las quejas de aquellos políticos y grupos de presión que sostenían que la televisión era un medio imitador y repetitivo.⁵⁵

Dada la necesidad de llenar esa media hora cada noche, las estaciones locales empezaron a buscar nuevas ideas. Y entre ellas apareció *Wait Till Your Father Gets Home*, también de la productora Hanna-Barbera y patrocinada por Chevrolet. La serie se estrenó el 12 de septiembre de 1972, convirtiéndose así no solo en la primera comedia animada estrenada en *prime time* desde la lamentable *Where’s Huddles?* en 1970, sino también en la única comedia animada semanal desarrollada a partir de la recién implantada ley.⁵⁶

Wait Till Your Father Gets Home fue considerada la versión animada de *All in the Family* (CBS, 1971-79), presentando a los Boyle en lugar de los Bunker. Harry Boyle, el conservador padre, se encontraba absolutamente fuera de lugar junto a su comprensiva esposa Irma y sus hijos, el hippie Chet y la liberal Alice. El único con quien parecía simpatizar era con Jaime, su hijo menor. Pero a diferencia de *All in the Family*, Harry no era ridiculizado como Archie Bunker. Él era el héroe de la serie, nunca abusivo o ignorante como Archie. Simplemente tenía las reacciones de un típico padre de la época frente a hijos tan “peculiares” como los suyos. El verdadero blanco de todas las críticas era su vecino Ralph Kane, un hombre de ultra-derecha, fanático, intolerante y obsesionado con todas las absurdas teorías de conspiración.

55 En 1996 la “Prime Time Access Rule of 1971” fue eliminada.

56 *The Mouse Factory*, la aportación en *syndication* de Disney, tenía tanta acción real como animación.

El tono de la serie era muy adulto para su época y el programa parecía funcionar como válvula de escape para abordar temas polémicos a los que Hanna-Barbera no había podido referirse años antes. Por ejemplo, en “Duty Calls” (T1.E11) se insinuaba que los vecinos eran drogadictos y en “The Beach Vacation” (T1.E4) se referían a los intercambios de pareja entre matrimonios; incluso en los créditos de inicio del programa se sugería que Alice había sido violada durante una cita. El televidente medio se sentía desorientado al ver temáticas como estas en un programa de animación. Sin embargo, a la crítica no le importó y la serie estuvo muy bien valorada. Y es que realmente, los temas eran polémicos y las situaciones y los diálogos liberales, pero cada semana los personajes emergían de sus experiencias reafirmando el sentido común conservador del padre. La trasgresión era momentánea porque siempre se restablecía el *status quo*.

La audiencia aumentaba a medida que se invitaban estrellas al programa, ya fuera para darle voz a un personaje o para interpretarse a sí misma. Entre los invitados famosos figuraron Don Knotts, Phyllis Diller, Don Adams, Monty Hall, Jonathan Winters y Rich Little. Además, se hacían parodias de algunas personalidades de los años setenta, así como a la misma televisión. Por ejemplo, en “Boyles on TV” (T2.E4), los Boyles son invitados a un programa de televisión para ser entrevistados y en “Back to Nature” (T2.E16), Harry planea un viaje al bosque con toda la familia, solo para que dejen de ser adictos a la televisión. También en “Music Tycoon” (T1.E21) se hace alusión al mundo del espectáculo, en este caso la música. Chet y sus amigos se convierten en el nuevo grupo musical de moda pero al final del episodio Chet aprende que la fama es pasajera, tal como le pasaba siempre a Fred Flintstone (*The Flintstones*).

Wait Till Your Father Gets Home sobrevivió dos temporadas (1972-73 y 1973-74) y se llegaron a emitir 48 episodios en *prime time*, lo que hace de ella la serie más exitosa de Hanna-Barbera desde *The Flintstones*, estrenada entonces hacía más de una década.

La siguiente comedia animada que apareció en *prime time* fue *The Bugs Bunny/Road Runner Show*. En una versión semanal y de solo media hora, el programa fue presentado por CBS entre abril y junio de 1976, dos temporadas después de la cancelación de *Wait Till Your Father Gets Home*. Cinco años más tarde, en 1981, *The Flintstones* reaparecían en el *prime time*. Después de una larga ausencia (15 temporadas), la serie volvía en otoño de aquel año como reemplazo de *The Powers of Matthew Star* (NBC, 1982-83), que debía debutar los domingos a las 19:00 horas en NBC; pero que tuvo que retrasar su estreno un año completo a raíz de un desafortunado accidente de sus dos protagonistas.

A continuación, la animación desapareció del *prime time* durante siete temporadas; pero en 1989 volvió para quedarse.

1.3. *The Simpsons*: ¿una nueva ola?

En la primavera de 1986, Rupert Murdoch anunciaba el inicio de la programación de su nueva cadena, Fox. Sin embargo, la cadena estrenó su franja de prime time un año después (el cinco de abril del 1987) con *Married... with Children* y *The Tracey Ullman Show*.

The Tracey Ullman Show era un programa de sketches cómicos presentado por la entonces desconocida Tracey Ullman. Entre los sketches se incluía un irreverente corto animado de Matt Groening que presentaba a los Simpson, una disfuncional familia⁵⁷ conformada por Homer, Marge, Bart, Lisa y la pequeña Maggie. El primer corto de la familia se emitió el 19 de abril de 1987, bajo el título de “Good Night”, y los siguientes fueron presentados durante las tres primeras temporadas de *The Tracey Ullman Show*. No obstante, durante la cuarta y última temporada del programa, después de 48⁵⁸ segmentos, se estrenó *The Simpsons*, una serie completa basada en los cortos.

La apuesta de Fox por *The Simpsons* recuerda la que hizo ABC con *The Flintstones*. La recién inaugurada Fox se dirigía a una audiencia de entre 18 y 49 años y se caracterizaba por aceptar todos los proyectos que las demás cadenas rechazaban y, a su vez, rechazar todos aquellos que podrían funcionar en otras cadenas, la misma estrategia que empleó ABC, entre finales de los cincuenta y principios de los sesenta, cuando comenzó a competir con CBS y NBC. En gran medida, dicha similitud se debe a que Barry Diller, antiguo asistente de programación de ABC, era quien dirigía la estrategia de programación de FOX.

The Simpsons, la serie completa de media hora, se estrenó el 17 de diciembre de 1989 con el especial de navidad “Simpsons Roasting on an Open Fire”⁵⁹. Durante esa misma temporada, Fox consiguió completar su tercera noche de programación⁶⁰ y *The Simpsons* la posición número 26 en el Top 30 de Nielsen, convirtiéndose así en la primera serie de Fox que entraba en el prestigioso listado. De hecho, era la primera vez que una serie de una cadena diferente a ABC, NBC o CBS se situaba en el Top 30, lo que convertía a Fox en el primer competidor real para “The Big Three”, las tres grandes cadenas americanas (ABC, CBS y NBC).

En verano de 1990, gracias al rápido éxito de la serie, Fox decidió cambiarla de día: de domingo a jueves, de manera que compitiera con *The Cosby Show* (NBC, 1984- 92),

57 En principio Groening consideró presentar una versión animada de su tira cómica *Life in Hell*. Sin embargo, cuando se dio cuenta de que la animación de *Life in Hell* significaría ceder los derechos de publicación del trabajo de toda su vida, prefirió reinventar la fórmula de la familia disfuncional y presentar otra historia.

58 El corto final, “TV Simpsons”, fue emitido el 14 de mayo de 1989.

59 La serie debía estrenarse en otoño con el episodio “Some Enchanted Evening”, en el que se introducía a los personajes. Sin embargo, en el primer visionado del episodio los productores descubrieron que el 70% necesitaba ser reelaborado por los numerosos defectos de animación. Finalmente, la serie estrenó en invierno con un especial de navidad y “Some Enchanted Evening” no se emitió hasta mayo de 1990, como episodio final de la primera temporada.

60 Para entonces, ya habían completado la de los sábados y domingos, y ahora inauguraban la noche de los lunes. Durante los siguientes años, Fox fue consolidando su programación y en 1993 ya rellenaba las siete noches de la semana.

el programa número uno del momento.”Bart Gets an F” (T2.E1) fue el primer episodio que se enfrentó a *The Cosby Show* y obtuvo unos resultados de audiencia bajos, quedándose muy por detrás de su competidora. Sin embargo, Nielsen Media Research estima que unos 33.6 millones de espectadores vieron el episodio, convirtiéndose así en el episodio más visto en la historia de Fox e incluso de la historia de toda la serie. Tuvo que pasar una temporada y media para que *The Simpsons* superara a *The Cosby Show* por primera vez. Sin embargo, Fox se sentía ganadora mucho antes: su programa animado aumentaba cada semana su target demográfico. Era el programa número dos entre los adultos de 18 y 34 años y estaba en el Top 5 entre los hombres de 25 y 54 años, el nicho de audiencia más difícil de conseguir (Freeman, 1993).⁶¹

Desde el principio, *The Simpsons* fue considerada una serie polémica, irreverente, satírica, escatológica, a prueba de censura y dirigida a una audiencia de entre 18 y 34 años; es decir, una serie en sintonía con la actitud de la Fox. Sus niveles de audiencia eran envidiables y su fama considerable; sin embargo, en 1992 dicha fama consiguió incluso incrementarse. En enero de ese año, durante un discurso político, el entonces presidente de los Estados Unidos de América, George H. W. Bush afirmó: “We are going to keep on trying to strengthen the American family, to make American families a lot more like the Waltons and a lot less like the Simpsons”⁶². Desde ese momento, George H. W. Bush consiguió otro enemigo y *The Simpsons* pasó a ser un tema de índole internacional.

Con el episodio “The Itchy & Scratchy & Poochie Show”, el 9 de febrero de 1997 *The Simpsons* superó a *The Flintstones* y se convirtió en la comedia animada de prime time más longeva de Estados Unidos. Siete años más tarde, en 2004, la serie reemplazó a *The Adventures of Ozzie and Harriet* (ABC, 1952-66) como la sitcom (animada o de imagen real) más larga de los Estados Unidos. En abril de 2005, después de la cancelación de la última serie animada de *Scooby-Doo*, *The Simpsons* también reclama el título a la serie animada americana con mayor número de episodios (378 hasta ese momento). Y en 2009, incluso supera el record de episodios de *The Adventures of Ozzie and Harriet* (435) y pasa a ser reconocida por los Guinness World Records como la sitcom con mayor número de episodios en la historia de la televisión americana. Finalmente, en la temporada 2009-10, *The Simpsons* celebró su vigésimo aniversario consiguiendo el título a serie televisiva más longeva del prime time americano, sobrepasando a *Gunsmoke* (CBS, 1955-75).

Aunque a principios de los noventa todos estos logros aún quedaban lejos, *The Simpsons* ya era una serie de éxito, un producto que todos deseaban tener y que todas las cadenas se dieron prisa en imitar. De esta manera la animación inició su segunda “época de oro”. Sin embargo, la imitación no es garantía de éxito, sobretodo en caso de la sitcom, un formato en el que cada programa debe distinguirse del resto para poder llamar la

61 Freeman, M. (1993) “Fox denies any Simpsons favoritism”. En: *Broadcasting and Cable*, 22 marzo 1993, p. 22. Citado en Hilton-Morrow y McMahan, 2003.

62 Brooks, J. L. (2004). “Bush vs. Simpsons”. En *The Simpsons: The Complete Fourth Season* [DVD]. 20th Century Fox.

atención. Así, con *The Simpsons* no solo se inicia una nueva ola en la animación, sino también una larga lista de fracasos contrastando con unos pocos éxitos.

La primera cadena en arriesgarse por conseguir el mismo éxito de *The Simpsons* con una serie animada fue ABC en 1992 con *Capitol Critters*, una coproducción de Hanna-Barbera y Steven Bochco Productions. La serie se estrenó el 13 de enero y tan solo un mes después fue cancelada, aunque siguió emitiéndose hasta el 14 de marzo. A pesar de la notable superioridad en cuanto a la técnica de animación y a un destacado reparto de voces, la serie no consiguió el éxito de *The Simpsons*. Al concentrarse en la parodia y sátira política, *Capitol Critters* fue muy atacada por la crítica y consiguió que muchos espectadores se sintieran ofendidos.

Otra cadena que parecía no escarmentar era CBS. El 28 de febrero de 1992 lanzó *Fish Police* y al año siguiente (el 23 de junio de 1993) estrenó *Family Dog*. Al igual que *Capitol Critters*, *Fish Police* destacó por su animación y por sus voces, pero después de tres episodios fue suspendida⁶³. No conectó con la audiencia ni como comedia ni como historia de detectives, además de cansar rápidamente al público con los chistes sobre peces. Esta producción de Hanna-Barbera, junto a *Capitol Critters*, demostró que, si bien la productora había liderado la animación de *prime time* en los sesenta, ya no se encontraba en su mejor momento. Por su parte, *Family Dog* tampoco recabó mucho éxito. La superproducción de Steven Spielberg y Tim Burton solo se mantuvo en el *prime time* de CBS durante 5 episodios, es decir, entre el 23 de junio y el 21 de julio de 1993, y los 5 restantes quedaron en espera de ser emitidos. La técnica de animación era muy superior al de todas las comedias animadas anteriores, sin embargo no pudo compensar la carencia de tramas realistas y personajes bien definidos.

Dos años después del estrepitoso fracaso de *Capitol Critters*, ABC volvía a arriesgarse con la animación de *prime time* y lanza *The Critic*, una *sitcom* no familiar creada por Al Jean y Mike Reiss, ambos ex guionistas de *The Simpsons*⁶⁴. La serie estrenó el 26 de enero de 1994 y explicaba la vida de Jay Sherman, crítico cinematográfico y presentador de “Comming Attractions”, el programa de cine del canal por cable Phillips Broadcasting.⁶⁵

Jay no tenía la figura perfecta para triunfar en televisión, era bajito, gordo y calvo. Además, su gusto cinematográfico no estaba en sintonía con el de la audiencia televisiva, quien lo consideraba elitista. Sherman afirmaba disfrutar solo del cine de la “edad de oro de Hollywood” y del cine independiente. Encontraba a Hollywood intolerable y odiaba las películas populares, por ello, su reseña sobre la mayoría de producciones consistía en un simple: “It stinks! Sin embargo, era un crítico muy intuitivo, como demostraban sus dos premios Pulitzer de crítica.

63 Los otros tres episodios nunca han sido emitidos en Estados Unidos.

64 Esta es la razón de los continuos *crossovers* entre *The Simpsons* y *The Critic*. Por ejemplo, Homer y Bart Simpson hacen una pequeña aparición en “Dial M for Mother” (T1.E3) y a su vez, Jay Sherman aparece en “A Star Is Burns” (T6.E18).

Su posición como crítico ofreció a la serie numerosas oportunidades de satirizar la industria cinematográfica. Por ejemplo, el programa de Jay incluyó paródicas versiones de las películas más populares y recientes, entre ellas “Abe Lincoln: Pet Detective” (*Ace Ventura: Pet Detective*, 1994), “The Cockroach King” (*The Lion King*, 1994), “Crocodile Gandhi” (*Crocodile Dundee*, 1986), “DT: The Drunken Extraterrestrial” (*E.T. the Extra-Terrestrial*, 1982), “Home Alone 8” (*Home Alone 1, 2 y 3*, 1990, 1992 y 1997), “Honey, I Ate the Kids” (*Honey, I Shrunk the Kids*, 1989), “Howard Stern’s End” (*Howards End*, 1992), “Scent of a Jackass” y “Scent of a Wolfman” (*Scent of a Woman*, 1992).

Pero *The Critic* no solo comentaba el mundo del cine, sino también de la televisión. La serie se emitía en ABC, pero después de 13 episodios fue cancelada y se trasladó a Fox, donde gozó de una segunda temporada en 1995 (los domingos a las 20:30 horas, justo después de *The Simpsons*). De esta manera, mientras *The Critic* estuvo en ABC tenía como blanco de sus críticas televisivas a Fox, y cuando se mudó a Fox, ABC se convirtió en la nueva víctima. La serie obtuvo mejores niveles de audiencia en Fox que en ABC, sin embargo tampoco fueron lo suficientemente buenos como para quedarse otra temporada.⁶⁶

1.3.1. Animación y televisión por cable

En medio del extenso lapso entre *The Flintstones* y la nueva ola de comedias animadas de los noventa, el panorama de la programación animada de prime time había sufrido muchos cambios. Por ejemplo, en los sesenta, las comedias animadas, aunque no consiguieran los niveles de audiencia deseados, se mantenían hasta el final de la temporada; sin embargo, en los noventa, con un mercado cada vez más competitivo, las comedias animadas ya podían ser canceladas después de tan solo tres episodios, como *Fish Police*, pues la nueva filosofía de la televisión implica que los programas, en general, deben tener éxito inmediato o perecer. Además, las comedias animadas provocan incluso mayor ansiedad en los patrocinadores que las series de imagen real, normalmente porque son más trasgresoras no solo en su forma sino también en su contenido, lo que se traduce en un tiempo de prueba en emisión más reducido.

En segundo lugar, las series de la nueva ola no pasaron a ser emitidas en los bloques de los sábados en la mañana una vez fueron canceladas. Esto se debe, en parte, a que dichos bloques habían ido desapareciendo a medida que se habían creado canales de cable especializados en la audiencia infantil. Además, mientras *Top Cat* o *The Flintstones* “tossed in sophisticated little rewards for parents who paid attention” (Richmond, 1996)⁶⁷, las series de la nueva ola son especialmente dirigidas a los adultos y no podrían ser programadas en horario infantil.

66 Al inicio del año 2000, los creadores del show Al Jean y Mike Reiss quisieron continuar con la serie en Internet. Diez episodios de cuatro minutos, también protagonizados por Jon Lovitz, fueron producidos usando Adobe Shockwave y emitidos en AtomFilms.com y Shockwave.com. Los diez episodios fueron incluidos en la serie completa en DVD e incluyen parodias de películas como *The Patriot* (2000), la saga de *Harry Potter*, *Mission: Impossible II* (2000), *X-men* (2000), *Pearl Harbor* (2001) y *Cast Away* (2000).

67 Richmond, R. (1996) “Toons tone to adult auds”. En: *Variety*, 7 octubre 1996, p. 37. Citado en Hilton-Morrow y McMahan, 2003.

Sin embargo, en la actualidad muchas de las series que no obtienen mucho éxito en sus cadenas originales tienen una segunda oportunidad en la franja de animación para adultos de Cartoon Network, Adult Swim, también conocida como los “nuevos sábados”. Pero los canales de televisión por cable como Cartoon Network, no solo han ofrecido segundas oportunidades sino que además han potencializado el desarrollo de la comedia animada de *prime time* y la trasgresión de sus límites con sus producciones originales.

Los canales por cable configuran los contenidos de sus programas para capturar un público específico y especializado, no para llenar las necesidades y deseos de millones de espectadores y cientos de anunciantes como las grandes cadenas. En la televisión por cable, el lenguaje soez, la violencia y el alto contenido sexual (elementos que se han hecho comunes entre las animaciones para adultos) tienen mayor cabida. Los estándares y prácticas de dichos canales son más flexibles ya que su preocupación es consolidarse como marca dentro de un nicho de audiencia deseado, en vez de construir un discurso apropiado para grandes masas. Por ello, el éxito de sus programas no se mide únicamente por sus niveles de audiencia sino por el tipo de espectador que ve el programa y en qué medida dicho espectador se aproxima a su target específico.

La historia de la animación por cable arranca con el canal musical MTV. Desde finales de los ochenta, este canal había creado una división de animación para impulsar la creación de su logo en diversas versiones animadas y también había dejado de limitarse a presentar videos musicales para emitir programas completos de media hora. Uno de ellos fue *Liquid Television*. En junio de 1991, bajo la dirección de Abby Terkhule, MTV lanza esta serie antológica. Dicho bloque continuaba con la filosofía ‘nonstop’ del resto de la programación y tenía el mismo objetivo que el propio canal: evitar que el telespectador cambiara de canal haciendo que el programa varíe constantemente. De allí el título de la serie.

El material animado presentado en *Liquid Television* fue creado por animadores y artistas independientes, especialmente para el programa. De esta manera, el bloque inauguraba la animación de autor o tipo *creator-driven*: el dibujo animado, fruto de un grupo de trabajo y producido bajo las directrices de una productora o un patrocinador, dio paso a la animación personal y única, en la que el artista determina los personajes, las aventuras y todo lo que concierne a su obra. Los segmentos pertenecían a diferentes géneros, había cómicos, dramáticos, de acción, etc. y se realizaban con diversas técnicas: *cell art*; animación recortada o por cortos (*cutouts*); *stop-motion* con títeres y marionetas; animación por ordenadores; *eye-popping*; mezclas entre animación e imagen real, etc. (Erickson, 2005 [1995]: 36).

Entre los segmentos recurrentes del bloque figuraban *The Adventures of Thomas and Nardo*, *Invisible Hands*, *Miss Lidia’s Makeover to the Stars*, *Stick Figure Theatre*, *Psychogram*, *Cut-Up Camera* (parodia de *Candid Camera* [ABC, 1948-49; NBC, 1949-51, 1983; syndication, 1951-54, 1974-79, 1991-92; CBS, 1960-67, 1987-88, 1996-2001; PAX, 2001-04]), *Soap Opera* (parodia de las *soap operas* diarias), entre otros. El bloque cesó su producción en 1993

y años más tarde fue sucedido por otro bloque de animación: *Cartoon Sushi* (1997-98). Sin embargo, los telespectadores se inclinaban hacia las animaciones con personajes fijos y reconocibles, escenarios convincentes y elementos cómicos o de aventura familiares, así que *Cartoon Sushi* (1997-98) tuvo poco éxito. Más suerte tuvieron algunas de las series completas que surgieron a partir de cortos de *Liquid Television*, como las de ciencia ficción *Æon Flux* (1991-95), *The Head* (1994-96) y *The Maxx* (1995), aunque la más exitosa de todas, sin lugar a duda, fue la cómica *Beavis and Butt-head* (1993-97), la primera comedia animada que triunfaba sin ajustarse al formato de sitcom familiar.

En el primer episodio de la segunda temporada de *Liquid Television*, emitido el dos de junio de 1992, se presentó el corto animado “Frog Baseball”. Esa fue la primera vez que los personajes de *Beavis* y *Butt-head* aparecieron en televisión, pero no la última. El corto tuvo tanto éxito que el segmento se convirtió en una serie completa de media hora: *Beavis and Butt-head*. Parte importante del humor del programa derivaba del desconocimiento absoluto de las normas sociales por parte de sus protagonistas, pues ambos eran desagradables, vulgares y agresivos. Sin embargo, el “sello humorístico” de la serie surge de los comentarios de *Beavis* and *Butt-head* sobre los videos musicales.

El formato de la serie era muy simple: segmentos narrativos cortos sobre las descerebradas gamberradas del dúo de inadaptados sociales, mezclados con clips de videos musicales e interrumpidos por los comentarios de los protagonistas. *Beavis* y *Butt-Head* solían aparecer viendo la televisión desde el destrozado sofá de casa de *Butt-head* y sus opiniones sobre los videos se limitaban a “cool” o “sucked”. Generalmente, los etiquetados como “cool” eran aquellos que presentaban grandes cantidades de violencia o desnudos. *Beavis* y *Butt-Head* estaban lejos de ser críticos brillantes, pero podían ser divertidos, e incluso alguna vez intuitivos.

La serie fue un éxito. Aunque algunos consideraron que la serie deploraba el tipo de videos presentados por la misma MTV (Kellner, 2011 [1995]: 158) y que la representación de *Beavis* y *Butt-Head* no hacía más que insultar a la audiencia central de la misma cadena, muchos supieron ver que *Beavis and Butt-head* no representaba realmente la audiencia de MTV, sino la percepción popular que se tiene de los televidentes de dicha cadena. Los videos musicales y el humor obsceno no eran la única razón para ver la serie, pues los telespectadores también se veían gratificados al saber que eran lo suficientemente listos como para comprender la ironía. Y no solo los adolescentes y universitarios veían *Beavis and Butt-head*, también había académicos que encontraban el programa fascinante, a pesar de considerarlo un ejemplo típico de la falsa subversión de MTV, diseñada no para fomentar la rebelión entre los jóvenes televidentes sino para venderles productos de su propia cadena y de sus patrocinadores.

Beavis and Butt-head fue una serie particularmente controvertida a causa de los hechos ocurridos en octubre de 1993, cuando un niño de cinco años prendió fuego a la casa-remolque de su madre, matando así a su hermana menor de dos años. La madre del niño afirmaba que éste lo había hecho imitando a los personajes animados, quienes eran muy dados a encender fuego sin pensarlo dos veces. Sin embargo, algún tiempo

después se supo que la familia no tenía televisión por cable, el niño tenía antecedentes pirómanos y siendo menor, se hallaba solo en casa cuando ocurrieron los hechos. Aunque *Beavis and Butt-head* y MTV no fueron responsabilizados legalmente por el accidente, la cadena decidió introducir una advertencia antes de los créditos iniciales del programa, eliminar de la serie cualquier referencia al fuego y dejar de emitirlo durante las tardes (su horario original) para programarlo a partir de las 23:00 horas.

En agosto de 1994, mientras *Beavis and Butt-head* estaba en receso entre una temporada y otra, MTV estrenó *The Brothers Grunt*, la primera producción de la firma de animación de Danny Antonucci, llamada a.k.a. Cartoon. Sin embargo, los fans de *Beavis and Butt-head* no se dieron cuenta de que la serie solo estaba en receso y se mostraron muy descontentos hacia la cadena, y obviamente hacia *The Brothers Grunt*, una serie que inició con mal pie. *The Brothers Grunt* recibió críticas muy pobres y consiguió unos niveles de audiencia aún peores. MTV no tuvo otra alternativa que cancelarla después de una única temporada. Por su parte, *Beavis and Butt-head* cosechó éxitos durante cuatro años y se despidió de sus fans el 28 de noviembre de 1997.

En el mismo año del estreno de *The Brothers Grunt*, otro canal de televisión por cable, USA Network, decidía lanzar una comedia animada en su *prime time*, *Duckman: Private Dick/Family Man*. A diferencia de otras series anteriores, *Duckman* gozó de éxito moderado: se produjeron 70 episodios que se emitieron entre marzo de 1994 y septiembre de 1997. El programa fue clasificado para mayores de 14 años por su alto contenido sexual y un lenguaje a veces soez.

En 1996, USA Network modificaba su estrategia de programación con el propósito de definir su identidad como canal. USA Network buscaba definir su franja de *prime time* como “entretenimiento general” y *Duckman*, con su humor mordaz sobre un detective chovinista y su extraña familia, no reflejaba dicha filosofía. La serie no contribuía a redefinir la imagen del canal como competidor entre la audiencia adulta (su público era básicamente juvenil) y *Duckman* tuvo que terminar sus emisiones en 1997, con resultados aceptables y dejando a todo su público intrigado: en el último episodio de la serie, “Four Weddings Inconceivable”, la esposa de *Duckman*, supuestamente muerta, aparece justamente en medio de la celebración de la segunda boda del protagonista.

Además de MTV y USA Network, otros canales de televisión por cable impulsaron el desarrollo de la animación de *prime time* y para adultos. Sin embargo, probablemente ninguno ha llevado a cabo dicha labor con mayor compromiso que Cartoon Network. En 1992, solo un año después de que MTV presentara sus primeras animaciones en Liquid Television, SuperStation WTBS (hoy Turner Broadcasting System, Inc. -TBS Networks o TBS, inc.-) decidió crear un canal dedicado exclusivamente a la animación: Cartoon Network. Durante sus primeros años, el nuevo canal emitió animaciones de Warner Bros., MGM y Hanna-Barbera, propiedad de Ted Turner, también dueño del canal.

A diferencia de Nickelodeon, Disney Channel, Family Channel o el ya desaparecido Fox Kids, Cartoon Network incluía animaciones para todas las edades y se apartaba de la idea de que la animación era un formato solo para niños. De esta manera, se esperaba

que atrajera un significativo número de jóvenes adolescentes, más no que lograra gran popularidad entre los adultos, como también sucedió. En respuesta, Turner asignó al vicepresidente del canal, Michael Lazzo, la creación de la primera serie original del canal, una serie que continuara llamando la atención de los adultos y que al mismo tiempo tuviera una producción rápida y económica. El resultado fue *Space Ghost Coast to Coast*, el primer talk show animado.

Space Ghost Coast to Coast se estrenó el 15 de abril de 1994, basado en el personaje de Space Ghost, un superhéroe desarrollado por Hanna-Barbera en los sesenta. En esta nueva versión, Space Ghost era trasladado a otro género y convertido en presentador de un talk show, que se grababa y se emitía desde Ghost Planet, hogar de Space Ghost. Su peor enemigo, Zorak, se había convertido en el director de la banda musical que acompaña el programa⁶⁸ y Moltar, otro criminal espacial, hacía de director y productor del talk show. Los invitados del programa, normalmente celebridades como Charlton Heston, Jim Carrey o Metallica, solían aparecer en una pantalla de televisión cerca de la mesa de Space Ghost y, a diferencia de los personajes, por supuesto no eran animados. Las respuestas de los invitados solían ser editadas de manera que no tuvieran ninguna relación lógica con las preguntas que les hacía Space, consiguiendo así un gran efecto cómico.

La mayoría de episodios de *Space Ghost Coast to Coast* solo duraban 11 minutos, de manera que Cartoon Network tuvo que unir dos episodios para conseguir segmentos de 30 minutos. La serie completa de media hora se emitía originalmente a las 23:00 horas los viernes, aunque posteriormente cambió de día (principalmente a los fines de semana). El programa resultó ser un verdadero éxito entre los jóvenes adultos, quienes podían reconocer en él una deconstrucción del género liderado por Letterman, a los personajes invitados y a su renovado presentador. *Space Ghost Coast to Coast* se emitió en Cartoon Network desde 1994 hasta 2001, cuando fue creado Adult Swim⁶⁹, un canal adherido a Cartoon Network. A partir de 2001 se transmitió en este nuevo canal, hasta 2004.

En 1995, solo un año después del estreno de *Space Ghost Coast to Coast*, apareció su primer spin-off: *Cartoon Planet*. El programa debutó en la cadena hermana de Cartoon Network, TBS, aunque entre 1996 y 1999 fue emitida en Cartoon Network, justo después de *Space Ghost*. *Cartoon Planet* fue el primer spin-off de *Space Ghost Coast to Coast*, pero no el único. En 2000 el programa volvió a ser centro de inspiración y tres nuevas series fueron estrenadas *The Brak Show*, *Aqua Teen Hunger Force (ATHF)* y *Harvey Birdman, Attorney at Law*. Todas emitidas por Cartoon Network.

Hasta el momento, USA Network, MTV y Cartoon Network habían jugado un importante papel en el desarrollo de la animación de prime time; sin embargo, a este formato aun le

68 Igual que Paul Shaffer de David Letterman en *Late Night with David Letterman* (NBC, 1982-93) y *Late Show with David Letterman* (CBS, 1993-).

69 Adult Swim tiene una gran importancia en el desarrollo de la comedia animada de prime-time, por ello se analizara en detalle más adelante. Ver el apartado “Adult Swim: ¿la última esperanza?” (en este mismo capítulo).

hacía falta otro “mecenas”: Comedy Central. Este canal por cable fue lanzado el 15 de noviembre de 1989, como The Comedy Channel⁷⁰, y tal como su nombre indica, es un canal dedicado exclusivamente a la comedia. Su primera contribución a la animación de prime time fue *Dr. Katz: Professional Therapist*.

La serie se centraba en su protagonista, el sicoterapeuta Jonathan Katz, a quien daba voz el cómico monologuista de igual nombre. Esta “nueva profesión” adoptada por Katz hizo que fuera muy difícil para el personaje llegar a ser tan querido como Homer Simpson. Sin embargo, *Dr. Katz: Professional Therapist* se emitió durante 4 años (1995-99) y se produjeron 81 episodios. Además, *Dr. Katz: Professional Therapist* fue la primera producción para televisión de Tom Snyder Productions, la compañía del creador de la técnica Squigglevision.⁷¹

Dr. Katz se encargaba de resolver los problemas emocionales de una exclusiva clientela: actores y comediantes stand-up famosos, generalmente dos por episodio. Las sesiones con los comediantes consistían en dejar hablar al paciente, quien básicamente hacía su rutina (esta vez sentado) durante la terapia⁷²; mientras que las sesiones con actores ofrecían más diálogos entre Katz y sus pacientes. Al igual que *The Critic*, la serie contaba con la participación de grandes estrellas que daban voz a su propio personaje. Por ejemplo, uno de los pacientes más frecuentes de Katz fue Ray Romano, guionista y protagonista de *Every Loves Raymond* (CBS, 1996-2005). Entre la visita de un paciente y otro, Dr. Katz también tenía que lidiar con una secretaria inepta y parlanchina, Laura, y un hijo de 23 años, Ben, añorado y sin futuro.

La serie fue cancelada y eliminada de la programación de prime time justo cuando el panorama de la animación empezaba a mejorar. Para entonces, Fox ya contaba con tres comedias animadas en prime time (*The Simpsons*, *King of the Hill* [1997-2009] y *Family Guy* [1999-]) e incluso la misma Comedy Central ya había estrenado *South Park* (1997-). Quizás fue el poco éxito de *Dr. Katz: Professional Therapist*, en comparación al de *South Park*, lo que precisamente propició su desaparición.

1.3.2. Dos nuevos iconos

Aunque 1996 fue sin lugar a dudas un mal año para las comedias animadas de prime time (no hubo ningún estreno), 1997 vio el nacimiento de dos de las más longevas y exitosas: *King of the Hill* (Fox, 1997-2009) y *South Park* (Comedy Central, 1997-).

70 El 1 de abril de 1990 su nombre cambia a Ha!:TV Comedy Network, y exactamente un año después vuelve a cambiar definitivamente a Comedy Central.

71 Squigglevision es un proceso de animación limitada en el que la ilusión de movimiento es expresada a través del uso de una curva continua alrededor de la boca y el cuerpo de cada dibujo. Los objetos inanimados, a diferencia de los personajes, suelen ser de color gris y permanecer estáticos.

72 *Dr. Katz: Professional Therapist* también pertenece a la ola de sitcoms de los noventa inspiradas en rutinas de comediantes, comenzando con *Roseanne* (ABC, 1988-1997) e incluyendo a *Seinfeld* (NBC, 1990-1998), *Grace Under Fire* (ABC, 1993-1998), *Ellen* (ABC, 1994-1998), *The Drew Carey Show* (ABC, 1995-2004) y la misma *Everybody Loves Raymond* (CBS, 1996-2005).

En 1997 parecía casi imposible que *The Simpsons* volviera a figurar en el Top 30 de Nielsen. En sus dos últimas temporadas (1995-96 y 1996-97), se había posicionado en el puesto número 77 y 53, respectivamente⁷³. Sin embargo, Fox tenía nuevos planes para impulsar la animación y unió a Mike Judge, creador de *Beavis and Butt-head*, y Greg Daniels, guionista de *The Simpsons*⁷⁴, para crear una nueva serie. El resultado: *King of the Hill*. La serie estrenó el 12 de enero de 1997, entre *The Simpsons* y *The X-Files* (Fox, 1993-2002), los dos pilares de Fox. Ese mismo año, la serie se convirtió en un éxito, llegó a la posición número 15 de la lista de ratings de Nielsen y catapultó a *The Simpsons* hasta el decimoséptimo lugar, el más alto de su historia hasta aquel momento.

Gran parte del éxito de *King of the Hill* derivaba de los momentos familiares. A pesar de la importancia de la sátira de la vida suburbana americana, la verdadera fuerza del programa radicaba en el desarrollo de sus personajes y la relación entre ellos. Los Hill eran tejanos conservadores y temerosos de Dios, pero no racistas, ni fanáticos religiosos, homofóbicos o “paletos”. Tal y como explica el mismo Hank en “A Rover Runs Through It” (T9.E1): “Dang it, I am sick and tired of everyone’s asinine ideas about me. I’m not a redneck, and I’m not some Hollywood jerk. I’m something else entirely. I’m complicated!”.

Parte de su éxito también radica en su enfoque realista y en su intento por encontrar el lado cómico de los aspectos cotidianos de la vida. A diferencia del tradicional dibujo animado en el que los personajes sobreviven a grandes caídas sin un rasguño, cuando alguien se hacía daño en *King of the Hill*, sufría de verdad las consecuencias. Por ejemplo en el episodio final de la tercera temporada, “As Old as the Hills” (T3.E25), Peggy se lanza desde un avión pero el paracaídas no se abre y ella sufre un terrible accidente. Durante la temporada siguiente, Peggy debe superar un largo y doloroso proceso de recuperación asistiendo a sesiones de fisioterapia. También, en “Propane Boom (Part 1)” (T2.E23), Luanne pierde todo el cabello en una explosión de gas propano. Sin embargo, en el episodio siguiente no aparece con su cabellera larga habitual, sino que episodio tras episodio vemos como le crece hasta recuperarlo por completo. Además, durante el recorrido de la serie murieron dos personajes, Buckley y Debbie Grund, sin embargo no volvieron a parecer nuevamente como sucede en los dibujos animados, murieron ‘para siempre’, como en la vida real.

Fox emitió un total de 255 episodios de *King of the Hill* entre enero de 1997 y septiembre de 2009, los domingos justo antes de *The Simpsons*. Otros cuatro episodios más, producidos pero no emitidos por la cadena, fueron presentados en Adult Swim durante el mes de

73 Los Angeles Times. *The Envelope. The Ultimate Award Site. Past winners database*: <http://web.archive.org/web/20061017151120/theenvelope.latimes.com/extras/lostmind/ratings/ratings.htm> [Consultada: 20 diciembre 2010]

74 Entre otros, escribió el episodio “Lisa’s Wedding” (T6.E19), ganador de un premio Emmy al mejor programa animado de menos de una hora en 1995.

mayo de 2010. La serie se convirtió en uno de los programas más longevos de Fox y, en el momento de su cancelación, la tercera comedia animada de prime time más larga de Estados Unidos, después de *The Simpsons* y *South Park*.

Por su parte, *South Park* fue estrenada el 13 de agosto en Comedy Central, el único que apostó por el proyecto de Matt Stone y Trey Parker. Y es que no es difícil descubrir porque nadie más lo hizo, pues si *Beavis and Butt-head* celebraba el mal gusto, *South Park* lo llevo al nivel de “forma de arte” (Booker, 2006: 128). Ubicada en el pequeño pueblo de South Park, la serie se centra en las desventuras de cuatro niños de tercer grado (que finalmente llegan a cuarto en la cuarta temporada): Stan Marsh, Kyle Brof ovski, Eric Cartman y Kenny McCormick.

El personaje más notable y también el más querido por la audiencia sigue siendo Cartman, un gordo glotón, vulgar, manipulador e intolerante que odia a casi todo el mundo. Sin embargo, el punto de vista central de la serie pertenece a Stan y Kyle Brof ovski, el dúo de mejores amigos inspirado en la relación de Parker y Stone, creadores de la serie. Stan, por su parte, es un típico niño americano, mientras que Kyle es un judío neurótico, aunque también el más inteligente del grupo. El último miembro del grupo central es el pobre Kenny, el más pequeño de los cuatro, a quien casi no se le puede escuchar debido a que siempre lleva puesta, y muy atada, la capucha de su anorak. Este personaje tenía la mala suerte de ser asesinado cruelmente en casi todos los episodios. Sin embargo, a los creadores de la serie se les agotaron las ideas y cerca del final de la quinta temporada, en el episodio “Kenny Dies” (T5.E13), Kenny muere ‘definitivamente’ de una enfermedad muscular. Durante su ausencia es reemplazado por Butters, un niño inocente que parece justificar su existencia con el hecho de que es el objeto de burla de todos los demás. No obstante, casi un año después, en el episodio final de la sexta temporada (“Red Sleigh Down” [T6.E17]), Kenny vuelve a la serie.

Desde su inicio *South Park* dejó claro que no era un programa de entretenimiento familiar. La primera palabra pronunciada en un dialogo fue “Goddammit”⁷⁵, lo que llevo a la serie a convertirse en el primer programa semanal en ser clasificado como TV-MA (apto para mayores de 17 años). Pero, también desde su inicio, *South Park* fue un verdadero éxito. El primer episodio de la serie, “Cartman Gets an Anal Probe”, fue visto por 980,000 telespectadores, es decir, un 1.3 en la escala de Nielsen; hasta el momento, el nivel de audiencia más altos de cualquier canal básico de televisión por cable. *South Park* hizo por Comedy Central lo que *The Simpsons* hizo por Fox: transformar una operadora de televisión desconocida en un canal de reconocimiento internacional. En 1997 Comedy Central estaba presente en 9.1 millones de hogares, mientras que en 1998, solo un año después del estreno de la serie, ya alcanzaba los 50 millones (Johnson-Woods, 2007: 6-8).

La técnica de animación de *South Park* parece barata y editada apresuradamente. Las

75 La grita Kyle cuando se da cuenta que su hermanito Ike, lo ha seguido hasta la parada del autobús, donde suele encontrarse con Stan, Cartman y Kenny.

figuras dan la sensación de ser recortes de papel y sus movimientos son muy limitados. Sin embargo, toda la serie es producida con sofisticadas técnicas de animación por ordenador. La ilusión de tosquedad ha sido creada deliberadamente y recuerda los cortos animados del episodio piloto. En cuanto a los temas, en *South Park* nada es sagrado, ni las enfermedades terminales, la homosexualidad, el abuso a menores, el racismo, la xenofobia, el antisemitismo, las religiones, los asesinos en serie o las discapacidades físicas y mentales. Y, por supuesto, tampoco las celebridades, quienes son parodiadas de la forma más cruel y despiadada vista en la televisión⁷⁶. La serie ataca a todas las comunidades y grupos sin discriminación de sexo, raza o credo. Desde los que defienden las armas hasta los activistas medioambientales dedicados a la salvación de las selvas tropicales. *South Park* condenan la censura y el autoritarismo, profesa la libertad de expresión y pensamiento y apoya el individualismo. En resumen, y como afirma Matt Stone, uno de sus creadores, “our whole deal is to poke fun at everything and everybody” (Morrow, 2000).⁷⁷

Por separado, los episodios presumen de un humor fresco e innovador, pero vistos en conjunto la repetición y la predicción se hacen evidentes de inmediato, tal como confirma la película de la serie, *South Park: Bigger, Longer & Uncut* (1999). Y es que en *South Park*, los chistes sobre la obesidad, las flatulencias, excreciones y otras funciones corporales parecen no agotarse. La serie continúa emitiéndose en Comedy Central los jueves a las 22:30 horas y es, actualmente, la segunda comedia animada de prime time más longeva de la televisión americana.

Pero aunque *King of the Hill* y *South Park* fueron las series más exitosas de 1997, no fueron las únicas. También un *spin-off* de *Beavis and Butt-Head* debutó aquel año en MTV. La serie se titulaba *Daria*, igual que su protagonista, Daria Morgendorffer, la inteligente compañera de clase de Beavis y Butt-head. Daria apareció por primera vez en *Beavis and Butt-Head* en 1996 y el personaje se caracterizaba por ser objeto de burla del dúo adolescente. Mike Judge, creador de *Beavis and Butt-Head*, permitió el uso del personaje para la nueva serie pero no estuvo involucrado en la producción de *Daria*. Su primer episodio se emitió el 3 de marzo de 1997, más o menos nueve meses antes de que terminara *Beavis and Butt-head*. En dicho episodio, titulado “Esteemsters”, Daria y su familia, que no había aparecido previamente, se mudan de Highland, localización de *Beavis and Butt-head*, a su nuevo hogar en Lawndale.

Daria era una adolescente de humor mordaz, muy inteligente y crítica, aunque también un poco misántropa. Solo tenía una amiga, Jane Lane, quien solía estar de acuerdo con sus satíricos comentarios sobre el resto de compañeros de clase y con quien compartía su programa favorito: “Sick Sad World”.

En *Daria*, la vida de la clase media alta americana, el instituto y la familia se describían de forma exagerada. Lawndale estaba lleno de estereotipos, al igual que el instituto. No falta el grupo de animadoras, por supuesto todas enamoradas de los chicos del

76 Sin embargo nunca han sido demandado por ninguna de ellas. Probablemente porque, tal como señalan Parker y Stone, las figuras y las voces de dichas celebridades son tan malas que nadie se las tomaría en serio.

77 Morrow, T. (2000) “No killing ‘south park’”. En: *The Record*, 21 junio 2000, Y10. Citado en Sandler, 2003.

equipo de fútbol americano, el impopular club de ciencia, los góticos, los artistas y los inadaptados, como Daria. En familia, la pobre Daria tampoco conseguía encontrarse a gusto. Su hermana menor, Quinn, era su antítesis. Era la “diva” del instituto, solo estaba interesada en la moda, en salir con chicos y, por supuesto, ella misma. En el instituto decía que Daria era una prima, una pariente lejana o incluso una empleada; cualquier cosa que no afectara su esfera social. Ahora bien, su padre, Jake, siempre estaba muy estresado y se sentía un fracasado, que culpaba a todo el mundo menos a sí mismo, y su madre, Helen, era adicta al trabajo. Si bien los padres de Daria le habían legado su inteligencia, nunca le ofrecieron ninguna atención o tiempo de calidad. Atrapada entre la esterilidad emocional de sus padres y la falta de cerebro de sus compañeros de clase, Daria estaba condenada a su estatus de “empollona”, tanto dentro como fuera de casa.

El tono de la serie era claramente irónico. De hecho, el propio personaje protagonista era irónico en sí mismo: Daria, aunque era solo una adolescente, solía ser la persona más lista del lugar; era un personaje animado que deleitaba por su total falta de animación y una persona negativa que siempre intentaba hacer mejor y más fácil la vida de sus amigos (Newman, 2003). A pesar de ser considerada una marginada social en el instituto y verse obligada, en cada episodio, a hacer algo que no quería, Daria no se sentía miserable sino simplemente diferente. Tal como le explica a Jane en “Misery Chick” (T1. E14): “I’m not miserable. I’m just not like them”. Y es que ella no era como el resto de adolescentes. Era madura y objetiva, capaz de darle la vuelta a las situaciones y convertir en algo positivo la humillación, la presión, el resentimiento y la amargura que se puede llegar a sentir durante la adolescencia. En la serie, Daria era la voz de la razón y de la lógica. Y era precisamente su especial forma de ser lo que la alejaba de los demás, pero también lo que le permitía, gracias a la distancia que establecía con su entorno, analizarlo todo desde fuera y verlo como realmente es.

Aunque, en general, la animación se caracteriza por sus elementos de surrealismo, juego visual, transformación y metamorfosis, Daria estaba marcada por su carácter plano y su naturaleza invariable. Este uso de la animación dotó de cierto carácter realista a la serie y demostró que la técnica de la animación, al dar “vida” a los personajes inanimados, no solo podía referirse a la propia vida, sino también a la muerte, en una especie de anti-animación (Newman, 2003: 195). Pero aunque los dibujos fueran fríos, planos y sin vida, las tramas individuales reafirmaban la naturaleza cambiante de la animación y de la vida misma. Los personajes tenían la posibilidad de crecer y cambiar: Daria se enamoró de un chico, Tom, y fueron novios, Quinn empezó a preocuparse por los estudios, Helen se dio cuenta de su adicción al trabajo, etc. En definitiva, Daria creó un mundo visualmente plano y sin vida, pero gracias a su humor consiguió ser una historia tridimensional.

El modo irónico que caracterizaba a Daria fue usado también para criticar la cultura popular americana. Daria, como otras comedias animadas de prime time, hacía frecuentes referencias a otros medios, pero particularmente a la televisión. Por ejemplo, muchos

títulos de episodios son de programas de televisión como “Murder, She Snored” (T4. E4) o “Groped by an Angel” (T4. E11), que hacen referencia a *Murder, She Wrote* (CBS, 1984-96) y *Touched by an Angel* (CBS, 1994-2003). En episodios como “The Lawndale File” (T3. E11), también se parodiaba la tesis argumental de otra serie, en este caso la de *The X-Files*.

El programa se emitió entre 1997 y 2002 y relató la vida de su protagonista desde el instituto hasta que es admitida en la universidad. *Daria* fue uno de los programas más visto de MTV y finalizó con su segunda película para televisión *Is It College Yet?*⁷⁸ en enero de 2002.

1.3.3. Una tercera oportunidad

Una buena parte de las series estrenadas hasta 1997 habían sido canceladas a los pocos episodios y un grupo muy reducido había tenido verdadero éxito. Sin embargo, las grandes cadenas pensaban que las sitcoms de imagen real habían llegado ya a un punto de saturación y era necesario captar a los televidentes del cable y el satélite. Las comedias animadas constituían una forma segura de sobrepasar los límites aceptados por la televisión y eran más descaradas y atrevidas que el resto de programas. Además, el reciente éxito de *King of the Hill* y *South Park* habían demostrado que era posible una verdadera segunda ola de animación de *prime time*; no como *Fish Police*, *Family Dog* y el resto de series estrenadas a principios de los noventa, que no habían obtenido ni de lejos los mismo logros que *The Simpsons*. Por ello, las grandes cadenas de televisión americanas, a excepción de CBS y PAX, se apuntaron a un renacimiento de la animación de *prime time* a finales de los noventa.

En 1998, un año después del estreno de *Daria*, MTV lanzó su nuevo proyecto animado: *Celebrity Deathmatch*. El programa comenzó siendo un corto de *Cartoon Sushi*⁷⁹ en el que el asesino convicto Charles Manson y el polémico roquero Marilyn Manson peleaban hasta la muerte. Y tal como “Frog Baseball”⁸⁰, “*Celebrity Deathmatch*” tuvo tanto éxito que se transformó en una serie de media hora. *Celebrity Deathmatch* inició sus emisiones el 14 de mayo de 1998 y se realizaba con la técnica de *plastimación*⁸¹. La serie parodiaba los encuentros de boxeo y lucha libre, enfrentando a grandes celebridades en un cuadrilátero. Sin embargo, y a diferencia de las series antes vistas, la infinidad de celebridades que aparecieron retratadas en el programa durante sus seis temporadas no prestaron su voz a la versión animada.

Todos los combates, como el de Manson, eran a muerte. El ganador era el único sobreviviente y todo estaba permitido (decapitaciones, empalamientos, etc.), menos los mordiscos, razón por la cual el contenido de sangre y violencia del programa

78 La primera se estreno en 200 bajo el título de *Is It Fall Yet?*.

79 El corto fue emitido como séptimo segmento del cuarto episodio de la primera temporada.

80 El primer corto de Beavis y Butt-Head en *Liquid Television*.

81 Término castellano para *claymation* o *clay animation*, un tipo de animación audiovisual en la que se emplea plastilina, arcilla u otros materiales maleables.

resultaba exagerado. Las excéntricas escenas de muerte y los restos de cuerpo después de cada combate recordaban clásicos como *Tom y Jerry* (Serie original: CBS, 1965-72) de Hanna-Barbera o *The Road Runner Show* (CBS, 1966-68; ABC, 1971-73) de Warner Brothers, en los se hacía gala de una brutalidad lúdica y exagerada que solo permite en los dibujos animados.

El programa estaba presentado por el profesional Johnny Gómez y su mejor amigo, no tan profesional, Nick Diamond, quienes relataban los encuentros con total detalle y usaban esmoquin como los verdaderos comentaristas de boxeo. El árbitro era Mills Lane, inspirado e interpretado por el mismo Mills Bee Lane III, boxeador y árbitro de boxeo retirado, dos veces fiscal del distrito de Washoe County (Reno, EUA) y juez del programa de televisión *Judge Mills Lane* (syndication, 1998-2001).

La serie fue emitida por MTV entre 1998 y 2002. Sin embargo, en 2006 volvió a aparecer en MTV2 durante dos temporadas más. En principio, el regreso de la serie se programó para 2005 dentro del bloque "Sic 'Em Friday", aunque terminó apareciendo en 2006 como parte de un nuevo bloque, "Sic'emation". El episodio de su regreso fue visto por 2.5 millones de personas, convirtiéndose en el estreno de temporada más visto en la historia de la cadena. En total se emitieron 93 episodios de la serie.

Mientras disfrutaba del éxito de *King of the Hill*, Fox decide apostar todo y en 1999 lanza tres nuevas comedias animadas: *The PJs*, *Family Guy* y *Futurama*. *The PJs* fue el primer estreno, el 10 de enero a las 20:30 horas, entre *The Simpsons* y *The X-Files*. Por su parte, *King of The Hill*, la serie que se emitía en dicho horario, había sido trasladada a los martes y sus niveles de audiencia habían descendido notablemente al competir con el líder de la noche *Home Improvement* (ABC, 1991-99). Para revitalizar el entonces prime time de los martes, *The PJs* también fue cambiada de horario. En febrero de 1999, *King of The Hill* ya había conseguido recuperar gran parte de su audiencia, pero *The PJs* continuaba sin superar al resto de series anteriores que habían sido programadas en esa misma franja.

El título de la serie era una forma abreviada de *The Projects*, refiriéndose a los proyectos de vivienda pública Lawrence Hilton-Jacobs, donde está ambientada la serie. Su protagonista era precisamente el portero del edificio, Thurgood Orville Stubbs, interpretado por Eddie Murphy, también creador y productor de la serie. El edificio estaba situado en un barrio integrado mayoritariamente por afroamericanos y latinos, y cuenta con un variopinto vecindario.

La serie fue alabada por su mezcla de *slapstick*, sátira, comentario social y humor escatológico. Sin embargo, también fue criticada por promulgar estereotipos negativos sobre los afroamericanos. Después de dos temporadas y 31 episodios, *The PJs* se mudó a The Wb en 2000, donde fue emitida solo durante una temporada más. Su alto presupuesto y sus niveles de audiencia en descenso fueron la causa de su definitiva cancelación en 2001.

El siguiente estreno, *Family Guy*, tuvo mucho más éxito. Su creador, Seth MacFarlane, fue contratado por Fox para desarrollar una serie a partir de sus dos trabajos anteriores:

los cortos animados *The Life of Larry* (1995) y *Larry & Steve* (1996). MacFarlane rediseñó los personajes de sus cortos, Larry y su perro Steve, y los convirtió en Peter y Brian. A continuación, les añadió una familia completa y desarrolló decenas de personajes. El 20 de diciembre de 1998 Fox emitió un episodio piloto de 15 minutos y decidió lanzar definitivamente la serie.

Death Has a Shadow, el primer episodio completo de *Family Guy*, fue emitido el 31 de enero del 1999, inmediatamente después de la Super Bowl XXXIII, y fue visto por 22 millones de espectadores. Como serie regular, *Family Guy* empezó a emitirse en abril, los jueves a las 21:00 horas. La primera temporada solo tuvo seis episodios que se programaron hasta mediados del mes de mayo. La siguiente temporada inició el 23 de septiembre del mismo año, pero después de solo dos episodios, la serie fue eliminada de la programación permanente de la cadena y sus episodios empezaron a ser emitidos de forma irregular. En marzo de 2000, reaparece para completar su segunda temporada, aunque ese mismo año, Fox anuncia su cancelación. Sin embargo, se produjo una tercera temporada y se emitió entre julio de 2001 y febrero de 2002, los jueves a las 20:00 horas. La serie competía con *Survivor* (CBS, 2000-) y *Friends* (NBC, 1994-2004), dos grandes éxitos, y por si fuera poco, durante sus dos últimas temporadas cambiaba constantemente de horario (de domingo a jueves, de jueves a martes, de martes a miércoles y finalmente de vuelta a los jueves) y sin previo aviso, lo que se tradujo en unos niveles de audiencia muy pobres y en su subsecuente cancelación.

No obstante, *Family Guy* produjo dos hechos sin precedente que hicieron que Fox reviviera la serie. En primer lugar, sus ventas en DVD superaron los 2,2 millones de unidades en el primer año (Netherby, 2004), es decir, más que cualquier otra serie, incluyendo *The Simpsons*, *Friends* y *Sex and the City* (HBO, 1998-2004). En segundo lugar, durante sus reposiciones en Cartoon Network, se convirtió en la serie de cable número uno entre los adultos y los hombres de entre 18 y 24 años; e incluso llegó a competir con *The Late Show with David Letterman* (CBS, 1993-) y *The Tonight Show with Jay Leno* (NBC, 1992-) entre los hombres de 18 a 34 y de 18 a 24 años (Battaglio, 2005).

El 27 de febrero de 2004, Seth MacFarlane, creador de la serie, confirmó en una entrevista con IGN que *Family Guy* reanudaba su producción (Patrizio, 2004). Un mes después, el 26 de marzo de 2004, Fox anunció oficialmente la producción de, al menos, 22 episodios más de la serie. Finalmente la cuarta temporada se estrenó el domingo 1 de mayo de 2005 y, desde entonces, *Family Guy* no se ha dejado de emitir.

Aunque muchas veces *Family Guy* ha sido definida como una mala copia de *The Simpsons*, lo cierto es que ha sido capaz de crear su propio mundo y redefinir sus normas de manera que la audiencia nunca sepa que va a pasar a continuación. Más que un producto acabado, *Family Guy* es un constante proceso: una broma sigue inmediatamente a otra, las situaciones increíbles no terminan y ningún personaje está cerrado o limitado en su caracterización. Desde el tema musical del inicio hasta los créditos finales, decenas de *one-liner jokes*, *gags* visuales y divertidas referencias a otros trabajos de la cultura popular se van insertando en la narración; demostrando así una sorprendente densidad cómica.

Family Guy lleva al límite el uso de la intertextualidad, en forma de parodia, como recurso para ensayar una crítica sobre la sitcom en general, el entretenimiento, los anuncios y los informativos. Esta característica le permite diferenciarse de su antecesora *The Simpsons* porque, aunque en dicha serie también se emplea frecuentemente la intertextualidad, *Family Guy* la convierte en el centro de su efecto cómico. Pero *Family Guy* no se limita a citar las obras más populares sino que se dirige a un telespectador con amplio conocimiento cultural e inserta complejas referencias. Por ejemplo, en “I Take Thee Quagmire” (T4. E21) Joe y Quagmire hablan en una extraña lengua que seguramente fue reconocida de inmediato por los fans de *El señor de los anillos*, obra de J.R.R. Tolkien; ya que se trataba de Quenya, el idioma de los altos elfos. Y en “Brian: Portrait of a Dog” (T1. E7), Brian pregunta: “Does a dog not feel? If you scratch us do our legs not kick?” parafraseando el discurso de Shylock en *El mercader de Venecia* de Shakespeare, en el personaje pregunta si los judíos deben o no ser tratados como el resto de personas.

La última comedia animada de Fox de 1999 fue *Futurama*. Después de 10 años del debut de *The Simpsons*, su creador, Matt Groening, volvía a arriesgarse con la historia de un repartidor de pizzas que es congelado la Nochevieja de 1999 en una cámara de criogénesis y despertado en el año 3000. Su estreno, el 28 de marzo, se convirtió en la tercera premier⁸² con mayores niveles de audiencia en la historia de Fox. La serie batió todos los records de su franja horaria: fue número uno entre los adultos de entre 18 y 49 años, así como entre los de 18 y 34 y los de entre 25 y 54; también entre los hombres y mujeres de 18 a 49 y el grupo de los adolescentes.⁸³

A diferencia de la mayoría de comedias animadas, *Futurama* no es una sitcom familiar o domesticom, sino una workplace sitcom, pues su trama central gira alrededor de los encargos de la empresa de transporte interplanetario *Planet Express* y sus empleados; un pequeño grupo que representaba la diversidad “étnica” de la sociedad del futuro. En cierta forma, *Futurama* también es una sitcom de ciencia ficción, dado el espacio de tiempo en el que transcurre. De hecho, *Star Trek* (Serie original: NBC, 1966-69), la obra central del género de ciencia ficción, es crucial para la textualidad alusiva de la serie. Desde su primer episodio, *Futurama* citó numerosas veces esta popular serie: durante la primera escena aparece el videojuego de *Star Trek* y de fondo se escucha el tema musical del programa; Fry dice: “just like on *Star Trek*” cuando pasaba por la puerta automática de la empresa *Applied Cryogenics* y la cabeza (aún con vida) del actor Leonard Nimoy, que interpretaba a Spock en *Star Trek*, aparece conservada dentro de un recipiente de cristal.

A pesar de la naturaleza altamente tecnológica del mundo de *Futurama*, la sociedad ‘multicultural’ del siglo XXXI es muy semejante a la de 1999. En oposición a la visión utópica del futuro de *Star Trek*, el capitalismo salvaje y la burocracia inflexible

82 La primera fue la de *Family Guy* con un 40.2 según los sistemas de medida de Nielsen Ratings. A continuación se ubica el estreno de *The Simpsons* con un 14.5 y a continuación el de *Futurama* con 11.2.

83 *Futurama breaks fox ratings records.* (1999). <http://ultimatetv.com/news/TVNewsDaily.html?1444> [Consultada: 15 noviembre 2010]

continúan reinando; el calentamiento global y el consumo abusivo de sustancias siguen siendo problemas importantes y sin resolver; los prejuicios raciales y étnicos no ha desaparecido y la religión continúa siendo una institución con mucho poder. Pero es que *Futurama* no tiene ningún interés en imaginar cómo será el futuro, sino que precisamente construye un mundo futuro para criticar y satirizar nuestro propio mundo contemporáneo. Muchos de los dispositivos tecnológicos del año 3000 están claramente diseñados para este fin; sin embargo, el más importante es el Museo de Cabezas. Dicho museo es crucial para el dialogo que *Futurama* plantea con la cultura popular del siglo XX y principios del XXI, ya que en él se conservan las cabezas vivientes de las figuras más famosas en la historia de los Estados Unidos, desde George Washington hasta Pamela Anderson. Curiosamente, el concepto mismo del Museo de las Cabezas es una sutil referencia al episodio “Return To Tomorrow” (T2.E20), de la serie original de *Star Trek*, en el que las mentes de los habitantes de un devastado planeta eran preservadas en forma de brillantes esferas.

La cultura popular, así como la sociedad, parecen haber cambiado muy poco en mil años. A pesar del desarrollo de muchos otros dispositivos de entretenimiento y que físicamente ya es posible “entrar” en Internet, la televisión sigue siendo el medio de comunicación dominante, así como la forma de entretenimiento más popular. Los contenidos televisivos también parecen haber evolucionado poco. El programa más visto en el futuro es *All My Circuits*, una *soap opera* como las de nuestros tiempos, pero protagonizada por robots en vez de seres humanos. Al igual que el resto de comedias animadas, *Futurama* contiene tantas referencias culturales e *inside jokes* que para disfrutar de todas hay que ver cada episodio una y otra vez. “According to one observer, a typical early episode featured at least one subliminal gag every six seconds!” (Erickson, 2005 [1995]: 356).

De la misma manera que *King of the Hill* y *The PJ's*, *Futurama* estrenó en el horario del domingo a las 20:30 horas, después de *The Simpsons* y antes de *The X-Files*. E igualmente, después de poco tiempo (dos episodios) fue trasladada a los martes, para potenciar un bloque de animación junto a las otras dos series. Sin embargo, en la segunda temporada volvió a su horario original de los domingos a las 8:30. *King of the Hill* también regresó a los domingos pero entre las 19:30 y las 20:00 horas. Por su parte, *The PJ's* desapareció de la programación de Fox y se trasladó a The WB. Pero los cambios de horario para *Futurama* aún no habían acabado. En medio de la temporada fue remplazado por *Malcolm in the Middle* (Fox, 2000-06) y pasó a emitirse antes de *King of the Hill*, es decir a las 7:00; su tercer horario en menos de un año. Incluso su cuarta temporada fue emitida de forma irregular, ya que justo antes de la serie se transmitían diversos eventos deportivos (que no suelen tener una duración estrictamente establecida como los programas regulares) y era difícil saber exactamente cuándo comenzaba la serie o incluso, si iba a ser emitida o no. De esta forma, los niveles de audiencia de la serie fueron descendiendo poco a poco, hasta que Fox decidió cancelarla.

Cartoon Network emitió las reposiciones de *Futurama* entre enero de 2003 y diciembre de 2007, en su bloque Adult Swim. Más tarde, los personajes de la serie volvieron en cuatro películas: *Bender's Big Score* (2008) *The Beat with a Billion Backs* (2008), *Bender's Game*

(2009) y *Into the Wild Green Yonder* (2009). Comedy Central firmó un acuerdo con 20th Century Fox Television para volver a reponer los episodios de la serie y emitir las 4 películas como 16 nuevos episodios de media hora. El 10 de junio de 2009 20th Century Fox anunció que produciría 26 nuevos episodios para Comedy Central y el canal los programó a partir del 24 de junio de 2010. Comedy Central emite *Futurama* a las 22:00 horas y los niveles de audiencia aumentan de forma sorprendente. De hecho, su primer episodio se convirtió en el estreno del prime time del jueves más visto en la historia del canal.

Aunque 1999 fue el año de Fox, otras cadenas también estrenaron comedias animadas. Las entonces novatas (y ahora difuntas) UPN y The WB⁸⁴ lanzaron *Dilbert* (UPN, 1999-2000), *Home Movies* (UPN, 1999) y *Mission Hill* (The WB, 1999-2000); mientras que MTV continuó firme en su apoyo a la animación y estrenó *Downtown* (MTV, 1999).

Basada en la famosísima tira cómica de Scott Adams, la serie animada *Dilbert* se estrenó el 25 de enero de 1999 en UPN. La serie, al igual que la tira, explicaba la vida de Dilbert, un competente ingeniero que trabaja en una empresa ineficiente y disfuncional. Aunque en algunos momentos la serie nos permitió ver la vida privada de su protagonista y conocer a su inteligente perro, Dogbert; la mayor parte de la acción transcurría en la oficina. De hecho, toda la primera temporada de la serie estaba dedicada a la creación de un nuevo producto de la empresa, el Gruntmaster 6000, desde la idea original hasta su materialización y puesta a prueba.

Según la crítica, *Dilbert* era una copia digna y fiel de la tira cómica. Hechos tales, como que el jefe de Dilbert le solicitara que le pusiera nombre a un producto que aun no habían desarrollado, reflejaban la filosofía de la tira y representaban la cultura corporativa como un mundo kafkiano de burocracia absurda, donde el esfuerzo y habilidad de los empleados no eran recompensados. Sin embargo, la inclusión de elementos cómicos surrealistas suavizó la crítica al mundo del negocio corporativo de la tira cómica.

A diferencia de su original, la adaptación televisiva de *Dilbert* no tuvo gran éxito. El personaje de Dilbert en la tira cómica representaba a todos aquellos que trabajaban en un cubículo dentro de una empresa enorme pero ineficiente y así se forjó un público respetable. No obstante, no fue capaz de atraer a una audiencia tan masiva como la televisiva. La serie se transmitía los lunes a las 20:00 horas, una franja horaria de UPN que era vista, principalmente, por jóvenes; un grupo de edad incapaz de identificarse con el ingeniero protagonista. A pesar de haber batido el record de audiencia de una sitcom en UPN la noche de su debut, *Dilbert* fue cancelada después de dos temporadas. Los primeros trece episodios se emitieron entre enero y mayo de 1999. En noviembre del mismo año, la serie inició su segunda temporada y finalizó en julio de 2000, con un receso de tres meses entre febrero y mayo.

84 Ambas cadenas funcionaron entre 1995 y 2006, cuando se fusionaron y fundaron The CW Television Network.

Tres meses después del estreno de *Dilbert*, UPN también lanzó en *prime time* la serie *Home Movies*. La recién aparecida cadena había conseguido, hasta el momento, éxito moderado con *Dilbert* e intentaba ser más competitiva apostando por la animación. La serie estaba protagonizada por Brendon Small⁸⁵, un niño de ocho años, inadaptable social y neurótico, que trataba de sobrellevar sus problemas haciendo videos caseros autobiográficos.

La serie fue cancelada durante su primera temporada, después de solo cinco episodios. Terminó la temporada en Adult Swim, el bloque nocturno de Cartoon Network y fue escogida por el canal para continuar su producción. Uno de los principales cambios que sufrió *Home Movies* en su traspaso de un canal a otro fue el uso de Flash, una tecnología más manejable que la que había estado empleando hasta ahora; es decir, la Squigglevision. Esta última tecnología permite el uso de “retroscripiting”, un proceso empleado antes en *Dr. Katz*, que consiste en construir guiones que solo contengan un esbozo de la historia y dejar los diálogos abiertos a la improvisación, produciendo así una narración más realista. Cuando la serie empezó a usar Flash, los guiones tuvieron que ser cerrados; sin embargo, hubo libertad para ser creativos, introducir personajes nuevos y líneas argumentales de más de un episodio.

Después de cuatro temporadas y 52 episodios, *Home Movies* se despidió de su público. Y Brendon de su cámara, que terminó destrozada en el episodio final de la serie, “Focus Grill”, después de que se le cayera del coche mientras éste estaba en marcha.

Por su parte, *Downtown* de MTV, basada en entrevistas a jóvenes urbanos, seguía las vidas de Alex, Chaka, Fruity, Goat, Jen, Matt, Mecca, Serena y Leah; un diverso y multirracial grupo de amigos de Nueva York. Aunque desde su inicio fue descrita como la versión animada de *The Real World* (MTV, 1992-), el programa más longevo de MTV, no tuvo la misma suerte que su predecesor. Solo contó con una temporada y 13 episodios, emitidos entre agosto y noviembre de 1999.

Para aquel año, Fox había empezado a buscar una audiencia más adulta con series como *Ally McBeal* (1997-2002) y había dejado de ser el destino de la televisión juvenil (*Beverly Hills 90210* y *Parker Lewis Can't Lose*). The WB, motivado por el increíble éxito de una de sus series, *Buffy the Vampire Slayer* (The WB, 1997-2001), deseaba ser ese nuevo destino y construir su identidad como cadena con programas dirigidos al público adolescente, un segmento de la audiencia dejado de lado con mucha frecuencia. Así, el 24 de septiembre de 1999 estrena *Mission Hill*. La serie explicaba el cambio radical que sufre la vida de Andy French, aspirante a dibujante y protagonista de la serie, cuando su hermano menor y adolescente Kevin, decide irse a vivir con él ahora que sus padres se mudan a Wyoming. En principio la serie se llamaría “*Downtowners*”, pero para evitar confusiones con la recién estrenada *Downtown* de MTV, se consideró conveniente cambiar el nombre de la serie, que finalmente fue *Mission Hill*, igual que el barrio en que está ambientada.

85 Brendon Small es el nombre de uno de los creadores de la serie, quien además daba voz al personaje.

La profesión del protagonista creó grandes oportunidades para el comentario autorreferencial sobre el género *cartoon*, aunque la serie adquirió mayor notoriedad por abordar temas adultos, especialmente relacionados con la sexualidad. *Mission Hill* recibió un premio de la Gay & Lesbian Alliance Against Defamation (GLAAD), por su correcta y ejemplar representación de Gus y Wally como pareja homosexual. De hecho, aunque Gus y Wally eran personajes cómicos, no eran una caricatura de los homosexuales, ni tampoco el tratamiento de su relación era bizarro o ridículo (Booker, 2006: 112).

En principio, la primera temporada de la serie debía incluir 18 episodios. Sin embargo, solo se produjeron 13 y The WB únicamente emitió seis. En otoño de 1999 se emitieron dos: “Pilot (or The Douchebag Aspect)” (T1.E1) y “Kevin’s Problem (or Porno for Pyro)” (T1.E3), pero unos niveles de audiencia miserables hicieron que la cadena la cancelara. Al año siguiente, en el verano de 2000, The WB transmitió cuatro episodios más⁸⁶ y el resto quedó en espera. Dos años después, todos los episodios fueron presentados en Adult Swim, donde tuvo una mejor acogida entre la audiencia joven adulta.

El 9 de marzo de 2000 NBC estrenó *God, the Devil, and Bob*, un remplazo de mitad de temporada con una trama argumental basada en la lucha entre el todopoderoso y el príncipe de la oscuridad por el control del mundo y el alma de un pobre empleado de Detroit, Bob Allman. Pero a diferencia del diablo, el personaje de Dios no se ajustaba mucho a la idea que de él promueve la Iglesia. Este dios tenía el aspecto físico de Jerry Garcia (líder de Grateful Dead), bebía cervezas, fumaba y le gustaba coquetear con rubias; de manera que las protestas de los grupos religiosos no se hicieron esperar. Jerry Falwell, de la American Family Association, y el Council on American-Islamic Relations encontraron la representación del ser supremo de mal gusto y ofensivo. A pesar de los comunicados de la NBC de que Dios no era blasfemo y que la serie contaba con consultores teleológicos en su equipo⁸⁷, las duras críticas y numerosas protestas desanimaron a los anunciantes y la serie se quedó sin patrocinadores⁸⁸. *God, the Devil, and Bob* tuvo que ser cancelada (Erickson, 2005 [1995]: 379).

El primer episodio de la serie fue visto por 14.4 millones de personas mientras que el cuarto y último emitido en NBC solo obtuvo un 4.4 de *rating*, menos de seis millones de telespectadores (Sandler, 2003: 89). Los temas religiosos fueron tratados con un toque sutil y mucho humor; sin embargo, hay cosas que aparentemente no pueden ser graciosas. Los 9 episodios restantes nunca fueron emitidos en Estados Unidos, aunque la serie completa fue vista en Inglaterra (BBC 2), Irlanda (RTE) y Latinoamérica (Fox).

86 “Andy and Kevin Make a Friend (or One Bang for Two Brothers)” (T1.E5), “Andy Gets a Promotion (or How to Get Head in Business Without Really Trying)” (T1.E6), “Kevin Vs. the SAT (or Nocturnal Admissions)” (T1.E7) y “Unemployment Part 1 (or Brother’s Big Boner)” (T1.E8).

87 El padre Ellwood Kieser.

88 De hecho, antes de ser estrenada, ya nueve cadenas afiliadas a NBC habían mostrado su desacuerdo con la temática de la serie y se habían rehusado a emitirla en el futuro.

Pero a pesar de toda la controversia, la mayor parte de la sátira de *God, the Devil, and Bob* no estaba realmente inspirada en la religión. Un ejemplo de ello fue “There’s Too Much Sex on Television” (T1.E10). En dicho episodio, Dios le pide a Bob que reduzca la cantidad de sexo que aparece en televisión, no sin antes asegurarle que no tiene nada en contra del sexo, porque después de todo, fue él quien lo inventó. Alarmado por el proyecto, Smerch, el asistente del Diablo, le dice a su jefe “Oh no, we’re losing television! The one thing we love, the one thing you’re good at”. Y así quedaba claro hacia dónde iban dirigidas las críticas de la serie.

En el verano de ese mismo año, NBC también estrenó *Sammy*. En esta comedia animada semi-autobiográfica de David Spade, el actor interpretaba a Jamie, el protagonista de una sitcom llamada “Hey, Rebeca”, y su avaro padre, Sammy. La serie, igual que *God, The Devil, and Bob*, fue un fracaso total. De hecho, le fue incluso peor que a su antecesora: su episodio piloto fue el menos visto en la historia de la cadena y, en el mismo horario de *God, The Devil, and Bob*, batió el record de nivel de audiencia más bajo con un 2.6 según Nielsen y 3.5 millones de espectadores (Sandler, 2003: 90). De los trece episodios completados, solo dos fueron emitidos antes de que NBC reemplazara la serie con *Saturday Night Live: Best of the Game Show Parodies*. Según la revista *Variety*, la razón de su fracaso fue el haberse estrenado en verano, concretamente el 8 de agosto (Fries, 2000). Sin embargo, Erickson apunta a que se debió a un descenso en la carrera del mismo Spade: el proyecto comenzó en 1998, pero la serie tuvo diversos problemas de producción y no estuvo completa hasta 2000, justo cuando la carrera del actor empezaba a enfriarse (Erickson, 2005 [1995]: 708). A pesar de los problemas anteriores al estreno de *Sammy*, NBC decidió lanzarla con la intención de probar que eran tan buenos como Fox y *The Simpsons*. Como se hizo evidente más tarde, demostraron todo lo contrario.

Por su parte, ABC, después de seis años del estreno de *The Critic*, volvió al panorama de las comedias animadas con *Clerks*. La serie debía de ser un éxito, ya que estaba basada en la película de culto de Kevin Smith del mismo nombre (1994). No obstante, fue cancelada después de tan solo dos episodios. Principalmente se debió a sus bajos niveles de audiencia, aunque *Clerks* tampoco encajaba con el resto de la programación de ABC, fracasó en su pre-estreno entre la audiencia adulta y los episodios no fueron presentados en orden⁸⁹. Posteriormente, los seis episodios completos fueron emitidos por Comedy Central, a partir del 14 de mayo de 2004.

Los últimos dos episodios de la serie ponen de relieve su gran potencial de autorreferencialidad y compromiso con la cultura popular. El quinto episodio es esencialmente una sucesión de parodias de películas, incluyendo *The Bad News Bears* (1976), *The Last Starfighter* (1984) e *Indiana Jones and the Temple of Doom* (1984). Por su parte, en el episodio seis, Dante y Randal van a una convención de comics en la que los fans de la película *Clerks* se quejan de que la serie animada se ha alejado mucho de su original. Los personajes prometen volver al formato que inicialmente los había hecho

89 En vez de emitirse el episodio número 1 de primero, la serie estrenó con el episodio número 4. De manera que, el segundo episodio, que sí fue emitido en segundo lugar y que se trataba básicamente de un flashback del primer episodio, carecía de sentido y perdió todo su humor.

famosos, aunque al final no tuvieron oportunidad de hacerlo porque el programa fue cancelado mucho antes de que dicho episodio pudiera ser emitido. Curiosamente y como comentario metatelevisivo, antes de los créditos aparecía un rótulo que indicava: “This show was drawn in front of a live studio audience”.

The WB, siguiendo los pasos de UPN, adaptó una tira cómica al formato de la sitcom. El proyecto fue *Baby Blues*, basada en las caricaturas de Jerry Scott y Rick Kirkman. La serie televisiva se centraba en los esfuerzos de una joven pareja, Darryl y Wanda MacPherson, por cuidar de su pequeña bebé, Zoe; quien en su versión impresa ya tenía nueve años y dos hermanitos: Hammish, de seis y Wren, de uno.

Aunque *Baby Blues* obtuvo mejores niveles de audiencia que otras comedias animadas del prime time de The WB, por ejemplo *Mission Hill* y posteriormente, *The Oblongs* (2001), fue cancelada después de cinco semanas. Los ocho episodios presentados por The WB se emitieron entre julio y agosto de 2000; mientras que los cinco restantes aparecieron casi dos años después, entre enero y marzo de 2002, en Cartoon Network.

Tan solo 11 días después del inicio de 2001, UPN lanzó *Gary and Mike* (2001), su último intento por romper “el contrato de exclusividad” entre Fox y las comedias animadas de prime time. Curiosamente, la serie había sido desarrollada para Fox, pero finalmente fue adquirida por UPN cuando Fox la rechazó. Sin embargo, el reemplazo de mitad de temporada sobre el viaje de dos amigos por Estados Unidos fue otro fracaso. La serie fue cancelada después de tres meses y solo se emitieron 13 episodios. No obstante, ganó dos premios Emmy en la categoría de “Outstanding Individual Achievement in Animation”.

En abril de 2001 se estrenaron dos nuevas series, *The Oblongs* (The WB, 2001) y *Undergrads* (MTV, 2001). La primera, *The Oblongs* (1 de abril), fue una de las sitcoms familiares más inusuales del prime time. Basada en el libro de ilustraciones *Creepy Susie & 13 Other Tragic Tales for Troubled Children*, de Angus Oblong, la serie muestra una extraña familia de seres mutados y deformados debido a la permanente exposición a desechos tóxicos y radioactivos de la empresa Globocide, Inc. La premisa básica del programa ofrecía numerosas oportunidades para criticar, entre otras cosas, las grandes corporaciones irresponsables con el medio ambiente, aunque el peso de la serie recaía en la familia y sus relaciones. Tanto The WB como Oblong, consideraban que el proyecto sería tan bueno, o incluso más, que *The Simpsons*. No obstante, The WB solo emitió 8 de los 13 episodios previstos durante la primavera de 2001⁹⁰. Los episodios restantes se transmitieron más tarde, a partir del verano de 2002, en Cartoon Network. *The Oblongs* no encontró audiencia en The WB y los ejecutivos de la cadena decidieron no emitir más animaciones en prime time debido a que ninguna serie tenía, en efecto, el potencial de *The Simpsons*.

Por su parte, *Undergrads* tampoco consiguió mucho éxito. Se estrenó el 22 de abril y solo sobrevivieron sus 13 episodios iniciales. La serie estaba inspirada en la experiencia propia de su creador, Pete Williams, durante su breve paso por la universidad y como

era de esperar, su escasa audiencia estaba conformada básicamente por estudiantes universitarios. Si bien *Undergrads* no ganó ningún premio, fue reconocida por el Parents' Television Council como la tercera serie, después de *South Park* y *Celebrity Deathmatch*, con mayor contenido ofensivo (Erickson, 2005 [1995]: 884).

Una vez más, la comedia animada fracasaba. De las 16 comedias estrenadas entre 1998 y 2001, solo tres habían sido exitosas (*Celebrity Deathmatch*, *Family Guy* y *Futurama*), mientras que el resto había desaparecido, incluso después de tan solo dos episodios. Y por si fuera poco, las series más veteranas no habían vuelto a repetir los niveles de audiencias de sus primeras temporadas. Sin embargo, las comedias animadas de prime time estaban a punto de iniciar una época de oro en el canal por cable Cartoon Network.

1.4. Adult Swim: ¿la última esperanza?

La televisión animada ya había entrado en una nueva era con la creación de Cartoon Network en octubre de 1992. La idea de emitir animación las 24 horas del día proporcionaba la oportunidad de diversificar la audiencia de dicho formato, ya que era obvio que el público de la noche sería substancialmente diferente al de los sábados por la mañana. Según la prensa financiera, el 45% de sus espectadores tiene entre dos y 11 años, un 15% son adolescentes y el 40% restante son adultos (Mittell, 2004: 84), es decir, más de la tercera parte de todo su público; lo que ha demostrado que la animación capta una gran audiencia, repartida entre todas las edades. Así, Cartoon Network puso en marcha la creación de nuevos programas que pudieran atraer a los jóvenes adultos. El primero fue *Space Ghost Coast to Coast* en 1994, que se programó junto a programas antológicos como *ToonHeads* (1996-2003), *The Tex Avery Show* (1996-2002), *The Chuck Jones Show* (2002) y *The Bob Clampett Show* (2000-01), al final de su prime time.

En 1999, la franja nocturna del canal se convertía en Toonami: *Midnight Run*, un spin-off de Toonami, el bloque de la tarde, que básicamente emitía series de anime y vídeos musicales animados, como los del grupo Daft Punk y Gorillaz. En diciembre de 2000, otras series de la productora Williams Street (la misma de *Space Ghost*) son estrenadas en el bloque y dan el primer paso en la fundación de Adult Swim. *Sealab 2021* (2001-05), *Harvey Birdman, Attorney at Law* (2001-07), *Aqua Teen Hunger Force* (2001-) y *The Brak Show* (2001-03) debutan con un episodio piloto y de inmediato son enviadas a producción para desarrollar una temporada completa.

Adult Swim fue lanzado como bloque de programación de Cartoon Network el 2 de septiembre de 2001, con la emisión del episodio "Director's Cut" (T1.E6) de *Home Movies*. Pero el 28 de marzo de 2005, Turner Broadcasting dividió Adult Swim de Cartoon Network para que Nielsen Media Research pueda analizarlo como un canal diferente en cuanto a los niveles de audiencia. De esta manera, Adult Swim dejó de ser un bloque y pasó a ser una cadena de televisión por cable, dedicada a la animación y orientada a adultos, que compartía canal con Cartoon Network, entre las 22:00 y las

6:00 horas. Es evidente que dicha franja no se ubica dentro de lo que tradicionalmente se conoce como *prime time*. Sin embargo, en los canales de cable, al tener audiencias de edades tan variadas, la franja de *prime time* puede variar de horario, e incluso de día. Por ejemplo, Nickelodeon lanzó un bloque de 90 minutos con sus primeras series originales (*Rugrats* [1991-2004], *The Ren and Stimpy Show* [1991-96] y *Doug* [1991-94]) a las 10:00 a.m. del domingo, porque según su entonces presidenta, Geraldine Laybourne, “it’s prime time for our audience” (Greenstein, 1991: 16). De esta manera, Adult Swim sigue formando parte del *prime time*. Además, gran parte de los programas que emite fueron presentados originalmente en dicho horario, como *Futurama*, *Mission Hill*, *The Oblongs*, *Baby Blues*, etc.

Aunque Adult Swim es conocido como “the port of missing animation”, ya que emite las comedias animadas que han sido canceladas por otros canales, lo hace aportando un elemento nuevo: en Adult Swim las series han conseguido niveles de audiencias superiores a los de su emisión original, haciendo que incluso revivan, como sucedió con *Family Guy*. De igual manera, Adult Swim ha producido una gran variedad de series originales, que no solo amplían los límites del género cómico, sino que además emplean técnicas de animación innovadoras e inusuales. En *Tom Goes to the Mayor* (2004-06), por ejemplo, el protagonista está representado con fotografías a blanco y negro del actor que le da voz al personaje, Tim Heidecker, procesadas por ordenador.

Sus series originales se caracterizan por citarse unas a otras⁹¹ y hacer que su comicidad resida en la parodia de otros programas, personajes o géneros, lo que excluye al público infantil carente de las competencias necesarias para entender las bromas. Otro elemento importante de sus programas es que tienen una duración de 15 minutos aproximadamente. Su brevedad les permite emitir un episodio completo sin que sea interrumpido por anuncios publicitarios, lo que en realidad los hace menos fragmentados que un programa convencional de las otras cadenas. Además, la concisión contribuye al ambiente experimental del bloque. Con programas cortos es posible arriesgarse más: si es un éxito, se sigue produciendo y si, por el contrario, fracasa se ha perdido menos tiempo y dinero del habitual.

Sealab 2021, *Harvey Birdman, Attorney at Law*, *Aqua Teen Hunger Force* y *The Brak Show*, que habían aparecido por primera vez en televisión en diciembre de 2000; iniciaron sus primeras temporadas de forma casi simultánea.

Sealab 2021 debutó como serie regular en el especial de lanzamiento del bloque Adult

91 Por ejemplo *Space Ghost* de *Space Ghost Coast to Coast*, Peter Griffin de *Family Guy* y Master Shake de *Aqua Teen Hunger Force* aparece en el episodio “Suck It” (T1.E2) de *Robot Chicken*. *Space Ghost* también aparece en *Aqua Teen Hunger Force Colon Movie Film For Theaters*, la película de *Aqua Teen Hunger Force* y en el episodio “Multiple Meat” (T7.E9) de la misma serie. Además, fue visto en todos los episodios de *Perfect Hair Forever*, ya sea como personaje de la trama o en el fondo, en cuatro episodios de *The Brak Show* y es mencionado en “Bring me the Head of Boba Fett”, el piloto de *Welcome to Eltingville*. Imágenes de Mouse Fitzgerald, protagonista de *12 Oz. Mouse*, aparecen en los episodios “Tusk” (T1.E5) y “Woke Up Drunk” (T1.E6) de *Perfect Hair Forever* y *Aqua Teen Hunger Force Colon Movie Film for Theaters*.

Swim, es decir, el 2 de septiembre de 2001, con el episodio “Chickmate” (T1.E4)⁹². Al igual que *Space Ghost*, se trataba del remake de otra serie de Hanna-Barbera, *Sealab 2020* (NBC, 1972). Sin embargo, *Sealab 2021* se sustentaba sobre la premisa de que la tripulación del laboratorio submarino era forzada a permanecer bajo el agua indefinidamente, debido a que los altos niveles de contaminación habían deteriorado completamente el equilibrio de la naturaleza terrestre; un perverso giro del subtexto ecologista de la serie original. Las claves de su humor eran la yuxtaposición de diálogos libidinosos y sarcásticos con el diseño estéril y desabrido de *Sealab 2020*, junto a la reproducción de secuencias originales de la serie en un contexto completamente diferente. En este sentido, la familiarización con *Sealab 2020* añadía comicidad a *Sealab 2021*, aunque no era necesario haber visto la primera para disfrutar de la segunda. No obstante, los resultados de audiencia de *Sealab 2021* fueron muy inferiores a los de otras series del bloque como *Space Ghost* o *Harvey Birdman*. La razón de dichos resultados de audiencia radicaba en la elección del objeto parodiado. A diferencia de las otras dos series, *Sealab 2020* hacía parte de la etapa realista de Hanna-Barbera en los años setenta y sus personajes, en vez de superhéroes, eran científicos muy corrientes en apariencia y comportamiento como para ser parodiados. A pesar de todo, *Sealab 2021* se convirtió en un programa básico de Adult Swim, finalizando su quinta temporada en abril de 2005.

Más interesante fue *The Brak Show*, que imitaba la sitcom familiar y entraba en diálogo con una rica tradición de programas animados desde *The Flintstones* hasta *Family Guy*. Después de un episodio piloto, “Mr. Bawk Ba Gawk” (T1.E1) emitido en diciembre de 2000, la serie comenzó a programarse regularmente a partir el 2 de septiembre de 2001, justo después del estreno de *Sealab 2021*. La serie fue precedida por *Brak Presents the Brak Show Starring Brak*, un programa especial de dos episodios en el que Brak presentaba un programa de variedades.

Lejos de su acostumbrado entorno como pirata espacial, Brak (en este caso adolescente) se situaba en una perfecta casa suburbana de finales de los cincuenta en un planeta lejano. Sus padres, conocidos simplemente como Papá y Mamá, tenían claros antecesores en la etapa inicial de la sitcom. Papá, aunque en versión miniatura, recordaba a Desi Arnaz de la legendaria *I Love Lucy* (CBS, 1951-57); mientras que su madre evocaba la típica ama de casa representada por June Cleaver de *Leave It to Beaver* (CBS, 1957-58; ABC, 1958-63) o Donna Reed de *The Donna Reed Show* (ABC, 1958-66). Algunos de sus episodios parodiaban las tramas regulares de las sitcoms, como el enamoramiento del joven adolescente, el padre que se encuentra con un amor del pasado, etc. *The Brak Show* incluso tenía risas pregrabadas y presentaba créditos de inicio como “Leave It to Brak” o “Brak Knows Best”, invocando a predecesores específicos. Sin embargo, aunque la serie tomaba la sitcom de los años cincuenta como punto de partida, la inclusión de elementos de la ciencia ficción, como Thunderclasse, un robot asesino de estilo animé, hacían que el programa se alejara de lo tradicional y fuera haciéndose cada vez más bizarro. Por ejemplo, su hermano Sisto, lejos de estar inspirado en Wally

92 En diciembre del año anterior, Cartoon Network ya había presentado tres episodios de la serie: “Radio Free Sealab” (T1.E1), “Happycake” (T1.E2) y “I, Robot” (T1.E3).

Cleaver⁹³, se limitaba a caminar de un lado a otro de la pantalla dejando escapar fatulencias, algo totalmente inapropiado en la sitcom de los años cincuenta (Booker, 2006: 171). Por su parte, el personaje de Zorak, vecino y mejor amigo de Brak, sí que parecía inspirado en Eddie Haskell, mejor amigo de Wally Cleaver, aunque en versión malvada y psicópata.

Además de una parodia de las sitcoms, *The Brak Show*, en calidad de *spin off*, satirizaba este fenómeno televisivo. Al presentar al villano de Brak en el entorno familiar de la sitcom, la serie llamaba la atención sobre programas en los que queridos personajes televisivos se ven envueltos en guiones poco ajustados a ellos; por ejemplo, Joey Tribbiani que pasó de fracasado aspirante a actor en *Friends* a reconocido intérprete en *Joey* (NBC, 2004-06).

The Brak Show no consiguió el mismo éxito de *Space Ghost* o *Harvey Birdman*, quizás por sus extrañas tramas y personajes secundarios poco familiares. El programa fue cancelado en diciembre de 2003, después de tres cortas temporadas, y aunque en octubre de 2006 Adult Swim anunció que *The Brak Show* volvería a producirse exclusivamente para internet, solo un *webisode* fue estrenado el 24 de mayo de 2007.

Por el contrario, *Aqua Teen Hunger Force* (retitulada *Aqua Unit Patrol Squad 1* desde 2011) sí que ha tenido verdadero éxito, de hecho, se ha convertido en la serie original más longeva del bloque. El trío protagonista de ATHF (una hamburguesa, un batido y una caja de patatas fritas) fue creado originalmente para un episodio de *Space Ghost* llamado "Baff er Meal". En dicho episodio, *Space Ghost* no tenía dinero para pagar en el restaurante de comida rápida, *Burger Trench*, e invitaba a las tres mascotas corporativas del restaurante a su programa, como forma de saldar la deuda pendiente. Sin embargo, "Baff er Meal" no pasó del departamento de planeación y no fue producido. Algo más tarde, cuando *Space Ghost* entró en receso en diciembre de 1999, se desarrolló la idea de los tres superhéroes y se creó ATHF. Su primer episodio, "Rabbot" (T1.E1), apareció el 30 de diciembre de 2000; mientras "Baff er Meal" no fue emitido hasta la noche vieja de 2002. ATHF empezó a aparecer de forma regular el 9 de septiembre de 2001.

ATHF es, en muchos sentidos, la serie por excelencia de Adult Swim. Contiene todos los elementos característicos del bloque: música hip-hop de acompañamiento, desenlaces y giros narrativos incoherentes, abundantes diálogos, escasa continuidad y situaciones clasificadas para mayores de 14 años. Además, el programa es altamente absurdo en su orientación y su efecto cómico depende, en gran medida, de su diálogo intertextual con otros programas animados y con la cultura popular contemporánea en general. De esta manera, la serie intenta conseguir una audiencia bien informada que pueda disfrutar de la sofisticada construcción intertextual, pero también relativamente joven (principalmente estudiantes universitarios), que no se moleste por la falta de seriedad del programa.

93 Hermano mayor de Theodore "Beaver" Cleaver, protagonista de *Leave It to Beaver* (CBS, 1957-58; ABC, 1958-63).

Master Shake, Frylock y Meatwad, los tres protagonistas, se dedican a vagar por el barrio atormentando a los vecinos. Sin embargo, algunas veces actúan como detectives o superhéroes, resolviendo crímenes y combatiendo contra extraterrestres invasores o un amplio repertorio de monstruos creados por Dr. Weird. En cualquier caso, estas batallas suelen alejarse de la trama inicial para introducir a sus personajes en situaciones bizarras y poner en escena el interminable pastiche de referencias culturales del programa.

Por último, el 23 de septiembre de 2001 Adult Swim estrena *Harvey Birdman, Attorney at Law*. La idea central del programa es la misma de *Space Ghost*: tomar un superhéroe de Hanna-Barbera de los años sesenta para que protagonice la parodia de un género bien establecido, en este caso, el drama legal o de abogados. En este nuevo contexto, Birdman se ha retirado del mundo de los superhéroes y se ha convertido en un reconocido abogado de la firma Sebben & Sebben, donde también trabajan otros superhéroes y personajes de *Birdman and the Galaxy Trio* (NBC, 1967-69), la serie original de Harvey Birdman. Por ejemplo, Avenger, la fiel águila de Birdman, es ahora su secretaria personal.

En su labor como abogado, Birdman representa a diferentes personajes de Hanna-Barbera, lo que permitió “revivir” un gran número de personajes animados, aunque aparecieran en situaciones muy diferentes de aquellas en las que estábamos acostumbrados a verlos. Por ejemplo, en el episodio piloto de *Harvey Birdman*, titulado “Bannon Custody Case”⁹⁴, Birdman representa al Dr. Benton Quest en contra de Race Bannon por la custodia del joven Jonny Quest y su amigo Hadji, sugiriendo que el Dr. Quest y Bannon han sido compañeros sentimentales.⁹⁵

También defiende a Top Cat al ser demandado por llevar un negocio de apuestas ilegales (“Mindless” [T3.E10]), negocia una sentencia menor para Boo-Boo Bear cuando se le acusa de ser un terrorista (“Death by Chocolate” [T1.E4]), representa a Scooby Doo y Shaggy cuando son detenidos por posesión de droga (“Shaggy Busted” [T1.E3]), defiende a Secret Squirrel de exposición indecente (“Blackwatch Plaid” [T2.E1]) y representa a Fred Flintstone como jefe de la mafia (“The Dabba Don” [T1.E6]).

Harvey Birdman, Attorney at Law fue la única de las primeras cuatro series originales de Adult Swim que mantuvo la continuidad durante toda su historia. Varios episodios hacen referencia a la anterior carrera de Birdman como defensor de la justicia y el episodio “Turner Classic Birdman” (T3.E5) incluso sirve como conexión entre *Birdman and the Galaxy Trio* y *Harvey Birdman, Attorney at Law*. La serie finaliza el 22 de julio de 2007 con el episodio “The Death of Harvey” (T4.E7) en el que, como su nombre indica, Harvey muere después de ser atropellado por Phil Ken Sebben, su jefe.

94 Emitido el 30 de diciembre de 2000.

95 Es posible que este episodio de *Harvey Birdman, Attorney at Law* este inspirado en los resultados de una encuesta realizada, a principio de los noventa, entre el público de la televisión por cable. Dichos resultados revelaron que Race Bannon, el guardaespaldas y canguro de Jonny Quest, eran considerado el mejor ejemplo de mejor figura ‘materna’ animada, dejando de lado a madres biológicas como Wilma Flintstone o Marge Simpson (Erickson, 2005 [1995]: 456).

En 2002, Adult Swim intentó seguir ampliando su lista de series originales con *Welcome to Eltingville* (2002) y *Saddle Rash* (2002), estrenadas el tres y el 24 de marzo, respectivamente. Sin embargo, ninguna de las dos tuvo éxito y acabaron justo donde habían empezado: en su episodio piloto. Igual que *The Groovenians* (2002), estrenada ese mismo año, a principios de noviembre.

Las propuestas animadas de MTV en 2002 fueron *3-South* y *Clone High*. *3-South*, la historia de dos amigos universitarios, Sanford y Del, solo estuvo al aire durante 11 episodios, aunque 13 habían sido producidos. La serie se estrenó el 7 de noviembre y se emitió de forma regular hasta el 16 de enero de 2003, después de 10 episodios. “Top Dogs” (T1.E11), el episodio número once, no fue emitido hasta el nueve de junio de 2006 en MTV2, subsidiaria de MTV. *Clone High*, por su parte, no tuvo mucho más éxito. Se estrenó el 2 de noviembre y se emitieron únicamente sus 13 episodios iniciales, finalizando el 10 de febrero de 2003. Según la crítica de medios Dakota Loomis, *Clone High* era una ‘polinización cruzada’ de History Channel y *Saved by the Bell* (NBC, 1989-93) (Erickson, 2005 [1995]:205). La serie transcurría en un instituto al que asistían los clones adolescentes de Abraham Lincoln, Juana de Arco, Cleopatra, Mahatma Ghandi y John F. Kennedy, todos productos de los experimentos de Cinnamon J. Scudworth, director del instituto. Como era de esperar, el humor de la serie resulta del contraste entre la personalidad del clon y el legado de la figura histórica de la cual descende. Sin embargo, muchos espectadores consideraron que las representaciones, lejos de ser humorísticas, eran ofensivas; principalmente la de Ghandi, que provocó numerosas protestas. Además, los niveles de audiencia fueron muy bajos y finalmente la serie desapareció del prime time, dos semanas antes de terminar la temporada. Aunque su episodio final, “Changes: The Big Prom: The Sex Romp: The Season Finale” (T1.E13), dejó la trama en suspenso y a la audiencia en espera de una segunda temporada, la serie entró oficialmente en receso en marzo de 2003 y nunca volvió a aparecer.

En el mismo 2002, se estrenó en televisión *Queer Duck*. La serie animada apareció originalmente en Icebox.com (1999) y dio el salto a la televisión con el canal de pago Showtime, donde se emitió junto a la versión americana de *Queer as Folk* (2000-05). Aunque su protagonista, un pato homosexual, no constituye el primer personaje gay animado, *Queer Duck* fue la primera comedia animada que tuvo como tema predominante la homosexualidad. Igual que muchas otras series, *Queer Duck* presentó numerosas celebridades (Bob Hope, Jack Nicholson, Cary Grant, Barbra Streisand, etc.), aunque las voces no pertenecían a las verdaderas estrellas, sino que solo eran imitaciones.

Al igual que 2002, en el año 2003 ninguna de las grandes cadenas estadounidenses lanzó una comedia animada. Los estrenos de ambas temporadas se limitaron al ámbito de la televisión por cable. La mayor apuesta fue la del recién lanzado Spike TV⁹⁶, con tres series: *Gary the Rat* (2003), *Stripperella* (2003-04) y *Ren and Stimpy “Adult Party Cartoon”*

96 Inaugurado en 1983 como TNN (The Nashville Network), transformado en The New TNN en 2000 y rebautizado en 2003 como Spike TV.

(2003). Las tres estrenaron el 26 de junio como parte de un nuevo bloque de animación del canal, *The Strip*, sin embargo, ninguna tuvo éxito, ni siquiera *Ren and Stimpy "Adult Party Cartoon"* que derivaba de la famosa *The Ren and Stimpy Show* (Nickelodeon, 1991-96). *Gary the Rat* y *Stripperella* tuvieron una temporada completa de 13 episodios cada una, mientras que *Ren and Stimpy "Adult Party Cartoon"* fue cancelada solo un mes después de su debut y dejó de emitirse tras 6 episodios, el 14 de agosto de 2003. El bloque animado, que había sido creado para competir con Cartoon Network, decaía vertiginosamente semana tras semana y pronto fue eliminado. El canal decidió volver a estrenar una comedia animada en 2004, *This Just In!* (2004), sobre las desventuras del reportero Brian Newport, pero fracasó igual que todas sus comedias animadas anteriores.

Por su parte, VH1 y Comedy Central estrenaron *VH1 Illustrated* (2003-04) y *Kid Notorious* (2003), respectivamente. *VH1 Illustrated* presentaba *sketches* cómicos que se mofaban de las celebridades y de la cultura popular en general. El programa debutó en octubre de 2003, pero en junio de 2004 salía de la programación del canal. Mientras tanto, *Kid Notorious*, la serie animada sobre la vida de Robert Evans, productor de películas como *Love Story* (1970), *The Godfather* (1972) y *Chinatown* (1974); aunque fue diseñada y animada de forma extraordinaria, tampoco triunfó y solo se emitieron 9 episodios.

Sin dejarse llevar por el fracaso de *Kid Notorious*, Comedy Central lanzó dos comedias animadas más en 2004: *Shorties Watchin' Shorties* (2004) y *Drawn Together* (2004-07). *Shorties Watchin' Shorties* fue otra decepción, pues aunque se emitieron 13 de los 14 episodios producidos, no fue renovada ni comercializada posteriormente en DVD. Por su parte, *Drawn Together* gozó de tres temporadas y 'revivió' brevemente en 2010 con la película *The Drawn Together Movie: The Movie!*

Drawn Together comenzó a emitirse el 27 de octubre de 2004, justo después de *South Park*, con la intención de atraer la amplia audiencia de esta serie. *Drawn Together* estaba específicamente estructurada como parodia del *reality show*; inspirada principalmente en *The Surreal Life* (The WB, 2003-06) pero con toques de *The Real World*, *The Apprentice* (NBC, 2004-), *Survivor* (CBS, 2000-) y *Big Brother* (CBS, 2000). Al igual que en *The Surreal Life*, 8 personalidades distintas, reconocibles y familiares para la audiencia, convivían en una misma casa y debían superar diferentes pruebas. Sin embargo, y a diferencia de dicho *reality show*, en *Drawn Together* los ocho participantes eran personajes animados, con técnicas y estilos muy diferentes: Princess Clara, una princesa de Disney; Wooldoor Jebediah Sockbat, un 'remake' de *SpongeBob SquarePants*; Foxy Love, parodia de Valerie Brown de *Josie and the Pussycats* (CBS, 1970-71); Toot Braunstein, parodia de Betty Boop; Ling-Ling, inspirado en Pichu de *Pokémon*; Xandir P. Wiff ebotto, parodia de Link del videojuego *The Legend of Zelda*; Spanky Ham, un cerdo obsesionado con el sexo, y Captain Leslei Hero, un superhéroe al estilo Superman.

El canal de televisión por cable, Sci-Fi Channel (conocido desde 2009 como Syfy) hizo su primera aportación a la ficción animada de *prime time* con *Tripping the Rift* (2004-07). La serie, una comedia de ciencia ficción, se centraba en la vida de la tripulación de la nave espacial Jupiter 42 y tenía un contenido sexual tan elevado como el de *Stripperella*.

Aunque *Tripping the Rift* obtuvo niveles de audiencia respetables, fue cancelada después de tres temporadas porque, como comedia, no encajaba en la programación de Sci Fi; un canal especializado en programas de ciencia ficción, fantasía, terror, sucesos sobrenaturales y paranormales.

Adult Swim de Cartoon Network continuó ampliando su programación con series originales y en 2004 lanzaba *Tom Goes to the Mayor* (2004-06) y *The Venture Bros.* (2003-). Treinta episodios de *Tom Goes to the Mayor* se produjeron y emitieron entre noviembre de 2004 y septiembre de 2006. La serie no fue precisamente uno de los productos más exitosos del canal, pero destacó por su innovadora técnica de animación. Por su parte, *The Venture Bros.* se estrenó el 16 de febrero de 2003 en Adult Swim, sin embargo no empezó a emitirse como serie regular hasta el siete de agosto de 2004. *The Venture Bros.* destaca por su variado uso de la alusión y la citación en sus diálogos, el diseño de sus personajes y los temas que aborda, inspirada principalmente en la serie de los sesenta *Jonny Quest*. Mientras que algunos programas como *Space Ghost* y *Harvey Birdman* presentan reproducciones exactas de antiguos personajes de Hanna-Barbera, *The Venture Bros.*, al igual que *Sealab 2021*, constituye una parodia extendida de la serie original y un pastiche de todo el género de aventura al que *Jonny Quest* representaba.

La serie mezcla acción y comedia mientras narra las aventuras de la familia Ventura, conformada por los hermanos adolescentes Hank y Dean, su padre, el científico Dr. Thaddeus S. “Rusty” Venture, el guardaespaldas de la familia, Brock Samson, y su posterior reemplazo, Sergeant Hatred. Cada uno de ellos constituye la versión retorcida e irreverente de un personaje de *Jonny Quest*: los incompetentes y temerosos hermanos Venture toman el lugar de Jonny y Hadji, mientras el Dr. Venture reemplaza a Dr. Quest. Sin embargo, Dr. Venture ha intentado toda la vida ser un verdadero científico, pero vive bajo la sombra de sus padre, el Dr. Jonas Venture, un visionario que cambió el mundo con sus inventos y un aventurero al estilo de Doc Savage; es decir, un personaje verdaderamente similar al Dr. Quest. Finalmente, Brock Samson está basado en el personaje de Race Bannon, ex agente secreto y guardaespaldas de los Quest. No obstante, Brock Samson, más que proteger a los Ventura, los arrastra a toda clase de situaciones bizarras, principalmente de su propia producción.

Además, los personajes de la serie original, *Jonny Quest*, también aparecen en *The Venture Bros.* Por ejemplo, en la segunda temporada de la serie, el mismo Jonny Quest es introducido en la trama como *Action Jonny*, un sin techo paranoico y drogadicto que siente un profundo resentimiento hacia su padre por el peligro constante al que lo sometía. En la cuarta temporada, Jonny parece estar más estable y pertenece a un grupo de apoyo para antiguos niños aventureros, junto con Dr. Venture, el primer Wonder Boy, RoBoy y los hermanos Hale, parodias de Robin, Astro Boy y The Hardy Boys, respectivamente. Por su parte, Hadji aparece como un competente ingeniero que trabaja para Jonas Jr., el exitoso hermano del Dr. Venture, y Race Bannon, presuntamente fallecido, es recordado por su ex compañero de servicio, Brock, como “uno de los mejores”.

En 2004, además de los canales de televisión por cable (Spike TV, Comedy Central, Syfy y Cartoon Network) las grandes cadenas americanas vuelven al escenario de la animación con el estreno de *Game Over* en UPN y *Father of the Pride* en NBC.

UPN invirtió en una importante campaña promocional para *Game Over* y la serie debutó el 10 de marzo de 2004. *Game Over* recibió críticas positivas, sin embargo, solo se emitieron 5 episodios y la serie desapareció el 2 de abril del mismo año. El sexto y último episodio, "Monkey Dearest", nunca fue presentado. La serie, como su nombre indica, estaba inspirada en los videojuegos y se centraba en lo que sucede con sus personajes, en este caso la familia Smashenburn, una vez ha acabado el juego.

Por su parte, *Father of the Pride* se estrenó el 31 de agosto y, junto con *Game Over* y *Tripping the Rift*, hizo parte de una corta tendencia de comedias animadas de prime time desarrolladas con CGI (Computer-generated imagery). La trama de la serie giraba alrededor de Larry, un león blanco, esposo, padre de familia y estrella del espectáculo de Siegfried y Roy en Las Vegas, el número de magia más famoso del mundo.

A pesar del enorme despliegue publicitario de NBC para el estreno de la serie, *Father of the Pride* no tuvo éxito y fue eliminada tras su primera temporada. La serie obtuvo niveles de audiencia por encima de la media de la cadena, pero recibió comentarios muy negativos por parte de los críticos de televisión. En noviembre de 2004 la audiencia empezó a descender y la serie fue cancelada en diciembre. *Father of the Pride* también fue muy criticada por las asociaciones de padres porque, al ser protagonizada por animales antropomorfizados, daba la impresión de ser un programa infantil pero su lenguaje era soez, contenía elementos satíricos y tocaba temas como el racismo y las drogas. *Father of the Pride* no fue la más divertida de las comedias animadas, pero es cierto que provocó muchas risas, sobre todo gracias a las bromas sobre Siegfried y Roy, dos excéntricas personalidades, dignas de parodiar.

2005 es definitivamente el año con mayor número de estrenos animados: nueve series en tres cadenas distintas. La mayor apuesta fue la de Adult Swim con 7 premieres: *Robot Chicken* (2005-), *12 oz. Mouse* (2005-06), *Stroker and Hoop* (2005), *Squidbilles* (2005-), *The Boondocks* (2005-), *Perfect Hair Forever* (2005-2007) y *Moral Orel* (2005-08).

Las menos exitosas fueron *Perfect Hair Forever*, *Stroker and Hoop* y *12 oz. Mouse*. La primera solo tuvo 7 episodios, mientras que la segunda contó con 13 y la tercera con 20. *Perfect Hair Forever* apareció por primera vez en el bloque animado el 7 de noviembre de 2004, pero empezó a emitirse regularmente a partir del 27 de noviembre de 2005. Sin embargo, solo se programaron cinco episodios ese año y la serie no volvió a aparecer en el bloque hasta el 1 de abril de 2007, cuando se emitió el séptimo y último episodio. Como muchos otros programas de Adult Swim, *Perfect Hair Forever* combina parodia, en este caso al formato animé, y humor absurdo. No obstante, la serie pone énfasis en la continuidad y emplea un formato serial, un estilo poco común entre la programación del bloque.

Por su parte, *Stroker and Hoop*, al igual que *Perfect Hair Forever*, se presentó en 2004, concretamente el 1 de agosto, pero no entró oficialmente en la programación hasta

el 5 de septiembre de 2005. La serie era una parodia de las películas policíacas y especialmente de la famosa serie *Starsky and Hutch* (ABC, 1975-79). Por último, el episodio piloto de *12 oz. Mouse* se emitió el 19 de junio de 2005, aunque comenzó a emitirse de manera regular el 23 de octubre de ese mismo año. La serie se centraba en la vida de su protagonista, Mouse Fitzgerald, un ratón alcohólico y antisocial que intentaba entender el mundo en el que está atrapado. *12 oz. Mouse* también estaba escrita con un formato serial y, aunque algunas veces la trama se volvía confusa, la verdadera intensidad narrativa era revelar las conexiones internas de una historia objetiva.

Moral Orel tuvo éxito moderado con tres temporadas y 43 episodios producidos y emitidos. La serie se estrenó el 13 de diciembre de 2005 y se programó hasta el 18 de diciembre de 2008. Su protagonista, Orel Puppington, un niño de 12 años, intentaba vivir bajo el código moral de la iglesia protestante defendida por su padre y por toda la comunidad en la que vive, Moralton. Básicamente, la serie era una crítica al estereotipo de los WASP, un término informal para referirse a los “White Anglo-Saxon Protestants” (anglosajones blancos protestantes), un selecto grupo de americanos, generalmente descendientes de británicos, devotos de la fe protestante y con un poder social y financiero desproporcionado.

Finalmente, *Robot Chicken*, *Squidbilles* y *The Boondocks* han tenido más éxito y aun continúan emitiéndose. *Robot Chicken* debutó el 20 de febrero de 2005 y se ha convertido en símbolo de Adult Swim. La serie emplea animación de estilo stop-motion con una variedad de objetos, especialmente juguetes, figuras de acción y de plastilina para crear sketches cómicos que parodian personajes, convenciones y momentos relevantes de la cultura popular. Al estar construida con pequeñas piezas tomadas de trabajos anteriores, especialmente otros productos televisivos animados, *Robot Chicken* no solo ponen de relieve su compromiso con la cultura popular; sino también la esencia fragmentada del bloque y la carencia de coherencia narrativa de sus programas.

Entre los segmentos más divertidos del programa destacan los que sitúan a un personaje ficticio en una situación realista. Por ejemplo, cuando Stretch Armstrong necesita un trasplante de sirope de maíz después de perder sus habilidades debido a la edad; Optimus Prime protagoniza un anuncio sobre el cáncer de próstata o Godzilla empieza a tener problemas de ‘dormitorio’. *Robot Chicken* también tiene segmentos recurrentes, entre los que figuran las parodias a *Star Wars* y “Hilarious Bloopers”, una parodia de *America’s Funniest Home Videos* (ABC, 1990-).

Squidbilles se estrenó el 16 de octubre de 2005 y explica la historia de los Cuylers, una familia pobre de calamares antropomorfizados que vive en las montañas del norte de Georgia (Estados Unidos). La serie trata temas oscuros y emplea un humor mórbido y surreal, que deriva, principalmente, del proceso de adaptación de una familia de calamares en una comunidad de paletos sureños.

Finalmente, *The Boondocks* fue presentada el 6 de noviembre. La serie, inspirada en la homónima tira cómica de Aaron McGruder, iba a ser emitida por FOX inicialmente. McGruder y el director y productor Reginald Hudlin crearon un episodio piloto para

dicho canal, sin embargo encontraron grandes dificultades al hacer que la serie fuera 'aceptable' para una gran cadena. Hudlin dejó el proyecto una vez que Fox lo rechazó, pero McGruder consiguió firmar un contrato con Sony Television para producir la serie, que finalmente fue emitida por Cartoon Network.

Según M. Keith Booker, *The Boondocks* es uno de los programas políticos más genuinos que han aparecido en la televisión americana (Booker, 2006: 179). La trama inicia cuando Huey Freeman, de 10 años, y su hermano de 8, Riley, se trasladan del centro de Chicago al suburbio de Woodcrest, donde vive su abuelo Robert. La mudanza está motivada por el hecho de que los chicos crezcan en un lugar mejor; sin embargo, el cambio también amenaza con alienarlos de su propia cultura, la cultura afroamericana. Aunque la visión política de la serie se filtra a través de la mirada de su joven protagonista, *The Boondocks* aborda numerosos y serios temas políticos y sociales, principalmente relacionados con la raza y el racismo; aspectos importantes del tejido cultural americano que no suelen ser abordados de forma seria por la televisión.

Los otros dos estrenos de 2005 pertenecen al canal por cable IFC y la cadena Fox. IFC lanzó *Hopeless Picture* (2005), una sátira mordaz de la industria de Hollywood a través de la vida de su protagonista, Mel Wax, un productor de cine independiente que tiene que lidiar con directores suecos idiotas, estrellas arrogantes y los fantasmas de sus fallecidos padres. La serie fracasó y el 14 de octubre de ese mismo año dejó de ser emitida después de solo 9 episodios.

1.5. Fox y Adult Swim se consolidan como líderes de la comedia animada

En 2005, Fox tuvo bastante más suerte que el resto de cadenas al estrenar *American Dad!* (2005-), una serie de Seth MacFarlane, el creador de *Family Guy*. El episodio piloto de la serie se emitió el 6 de febrero de 2005, media hora después de la final de la Super Bowl XXXIX; pero como serie regular inició el 1 de mayo, justo después del estreno de la cuarta temporada de *Family Guy*. *American Dad!* tiene el mismo humor escandaloso y extravagante de *Family Guy*, aunque en su caso la sátira se hace en relación a la política, principalmente a los republicanos, y en menor medida a la cultura popular. Su protagonista, Stan Smith, es un republicano de ultraderecha que trabaja como agente de la CIA y que es feliz luchando contra todos aquellos que él considera enemigos del *American way of life*, es decir, homosexuales, extranjeros, demócratas y cualquiera en el mundo que no acepte su ideología paranoica.

El resto de la familia Smith es, en cierta forma, un equivalente de la familia Griffin. Francine, como Lois, es un ama de casa con ambiciones ocasionales fuera del hogar. Haley y Steve reemplazan a Meg y Chris y también se parecen entre ellos. Por ejemplo, Steve, al igual que Meg, es un empollón cuya única aspiración es ser popular en el instituto. Finalmente, Stewie y Brian (un bebé diabólico y un refinado perro parlante), los personajes más singulares de *Family Guy*; son sustituidos por Roger y Klaus: Roger es

un extraterrestre sarcástico, extravagante y afeminado que adora disfrazarse, mientras que Klaus es pez dorado que puede hablar, gracias a que lleva insertado el cerebro de un esquiador olímpico de Alemania del Este.

La inclinación de la serie hacia la política se evidenció desde el inicio mismo de cada episodio. Al igual que *The Simpsons*, *American Dad!* siempre insertaba un gag en sus créditos iniciales. Casi al final del tema musical, Stan abría la puerta de casa y recogía el periódico, en el que siempre se podía leer un titular diferente, por ejemplo, “Democratic Party Missing: Feared Dead” (Piloto), “Bush Finally Gets Joke About Last Name” (T1.E7), “Israel Pulls Out of Gaza, Gaza Not Pregnant” (T1.E9), “Bush to Voters: “Votes for Dems Kill Angels!”” (T2.E4), “Al Gore honors Carlos Mencia for recycling jokes” (T3.E1) o “Fed cuts rates. Rates shiv Fed in retaliation” (T3.E15). Sin embargo, a partir de la cuarta temporada el gag del periódico fue remplazado por uno en el que Roger, usando un atuendo diferente en cada episodio, sorprende a Stan mientras va conduciendo.

American Dad! ha consolidado una audiencia como la de *The Simpsons* o *Family Guy*, y sus polémicos temas la mantienen, semana tras semana, entre los titulares de las reseñas televisivas.

Ahora bien, en 2006 Adult Swim hizo otra gran apuesta y lanzó cinco comedias animadas: *Minoriteam* (2006), *Korgoth of Barbaria* (2006), *Metocalypse* (2006-), *Frisky Dingo* (2006-08) y *Assy McGee* (2006-08).

El episodio piloto de *Korgoth of Barbaria* fue presentado el 3 de junio, pero la serie sobre un personaje paródico de Conan el Bárbaro fue cancelada antes de que empezara a producirse. *Minoriteam*, *Assy McGee* y *Frisky Dingo* tampoco recabaron mucho éxito. *Minoriteam* apareció por primera vez en noviembre de 2005 y se programó regularmente entre marzo y julio de 2006; pero la historia de cinco superhéroes étnicos que luchan contra la discriminación fue rápidamente cancelada después de 20 episodios. El mismo número de episodios que tuvo *Assy McGee*, una comedia detectivesca protagonizada por unas nalgas parlantes que hablaban como Sylvester Stallone y parodiaban el personaje de policía duro modelado por películas como *Dirty Harry* (1971), *Cobra* (1986) y *Die Hard* (1988).

Frisky Dingo solo tuvo cinco episodios más que las dos series anteriores y se centraba en la lucha entre Killface, un supe villano que quería destruir la tierra, y Xander Crews, un multimillonario que luchaba contra el crimen bajo la identidad de Awesome X. En 2009 se estrenó un spin-off de la serie, *The Xtacles*, pero solo se emitieron dos episodios, ambos el 9 de noviembre.

Metocalypse debutó el 6 de agosto de 2006 y es la única serie de Adult Swim estrenada ese año que aun se sigue produciendo. La trama de la serie se centra en el grupo de death metal “Dethklok”, una banda cien veces más popular que *The Beatles*, según la propia serie. El grupo tiene poder político y económico ilimitado y, literalmente, puede hacer cuanto quiera, incluso llevar a cabo actos criminales, puesto que nadie

es capaz de impedirselo. *Metacocalypse* presenta un alto contenido de violencia y tiene un humor negro, macabro e irónico. En cuanto al nivel estético, la animación está cuidadosamente sincronizada con la música: los personajes aparecen tocando los instrumentos y coinciden perfectamente sus movimientos, por ejemplo el de los dedos en la guitarra, con los acordes musicales. Para algunos esta serie representa un homenaje de la cultura *heavy metal*, mientras que para otros una divertida parodia.

En 2006 Comedy Central y MTV2 regresan al panorama animado y presentan *Freak Show* (2006) y *Where My Dogs At?* (2006), respectivamente. Ninguna de las dos tuvo éxito y fueron canceladas el mismo año. De *Freak Show*, la serie sobre un escuadrón de superhéroes, solo se produjeron siete episodios, emitidos entre el 4 de octubre y 16 de noviembre. Por su parte, *Where My Dogs At?*, estrenada el 10 de junio en el bloque "Sic'emation" contaba la historia de Buddy, un perrito que intentaba sobrevivir en las calles de Hollywood. La serie solo tuvo 8 episodios y finalizó el 29 de julio de 2006. Sin embargo, es preciso destacar la constante sátira que hizo la serie al universo de las estrellas de Hollywood. Por ejemplo, en su primer episodio, "Ugly Beagle Meets Pig Dog" (T1.E1), Buddy es adoptado por Angelina Jolie y Brad Pitt; mientras que en "The Last Ashton Hero" (T1.E8), el último episodio de la serie, Buddy es secuestrado por Tom Cruise, que piensa sacrificarlo en un ritual de la cienciaficción, pero finalmente es rescatado por los cabalistas Ashton Kutcher y Demi Moore.

El canal por cable G4, lanzado en 2002, estrenaba su primera serie animada también en 2006. Pero aunque *Happy Tree Friends* (2006) constituía un fenómeno de internet desde 1999, su paso por la televisión fue corto: solo se emitieron 13 episodios, iniciando el 25 de septiembre. Igual que su versión de internet, la serie televisiva contenía escenas de violencia extrema y carecía casi completamente de diálogos.

Entre 2007 y 2008 tampoco hubo ningún otro estreno de éxito. El canal de televisión por cable E! Entertainment Television, más conocido simplemente como E!, presentó *Starveillance* (2007). Cada uno de sus seis episodios estaba conformado por seis segmentos en los que se parodiaba a las celebridades de Hollywood. Los *sketchs* eran presentados por Glen y Corey, quienes tenían cámaras ocultas alrededor del planeta para capturar los momentos más íntimos de las estrellas, como por ejemplo, las vacaciones de Justin Timberlake y Cameron Diaz en París; Britney Spears contratando a una niñera; las protagonistas de *Desperate Housewife* (ABC, 2004-) discutiendo sobre su sesión de fotos en *Vanity Fair*; Gwyneth Paltrow y Chris Martin decidiendo el nombre de su nuevo bebé; Oprah Winfrey irrumpiendo en una boda a la que no había sido invitada y Heather Locklear y Denise Richards peleando a muerte. La serie solo estuvo cinco semanas en antena, entre el 5 de enero y el 9 de febrero.

Slacker Cats (2007) de ABC Family también contó únicamente con seis episodios emitidos, de los doce que fueron producidos. Inicialmente la serie fue comercializada como un programa infantil, pero rápidamente se puso de manifiesto que estaba dirigida a una audiencia adulta, por lo que se programó a partir de las 22:00 horas. Comedy Central lanzó *Lil' Bush* (2007-08), una sátira política sobre la administración del presidente

americano George W. Bush, protagonizada por las versiones infantiles de todos los miembros de su equipo, incluido él mismo. De allí el nombre de la serie. Pero *Lil' Bush*, al igual que muchas otras comedias animadas dedicadas a la política, sucumbió ante las fuertes críticas de una parte de la audiencia, que se sentía ofendida al ver su gobierno parodiado, y fue cancelada después de dos temporadas y tan solo 17 episodios. *Code Monkeys* (2007-2008) de G4, tuvo un poco más de suerte y contó con dos temporadas completas de 13 episodios cada una. Al igual que *Game Over*, la serie está dedicada a los videojuegos, en este caso, a la compañía GameaVision y sus excéntricos empleados.

Adult Swim, como en todos los últimos años, estrenó más series de animación que ninguna otra cadena: *That Crook'd 'Sipp* (2007), *Lucy the Dauther of the Devil* (2007), *Superjail!* (2008-) y *The Drinky Crow Show* (2008). *That Cook'd 'Sipp* no pasó la prueba y únicamente se produjo el episodio piloto que se emitió el 13 de mayo. *Lucy the Dauther of the Devil*, que había sido presentada en 2005, empezó a emitirse cada semana a partir del 9 de septiembre de 2007. Tal y como su nombre indica, Lucy es la joven hija del diablo y heredera de su legado. Sin embargo, ella no quiere convertirse en el próximo anticristo y, para colmo de males, se enamora de un Dj, Jesús, el hijo de Dios. La serie desapareció de la programación del bloque después de tres meses y tras 11 episodios emitidos.

Las comedias animadas de 2008 continuaron con la estela de fracasos. *The Drinky Crow Show* fue lanzada el 23 de noviembre y su episodio final se emitió el 25 de enero del año siguiente. Por lo visto, las aventuras de un cuervo alcohólico tampoco no fueron del agrado de muchos telespectadores. Por su parte, *Superjail!* estrenó el 28 de septiembre y su primera temporada contó con 10 episodios⁹⁷. La segunda temporada, a pesar de haber sido anunciada en 2009, inició el 3 de abril de 2011 y finalizó el 12 de junio, después de 10 episodios. La tercera temporada se espera que inicie en otoño de 2012.

Además de Adult Swim, el único otro canal que estrenó una comedia animada en 2008 fue HBO. *The Life & Times of Tim* apareció por primera vez en pantalla el 28 de septiembre de ese año y explicaba la vida Tim, un chico de veintitantos, que constantemente se ve involucrado en extrañas y vergonzosas situaciones, tanto en su trabajo como en su vida privada. En 2010, la cadena anunció la cancelación de la serie; sin embargo, varios meses después HBO se retractó y como resultado se ordenó la producción de una tercera temporada. Dicha temporada inició el 16 de diciembre de 2011 y finalizó el 17 de febrero del año siguiente.

Después de cinco éxitos animados, Fox volvía en 2009 con *Sit Down, Shut Up* (2009) y *The Cleveland Show* (2009-), un spin-off de *Family Guy*. *Sit Down, Shut Up* estaba basada en la serie australiana de imagen real de igual nombre y se estrenó dentro de su bloque *Animation Domination*⁹⁸. Sin embargo, sus bajos niveles de audiencia obligaron a la cadena a retirarla del bloque después de dos episodios. Los dos siguientes fueron presentados a

97 Ambas series, *The Drinky Crow Show* y *Superjail!*, presentaron sus episodios piloto el 13 de mayo de 2007; sin embargo, no fueron emitidas como series regulares hasta 2008.

las 19:00 horas de los domingos y los nueve restantes fueron emitidos posteriormente los sábados a medianoche. La serie, sobre un grupo de ineptos profesores de secundaria, recibió reseñas muy negativas por parte de la crítica y defraudó a la audiencia de Fox, acostumbrada a las mejores comedias animadas.

No obstante, la desilusión duró poco tiempo. *The Cleveland Show* se estrenó el 27 de septiembre, solo cinco meses después que *Sit Down, Shut Up*, y ha sabido cómo ganarse una audiencia respetable, aunque todavía no ha conseguido el éxito de *Family Guy*. Cleveland Brown, su protagonista, decide dejar Quahog (ciudad ficticia en la que toma lugar *Family Guy*) y para mudarse a su ciudad natal, Stoolbend, también ficticia. Allí se reencuentra con su amor de juventud, Donna Tubbs, y juntos forman una nueva familia. Actualmente se emite su tercera temporada.

Después de la cancelación de *King of the Hill*, Mike Jude, su creador, empezó a trabajar en un nuevo proyecto, *The Goode Family*, estrenada el 27 de mayo de 2009 en ABC. La serie se centraba en los Goode, una familia obsesionada con el cuidado del medio ambiente y políticamente correcta en todo momento. Pero a diferencia de las otras series de Jude, *The Goode Family* fue un fracaso y se canceló después de 13 episodios.

Ahora bien, en el ámbito de la televisión por cable hubo dos estrenos animados durante el 2009. Desde su lanzamiento en agosto de 2005, Current TV había empezado a emitir pequeñas capsulas animadas sobre hechos actuales bajo el nombre de *SuperNews!* (2005-10). Pero fue tal su éxito que a partir de 2009 el programa evolucionó a una serie de media hora. En cada episodio se presentaban cinco o seis *sketchs* cómicos, en los que se satirizan populares figuras políticas y celebridades. No obstante, la serie es cancelada después de dos temporadas en mayo de 2010. El otro estreno por cable fue *Titan Maximum* de Adult Swim. La serie fue presentada el 27 de septiembre de 2009 y su último episodio fue emitido el 22 de noviembre del mismo año. Básicamente, *Titan Maximum* parodiaba la estrategia del “súper robot”⁹⁹, tan popular en el estilo *animé*, pero empleando *stop motion*.

En 2010 solo fueron presentadas tres nuevas comedias animadas, todas en canales de televisión por cable. FX, propiedad de Fox Entertainment Group, lanzó *Archer*. Un *preview* de la serie fue presentado el 17 de septiembre de 2009, pero la serie no fue incorporada oficialmente en la programación del canal hasta el 14 de enero de 2010. La serie explica la vida de Sterling Archer, un egocéntrico espía secreto de la International Secret Intelligence Service (ISIS). La serie parodia la saga de *James Bond* de forma muy similar a como *OSS 117: Cairo*, *Nest of Spies* (*OSS 117: Le Caire nid d'espions*, 2006) o *OSS 117: Lost in Rio* (*OSS 117: Rio Ne Répond Plus*, 2009) parodian las novelas de Jean Bruce. Su estilo de animación es muy realista y recuerda al de *Jonny Quest*. Otro de sus elementos más característicos es la ambigüedad en el periodo temporal en que la serie toma lugar. El

99 El concepto de “súper robot” es empleado en el universo del *manga* y el *animé* para describir un robot gigante con un amplio arsenal de armas súper poderosas, resistencia extrema y transformable en otros mecanismos o producto de la combinación de robots de menor tamaño. El ejemplo más popular de “súper robot” es *Mazinger Z*.

vestuario y peinados recuerda a los sesenta (por ello la serie ha sido comparada con *Mad Men* [AMC, 2007-]), pero convive tecnología de los ochenta y de última generación. El panorama político representado también es impreciso, parecen vivir en una época en que la Guerra Fría nunca terminó y suelen hacerse referencias a la Unión Soviética y a Fidel Castro como actual líder de Cuba. En este momento se emite la tercera temporada de la serie y la cuarta ya ha sido confirmada.

El siguiente estreno de 2010 fue *Ugly Americans*. La serie se estrenó el 17 de marzo en Comedy Central y actualmente se emite su segunda temporada. La serie se centra en la vida de Mark Lilly, un trabajador social del Departamento de Integración de la ciudad de Nueva York. De entrada, el trabajo no parece fácil, pero se complica aún más cuando no se trata de verdadera ciudad de Nueva York sino de una versión alternativa habitada por monstruos y todo tipo de criaturas escalofriantes. Este mismo tipo de criaturas también las podemos ver en *Mary Shelley's Frankenhole*, el último estreno del año. El primer episodio de la serie fue presentado el 27 de junio de 2010 en Adult Swim y, de la misma manera que *Ugly Americans*, en este momento se emite su segunda temporada. En *Mary Shelley's Frankenhole*, el Dr. Victor Frankenstein ha creado un número infinito de “agujeros de gusano”¹⁰⁰ o “Frankenholes” (del inglés *wormholes*) que conectan su castillo, en una pequeña villa de Europa del este, con cualquier periodo pasado o futuro de la humanidad. De esta manera, numerosas figuras históricas de todos los tiempos han podido recurrir a los servicios médicos del doctor; entre ellas, Michael Jackson, Thomas Jefferson, Adolf Hitler, Gandhi, Ron Howard y Lyndon Baines Johnson.

El primer estreno de 2011 fue *Bob's Burgers* de Fox. La serie se centra en Bob Belcher, su familia y su hamburguesería. Bob, hijo y nieto de restauradores, instala su nuevo restaurante, Bob's Burgers, con la ayuda de su esposa, Linda, y sus tres hijos, Tina, Gene y Louise. Bob tiene grandes ideas sobre las hamburguesas, ingredientes, condimentos y acompañamientos, pero aun sabe muy poco sobre servicio al cliente y cómo administrar un negocio. Loren Bouchard, su creador, asegura que *Bob's Burgers* es una *sitcom* familiar como el resto de comedias animadas de Fox, pero que también hace una pequeña incursión en la *workplace comedy*. Su primera temporada tuvo 13 episodios y la segunda fue anunciada el 7 de abril de 2011; no obstante, inició el 11 de marzo de 2012. También en 2011, Fox estrenó *Allen Gregory*. La serie emitió su primera temporada entre el 30 de octubre y el 18 de diciembre (siete episodios) y fue oficialmente cancelada el 8 de enero de 2012. El nombre de la serie venía dado por el de su protagonista, Allen Gregory, un pretencioso niño de siete años que se ve a sí mismo como a un adulto inteligente y sofisticado. A raíz de una crisis económica familiar, Allen se ve obligado a dejar sus clases particulares e iniciar el curso escolar en una escuela pública; lo que le traerá grandes problemas dado que su elevado ego y su complejo de superioridad le impiden socializar con niños de su edad.

100 En física, un agujero de gusano o puente de Einstein-Rosen es una hipotética característica topológica del espacio-tiempo, descrita por las ecuaciones de la relatividad especial, que en esencia representa un “atajo” a través del espacio y el tiempo.

Pocos días después del estreno de *Bob's Burgers*, Adult Swim presentó su nueva serie: *Mongo Wrestling Alliance*. La serie parodia el mundo de la lucha libre profesional y sigue la carrera de Rusty Kleberkuh, un joven talento que intenta continuar los pasos de su abuelo, una leyenda del deporte. A finales de 2011, Adult Swim también lanzó *China, IL*. Cuando la serie fue estrenada en televisión, algunos de sus personajes ya gozaban de cierto reconocimiento gracias a un especial y varios webisodios producidos con anterioridad. La trama de *China, IL* sigue las vidas de Frank y Steve Smith, hermanos y profesores del departamento de historia de una universidad en China, Illinois. Actualmente, Adult Swim continúa emitiendo la primera temporada de la serie.

En 2011, MTV también vuelve a apostar por las comedias animadas y el 27 de octubre lanza una nueva temporada de *Beavis and Butt-head* y *Good Vibes*, una nueva serie. *Beavis and Butt-head* consiguió recuperar a todos sus antiguos fans y el reestreno fue un auténtico éxito. No obstante, *Good Vibes*, la serie sobre dos amigos surfistas en California, no consiguió los niveles de audiencia deseados por la cadena y fue cancelada después de acabar su primera temporada.

Finalmente, a principios de 2012 son estrenadas dos nuevas series, *Napoleon Dynamite* (Fox) y *Unsupervised* (FX), ambas en canales de Fox Entertainment Group y protagonizadas por adolescente. *Napoleon Dynamite* estrenó el 15 de enero de 2010, como reemplazo de *Allen Gregory*, y está basada en la película del mismo nombre (*Napoleon Dynamite*, 2004), protagonizada por un extraño adolescente convencido de tener habilidades especiales. Por su parte, *Unsupervised* fue lanzada 4 días después, el 19 de enero, y cuenta las aventuras de dos amigos de 15 años, Gary y Joel, quienes intentan sobrevivir la adolescencia y hacer las cosas bien sin estar bajo la supervisión de un adulto responsable.

2. LA ANIMACIÓN

2.1. La animación en televisión y la transformación de su audiencia

Las sesiones de cine durante las décadas de los treinta y los cuarenta estuvieron marcadas por el *block booking*, una práctica de la industria cinematográfica de aquel entonces, que obligaba al exhibidor a alquilar un abundante conjunto de películas. Un reducido número de dichas producciones tenían el éxito asegurado, mientras que el resto solo ofrecía un interés dudoso. Sin embargo, los exhibidores estaban forzados a comprometerse con todo el paquete para poder disponer de los éxitos de taquilla, lo que a su vez aseguraba al productor la distribución de todas sus películas, incluidas las de menor interés (Santos, 1997: 24). Así, durante cada sesión se presentaba, además de la película, los avances de las próximas producciones, un *newsreel* y un corto animado o una película de serie B, todos productos de un mismo estudio (Schatz, 1999).

Before 1910, animated films had been novelties. By the 1930s, however, labor-saving devices had made them a part of nearly every film program. Each of the Majors and Minors regularly released a cartoon series, either under contract with an independent firm or from their own animation units (Thompson y Bordwell, 2003 [1994]: 235).

No obstante, en 1948, a raíz del caso *United States v. Paramount Pictures, Inc.*, la corte suprema de los Estados Unidos ordenó la separación de los estudios de producción y las compañías de exhibición, es decir, que los estudios cinematográficos dejarían de ser propietarios de los teatros y, en consecuencia, perdieron algunas ventajas. Entre ellas, la de derechos de exclusividad con algunos teatros y la práctica del *block booking*, que garantizaba la venta de todos los productos del estudio y reforzaba el monopolio cinematográfico. Como resultado del sustancial cambio de regulación, durante la década de los cincuenta y los sesenta, la producción cinematográfica se redujo a casi una cuarta parte de lo que había sido durante la década de 1930: de una media anual de 500 títulos pasó a tan solo 121 en 1963 (Butler, 2002 [1994]: 265).

La animación, como el resto de producciones, también sufrió grandes transformaciones respecto a sus patrones de exhibición. Sin el *block booking*, los dibujos animados en los teatros perdieron su razón de ser. Los propietarios de salas ya no estaban obligados a adquirirlos y exhibirlos y fueron considerados un gasto innecesario. Durante las dos décadas posteriores al final de la guerra, las sesiones de cine aún incluían cortos animados y los principales estudios de animación continuaban creando (Thompson y Bordwell, 2003 [1994]): 329). No obstante, entre 1953 y 1963, la producción anual de dibujos animados se redujo más de un cincuenta por ciento (Sánchez Noriega, 2006 [2002]: 127). De forma paulatina, las producciones animadas se quedaron sin destino seguro para ser presentadas y pronto las divisiones de dibujos animados fueron clausuradas.

Eliminada casi por completo de los teatros¹⁰¹, la animación encontró refugio en la televisión, el medio emergente. Inicialmente, los estudios se mostraron reacios y poco convencidos de vender los derechos de distribución de sus producciones a las compañías televisiva. Sin embargo, en 1955, los cortos animados de la mayoría de estudios cinematográficos (Van Beuren Studios, Paramount-Fleischer-Famous Studios, Warner Brothers y Disney) eran estrenados en televisión (Butler, 2002 [1994]: 265). Estéticamente los dibujos continuaron siendo los mismos, no fueron retocados ni tuvieron que ser transformados porque la tecnología permitía extrapolarlos sin problema. Sin embargo, su estructura y contenido fueron transformados en el paso de un medio a otro.

Los cortos animados tenían una duración aproximada de solo siete minutos, de manera que debieron ser combinados varios segmentos que para poder ser programados en televisión y llenar un espacio de mínimo media hora. Esta modificación de su estructura cambió la forma en que la audiencia experimentaba los cortos: dejaron de ser viñetas cómicas que daban paso al espectáculo (los largometrajes), para ser el espectáculo en sí mismo. Por otra parte, el contenido cultural de algunos dibujos se consideró problemático para su emisión en el nuevo medio audiovisual. Aunque se desconoce con exactitud que cortos animados acabaron en la televisión y cuáles no, en general se censuraron todos aquellos que contenían personajes de raza negra, dado que la mayoría eran considerados estereotipos racistas negativos¹⁰². También se editaron los cortos producidos durante la II Guerra Mundial por sus ofensivas representaciones de los japoneses y alemanes y sus referencias a brutales sucesos de la guerra. Los judíos y los indios americanos, junto a las imágenes de violencia gráfica o aquellas que mostraban comportamientos poco ejemplares o imitables (personajes fumando, bebiendo alcohol, usando armas, etc.), también fueron eliminados de las bibliotecas de Disney, Warner Brothers y MGM cuando sus producciones aparecieron en televisión (Mittell, 2004: 64). En algunos casos, la censura vino impulsado por los intereses del patrocinador. Por ejemplo, los censores de la compañía de cereales Kellogg's, patrocinadora de *The Woody Woodpecker Show* (ABC, 1957-58), ordenaron la eliminación de todas las escenas de la serie que incluyeran consumo de alcohol y tabaco, referencias

101 En el cine, los dibujos animados se convirtieron en protagonistas de la mano de Walt Disney y los largometrajes de su estudio. Gracias a este animador de Chicago, el dibujo animado maduró técnicamente (Gubern, 1983: 274-275) y ganó respeto y autonomía.

102 Respecto a este punto es preciso destacar a los "Censored Eleven", once cortos cinematográficos de Merrie Melodies y Looney Tunes, presentados entre 1931 y 1944. En 1968, los derechos de transmisión de los cortos fue adquirido por United Artists y, desde entonces, la compañía decidió prohibir su emisión por televisión debido a su ofensiva representación de la raza negra. La prohibición fue iniciada por UA, pero los sucesivos dueños de los derechos de transmisión la han mantenido. Los once cortos eliminados fueron: *Hittin' the Trail for Hallelujah Land* (Rudolf Ising, 1931), *Sunday Go to Meetin' Time* (Friz Freleng, 1936), *Clean Pastures* (Friz Freleng, 1937), *Uncle Tom's Bungalow* (Tex Avery, 1937), *Jungle Jitters* (Friz Freleng, 1938), *The Isle of Pingo Pongo* (Tex Avery, 1938), *All This and Rabbit Stew* (Tex Avery, 1941), *Coal Black and de Sebben Dwarfs* (Robert Clampett, 1943), *Tin Pan Alley Cats* (Robert Clampett, 1943), *Angel Puss* (Chuck Jones, 1944) y *Goldilocks and the Jivin' Bears* (Friz Freleng, 1944). Cfr. Lehman, 2007.

sexuales y besos entre un personaje animal y uno humano (Erickson, 2005: 916).¹⁰³

Los censores y programadores televisivos, en su lucha por proteger a los niños (un importante sector del público de los dibujos animados) de imágenes controvertidas, suprimieron la diversidad racial y étnica y modelaron un género formado exclusivamente por blancos. Las prácticas de censura de la industria televisiva ayudaron así a redefinir el contenido cultural y las asociaciones preexistentes de la animación, facilitando además una transformación en la conformación de su audiencia. Mittell señala que hacia 1957-58, “cartoons were still known as they were in the era of the studio system: as entertainment for mass audiences, but with particular appeal to children” (Mittell, 2004: 61) (cursiva propia). Mientras tanto, otros autores afirman que los dibujos animados cinematográficos estaban destinados y eran consumidos por una audiencia adulta. Refiriéndose a las animaciones del estudio Warner Bros, Jeremy G. Butler afirma:

These cartoons were originally designed for a general theatrical audience, an audience that was predominantly adult. Consequently, they were encoded with an adult discourse that even contemporary children could not have decoded (Butler, 2002 [1994]: 266) (cursiva propia).

Mientras Wheeler Winston Dixon y Gwendolyn Audrey Foster añaden:

Más que cualquier otra unidad de animación, Looney Tunes se dirigía al público adulto, con la suficiente cantidad de humor sencillo para entretener a los niños [...] Era esta una época en la que toda la familia iba al cine con regularidad, y por lo tanto los dibujos animados no estaban pensados únicamente para entretener a los niños (Dixon y Foster, 2009 [2008]: 143-144)

Sin embargo, la eliminación de referencias culturales externas al texto y de temas polémicos en las producciones de la época hizo que la animación, en general, perdiera su habilidad de generar controversia (Wells, 2002a: 83), se alejara del público adulto y masivo y diera el primer paso en su consolidación como un formato exclusivo de las audiencias infantiles.

Para finales de los años cincuenta, los programas animados aún alcanzaban altos niveles de audiencia entre niños y adultos y ganaban contra otras series de imagen real (Mittell, 2004: 61). No obstante, aparecía en paralelo la animación limitada, una técnica que reduce la cantidad de dibujos necesarios y, evidentemente, los costes de producción, un aspecto determinante para su amplia aceptación dentro del medio televisivo¹⁰⁴. La animación limitada presenta una variedad visual mínima (presentación

103 A principios de los sesenta, la compañía también se postuló como patrocinador de una serie completa del personaje de Mr. Magoo, de UPA. Sin embargo, la asociación no aceptó el contrato, precisamente porque Kellogg's incluía una cláusula en la que estipulaba que la compañía podía eliminar cualquier trama o broma que no satisficiera sus intereses como marca.

104 Las animaciones de los estudios Walt Disney y Warner Bros. empleaba *full animation* o animación completa, que se refiere al proceso de producción de películas animadas de alta calidad, que regularmente emplea dibujo detallado y movimientos naturales y creíbles. En la animación completa cada imagen es diferente,

frontal de los personajes, movimientos mecánicos de la boca al hablar y de los ojos al escuchar, reducidas expresiones faciales, fondos planos, sencillos movimientos de cámara como el *panning*, etc.) y situaciones repetitivas, dado que el énfasis estaba puesto en los diálogos, el humor verbal y los efectos de sonido.

La baja calidad visual de este tipo de animación consiguió popularizar aún más la postura de quienes consideraban que la animación había dejado de ser una respetable forma artística en el cine y comenzaba a convertirse en un recurso para llenar las parrillas de televisión. Y, una vez más, el recién inaugurado formato televisivo de los dibujos animados era considerado entretenimiento exclusivamente para niños. Así, para 1957 las dos únicas formas de animación de las parrillas televisivas, es decir, las infinitas repeticiones de los cortos de Hollywood y los programas originales de bajo presupuesto (*made-for-television cartoons*, producidos con animación limitada), estaban dirigidas a los más pequeños.

No es extraño entonces que muchos académicos y fans consideren que la animación televisiva mató la industria de los dibujos animados. Por ejemplo, el animador y director Chuck Jones sugirió que la animación limitada era ‘radio ilustrada’ (Wells, 2002a: 78) (Mittell, 2004: 69), en la que el diálogo tenía mayor importancia que los elementos gráficos y visuales. Pero, es precisamente este énfasis en el diálogo y la voz, uno de los factores claves en el cambio de percepción del formato animado por parte de la audiencia y, en consecuencia, el aumento de su público adulto (Wells, 2002a: 79). Así lo confirma Bob Smith, presentador del programa infantil *Howdy Doody* (NBC, 1947-60):

Hanna and Barbera are creating children's visual shows and adult audio shows. Turn off the sound and children will enjoy what they see. Turn off the picture, and adults will enjoy what they hear (Fleming, 1961).¹⁰⁵

Los productos televisivos de los estudios Hanna-Barbera revisaron la noción de la audiencia infantil, así como los gustos adultos y el estatus cultural de la animación, a consecuencia de lo cual, los dibujos animados volvieron a atraer una audiencia adulta (nadie considero a *The Flintstones* un programa infantil cuando se estrenó) y fueron emitidos por primera vez durante el *prime time*. Sin embargo, la tradición cultural sigue invertida, los “clásicos” se consideran dignos de estudio académico mientras que la animación producida para la televisión ha sido casi totalmente ignorada. La mayoría de investigaciones sobre la animación están dedicadas al cine clásico de animación

sin repetición, es decir, 24 imágenes por segundo o una imagen por cada fotograma. Por el contrario, en la animación limitada se anima en una tasa inferior: cada imagen se repite dos o tres veces, es decir, 12 u 8 imágenes por segundo o una imagen diferente cada dos o tres fotogramas. El concepto de animación limitada también afecta a otros aspectos diferentes de la tasa, por ejemplo, la repetición de ciclos: mientras los personajes caminan aparecen una y otra vez los mismos elementos de fondo. Respecto a costes de producción, las diferencias eran aun más evidentes: mientras que un corto de siete minutos en *full animation* costaba alrededor de 60,000 dólares, en animación limitada podía ser hecho con 10,000 o menos (Butler, 2002: 268).

¹⁰⁵ Fleming, T. J. (1961) “TV’s Most Unexpected Hit”. En: *Saturday Evening Post*, 2 diciembre 1961, p. 62-66. Citado en Mittell, 2004, p. 69-70.

producido por los estudios Disney, Warner Brothers y MGM¹⁰⁶. Por el contrario, los estudios Hanna-Barbera solo son mencionados o, mucho peor, acusados de la muerte de la animación tradicional, del estancamiento artístico de la industria de la animación americana o señalados como creadores de programas de relleno para los sábados en la mañana.

Y es precisamente en recursos de relleno en lo que se convirtieron los programas animados estrenados en *prime time* durante los sesenta. Nueve de las diez comedias animadas programadas en dicha franja fracasaron, únicamente *The Flintstones* tuvo éxito. Este hecho condujo a la creación de los bloques animados para niños durante las mañanas del fin de semana, donde es preciso señalar que las series mencionadas antes gozaron de más temporadas y éxitos. La consolidación de dichos bloques terminó de definir culturalmente a la animación como un formato de audiencia mayoritariamente infantil y no como entretenimiento legítimo para los adultos como parte de una audiencia masiva.

La animación televisiva de la década de los setenta y los ochenta estuvo marcada por la falta de originalidad estética y de contenidos, ya que se redujo a las versiones animadas de anteriores series de éxito de *prime time*: *The Brady Kids* (ABC, 1972-73) derivada de *The Brady Bunch* (ABC, 1969-74); *The New Adventures of Gilligan* (ABC, 1974-75) de *Gilligan's Island* (CBS, 1964-67); *My Favorite Martians* (CBS, 1973) de *My Favorite Martian* (CBS, 1963-66); *Jeannie* (CBS, 1973) de *I Dream of Jeannie* (NBC, 1965-70), *The Fonz and the Happy Days Gang* (ABC, 1980-81) de *Happy Days* (ABC, 1974-84); *Laverne & Shirley in the Army* (ABC, 1981-82) de *Laverne & Shirley* (ABC, 1976-83) y *The Dukes* (CBS, 1983) de *The Dukes of Hazzard* (CBS, 1979-85). Todos estos programas simplemente reproducían en dibujos animados los elementos característicos de cada serie, pero no impulsaban, de ninguna manera, el desarrollo de la animación.

The form was merely employed as a graphic echo of live-action forms, extending the shelf-life of popular series by using what had become the visual language by which it was assumed children were addressed. The television generation only essentially understood 'animation' as 'the cartoon' as it had been produced for television and the children's demographic (Wells, 2002a: 81).

Aunque la animación no había sido concebida para una audiencia limitada, la industria mediática le había trazado ese camino. Productores de televisión, programadores, cadenas, canales y patrocinadores redefinieron el discurso de la animación, demostrando así que el medio y el contexto de exhibición pueden determinar, interpretar y evaluar las categorías de un género, más allá de los límites de la propia obra.

Sin embargo, no todos están de acuerdo en que el descenso en el valor cultural de la animación es responsabilidad de las producciones de los estudios Hanna-Barbera. Por un lado, Jason Mittell señala que la industria televisiva asumió que el fracaso de la animación en *prime time* se debía a su incapacidad de conquistar a la audiencia adulta, aunque la verdad era que el 'boom' animado había perdido fuerzas debido al clásico

106 Ver el apartado "La comedia televisiva" (Introducción).

efecto de la 'saturación genérica' (Mittell, 2004: 74). Es decir, que la culpa no era de las propias producciones, sino del afán de éxito de las cadenas, que las llevaban a copiarse entre ellas y terminar construyendo parrillas casi iguales. Por otro lado, Jayne Pilling asegura que "if 'animation' tends to suggest 'cartoon for kiddies' this is clearly due, in great part, to Disney" (Pilling, 1997: xi). Aunque los teóricos clásicos insistan en afirmar que las producciones del imperio animado eran para adultos, lo cierto es que las obras de Disney fueron percibidas como entretenimiento infantil o familiar. Sin embargo, como eran las producciones animadas más populares, dado que los cortometrajes independientes eran marginados en términos de distribución y exhibición, fueron ellas quienes pasaron a definir la animación y limitar su público. Por su parte, Wells señala que el menosprecio por la animación es consecuencia de que el discurso cómico, predominante en las animaciones más populares, ha sido visto como la antítesis de cualquier noción de seriedad (Wells, 2002a: 5). Sin embargo, según el autor, este punto de vista de algunos intelectuales es falso y engañoso en muchos sentidos, ya que confunde seriedad con solemnidad y comedia con escapismo, en vez de relevancia.

No obstante, el panorama de la animación empieza a experimentar un cambio a partir de finales de los ochenta. Finalmente, la animación parecía haber emergido de su estatus cultural marginal: hubo un notable crecimiento de su audiencia adulta, se amplió el rango de películas clasificadas bajo el título de 'animación' y volvió a ser objeto de estudio académico. Varios factores contribuyeron en este cambio de paradigma. En primer lugar, a finales de la década de los ochenta inicia la decadencia de los bloques animados y las mañanas de los sábados le dan la bienvenida a los programas infantiles presentados por niños como *The All New Mickey Mouse Club* (Disney Channel, 1989-94). Además, la nueva generación de ejecutivos de televisión, a diferencia de sus predecesores, había crecido viendo programas animados, no los menospreciaba como simple entretenimiento infantil y estaba dispuesto a invertir porque se sentía cómodo en ellos; igual que la audiencia general, que también había sido renovada.

Jason Mittell asegura que el cambio de concepción inició con la película *Who Framed Roger Rabbit?* (1988), que combinaba imagen real, sátira, audaz humor adulto y populares personajes animados de los sábados en la mañana (Mittell, 2004: 80). El éxito de producciones como *Akira* (1988), *The Nightmare Before Christmas* (1993), las primeras películas cortas de *Wallace & Gromit* (*A Grand Day Out* [1989], *The Wrong Trousers* [1993] y *A Close Shave* [1995]), las obras de Jan Svankmajer (*Dimensions of Dialogue* [1982], *Alice* [1988] o *Faust* [1994]) o de Brothers Quay (*The Street of Crocodiles* [1986]) evidencian el inicio de una transformación en la audiencia de la animación cinematográfica.

En cuanto a la audiencia de la animación televisiva, el cambio comenzó en Japón con programas como *Capitán Tsubasa* (a.k.a., *Las aventuras de Oliver y Benji*, *Oliver y Benji*, *Campeones* y *Supercampeones* [TV Tokyo, 1983-86]), *Saint Seiya* (a.k.a., *Los caballeros del Zodiaco* [TV Asahi, 1986-88]) y *Dragonball Z* (Fuji TV, 1989-96). Sin embargo, es la televisión americana quien da el gran salto y consigue revolucionar al público de la animación con una sola serie: *The Simpsons* (1989-). El éxito desproporcionado de la serie empujó a todas las

cadenas existentes a invertir en animación. No obstante, fueron los programas de la televisión por cable o satélite, aquellos que habían conseguido reproducir parte del éxito de *The Simpsons*, quienes demostraron que había una audiencia para la animación más innovadora y orientada a los adultos. Series como *Beavis and Butt-head* (MTV, 1993-97) y *Duckman* (USA Network, 1994-97) no solo llamaron la atención de estudiantes y adolescente, sino también de universitarios y adultos en general.

Poco antes del estreno de estas dos series, otro suceso mediático impulsó el cambio de opinión de la audiencia sobre la animación. En octubre de 1992, Ted Turner, magante de la televisión americana y propietario de la colección de dibujos animados más populares de la historia de la televisión, decide lanzar un canal por cable dedicado a la animación, Cartoon Network. La condición intrínseca del canal de emitir las 24 horas del día animación, hace que Cartoon Network, a diferencia del resto de cadenas que presentan también animación, no pueda segregar la animación al público infantil y a ciertas horas del día, sino que en *prime time* y el horario de *late night* también programa animación, aunque decididamente no dirigida a los más pequeños. En 2001, el canal se convirtió en el segundo canal por cable más popular de Estados Unidos, en parte, gracias a los adultos de entre 18 y 45 años, quienes conforman la tercera parte de su audiencia (Mittell, 2004: 84). El éxito y la popularidad que ha alcanzado CN no solo han alterado y transformado el género animado, sino que además ha devuelto a la animación una audiencia masiva. Otro canal por cable que ha jugado un papel muy importante en el desarrollo de una audiencia masiva receptiva a la animación es Music Television (MTV). Dicho canal concentró el trabajo de muchos animadores independientes (orientados a la animación de autor) y consiguió, por medio de *spots* publicitarios e identificativos del canal, campañas temáticas y cortos ocasionales, familiarizar al público con un rango más amplio y sofisticado de estilos y técnicas de animación.

Aun así, y como vimos antes, las comedias animadas de *prime time* más exitosas han seguido empleando animación limitada. Sin embargo, esta técnica ya no es tan duramente criticada. Quizás las expectativas y sensibilidades del televidente han cambiado (Furniss, 1998: 148). Desde los años sesenta, ha habido un cambio de contexto cultural. Gracias a las numerosas comedias animadas desarrolladas en las últimas décadas, el televidente de hoy está tan acostumbrado a la *full animation* de las películas de Disney como a la animación limitada, lo que conlleva a una mayor tolerancia hacia esta última técnica. Además, la exploración de nuevos estilos y prácticas, no solo ha hecho las series visualmente más agradables, sino que ha representado un elemento positivo para su valoración como producto cultural.

Aunque han hecho falta varias décadas, diversas transformaciones culturales y muchos cambios en las practicas de la industria, finalmente la animación empieza a ser reconocida, en palabras de Wells, “as an art, as a form that encompasses more than American animated cartoon tradition; as a medium of universal expression embraced across the globe” (Wells, 2002b: 1). Según Pilling, la avalancha de publicaciones sobre la animación en las últimas dos décadas también es índice de un renovado interés y

reconocimiento por el tema (Pilling, 1997). Aunque la mayoría siguen siendo estudios históricos y descriptivos de los grandes estudios de Hollywood, se ha ampliado el espectro de obras cinematográficas independientes analizadas e, incluso algunos, han abordado específicamente la animación en televisión.¹⁰⁷

Aún hay muchas personas que continúan considerando la animación un formato menor y exclusivamente para niños. Sin embargo, las estadísticas están en su contra: a principios de los noventa se descubrió que el 60% de la audiencia de *The Simpsons* tenía más de 18 años y el 44% de la audiencia general de los dibujos animados era adulta (Kellogg, 1992)¹⁰⁸. Por otro lado, tampoco pueden negar que la animación ha jugado un rol importante en la historia de la televisión, sobretodo la americana, y un profundo efecto social. Pocos programas han generado el impacto de los cortos de Bugs Bunny y de series como *The Flintstones* (ABC, 1960-66) o *The Simpsons* (Fox, 1989-), cuyos personajes están entre las imágenes más conocidas de la cultura popular.

2.1.1. Teoría de la doble codificación

Más allá de las asociaciones culturales y sus transformaciones a lo largo del siglo pasado, la animación ha demostrado tener la capacidad para conquistar a grandes y pequeños. Las nuevas comedias animadas de *prime time*, así como *The Flintstones* y todas las de su época, están orientadas a una audiencia adulta, pero aun así son diseñadas para resultar agradables a todos los públicos. Estos programas han perfeccionado una forma 'bi-modal' de dirigirse al público: por un lado, atraen a los adultos por sus alusiones y referencias a otros productos culturales y su meta-comentario del género, mientras que a los jóvenes les gusta por su historia interna y su estilo. Las explicaciones teóricas sobre esta habilidad de los dibujos animados para atraer a una audiencia tan heterogénea en edad fueron desarrolladas, como muchas otras teorías sobre la animación, para explicar la capacidad de los largometrajes de Disney para conquistar a toda la familia. La teoría de la doble codificación¹⁰⁹ (*the double-coding theory*) sostiene que dichos textos se dirigen a dos tipos de audiencias diferentes dado que tienen dos niveles de codificación: uno elemental, en el que se concentran el *slapstick*, los elementos fantásticos y de *vodevil* y la escasa sofisticación visual que atrae a los niños, y otro superior, que contiene el diálogo inteligente, los juegos de palabra, las letras de las canciones, las referencias a otros textos, etc., que atrapa a los adultos.

107 Ver, por ejemplo, Erickson (2005), Hendershot (1998) y Butler (1994).

108 Kellogg, M. A. (1992) "The Toon Boom". En: TV Guide, 19 diciembre 1992, p. 6-9. Citado en Hilton-Morrow y McMahan, 2003, p. 81.

109 El término ha sido adoptado por diversas disciplinas; sin embargo, fue acuñado por [Charles Jencks](#), en su libro [The New Paradigm in Architecture](#) (2002 [1977]. New Haven: Yale University Press). A través del término "double coding", Jencks sugiere que la arquitectura postmoderna puede transmitir diversos significados de forma simultánea: puede ser entendida y disfrutada por el público general, al mismo tiempo que aclamada por la crítica.

Es por ello que el éxito de las comedias animadas tiende a explicarse por medio de la fragmentación de la audiencia y los elementos que cada segmento encuentra atractivos. Por ejemplo, Mittell, refiriéndose a las comedias animadas de *prime time* de los sesenta, asegura que

This goal of reaching the 'kidult' audience was achieved not through creating unified cartoons with universal appeals, but by specifically aiming the visual and "wacky" sound effects at the "moppets", and the dialog at adults (Mittell, 2004: 69).

Mientras que Karen Flischel, ex vice presidenta de investigación de Nickelodeon, afirma:

It is made for children... "Ren & Stimpy" follows the "Looney Tunes" or "Bullwinkle" model, where there are two levels of appeal – the gross look for kids and the zany humour for the older crowd.¹¹⁰

Sin embargo, para Rebecca Farley la teoría de la doble codificación es profundamente problemática por dos grandes razones (Farley, 2003). En primer lugar, ignora los factores contextuales (raza, género, situación socioeconómica o educación) y únicamente explica la atracción hacia los textos en términos de gustos que, en todo caso, son proporcionales a la edad del espectador. De esta manera, se asume que los adultos disfrutan intelectualmente del producto cultural, mientras que los niños son discriminados como telespectadores por su ausencia de gusto legítimo. Por ello, el desinterés de los adultos por los dibujos animados nunca es explicado en términos de demasiada familiaridad, programación o marketing, mientras que la buena voluntad de los niños para ver nunca es explicada en términos de influencia social o la abstención de posibilidades.

En segundo lugar, se sustenta sobre dos falsas oposiciones binarias. La primera es que divide la audiencia en adultos y niños, dos grupos aparentemente excluyentes por sus gustos opuestos. Sin embargo, de ser así, sería imposible que un solo texto atrajera a ambos grupos. La cuestión es que la edad adulta no se obtiene de forma repentina, por el contrario, es un proceso que permite, durante y después de ser alcanzado, disfrutar de las dos etapas. La segunda oposición errónea es la que se hace entre forma y contenido. Si los dos grupos aprecian cosas diferentes del texto, eso implicaría que el aspecto formal de los dibujos animados (animación limitada, efectos de sonido, perspectiva plana, colores irreales, etc.), no tienen ningún impacto en la construcción de sentido del texto, lo que desde un punto de vista semiótico sería insostenible. La forma no es únicamente una 'portadora' de significado sino que ella misma está cargada de sentido histórico y cultural, de manera que no se puede separar deliberadamente la forma del contenido en un texto.

Evidentemente, la interpretación de un texto visual o audiovisual no se puede limitar a la forma o al contenido, sino que debe sustentarse en ambos. Sin embargo, Roland

110 En entrevista de Mark Langer a Karen Flischel realizada el 6 de septiembre de 1992. Citado en Langer, 1997, p. 150.

Barthes ha demostrado que en una misma imagen puede proponer tres mensajes y que en una escena se pueden distinguir tres niveles de sentido. Los tres mensajes a los que se refiere el semiólogo francés son el lingüístico (acompañamiento verbal)¹¹¹, el icónico codificado (imagen denotada o mensaje literal) y el icónico no codificado (la imagen connotada, mensaje simbólico o cultural) (Barthes, 1986 [1982]). A los dos primeros mensajes pueden acceder básicamente todos los lectores, solo hace falta que vean la imagen y compartan la misma lengua; sin embargo, el último solo puede ser comprendido por aquel lector que posea ciertas competencias:

La variación de las lecturas no es anárquica, sino que depende de los diferentes saberes utilizados en la imagen (un saber práctico o nacional, o cultural, o estético) y tales saberes puede clasificarse, entrar en una tipología; es como si se diera la misma imagen a distintas personas para que la leyeran, y estas personas bien pueden coexistir en un mismo individuo: una misma lexía moviliza léxicos diferentes (...). En un mismo individuo se da la pluralidad y la coexistencia de léxicos; el número e identidad de estos léxicos forman, en cierto modo, el idiolecto de cada persona (Barthes, 1986 [1982]: 42-43).

La interpretación de la imagen connotada depende entonces del idiolecto de cada lector, del saber científico, cultural, histórico, estético, etc. que ha acumulado a lo largo de su vida. Por consiguiente, es imposible que niños y adultos hagan una lectura idéntica de un mismo texto, incluso que un niño descubra el mensaje icónico no codificado de la imagen.

Por su parte, los tres niveles de sentido también están sujetos de los conocimientos o la enciclopedia del lector. El primer nivel, el informativo o de la comunicación, abarca toda la información que proporciona la imagen misma (colores, formas, escenario, personajes, etc.), es decir, que para obtener dicha porción de conocimiento solo hace falta ver la imagen. Sin embargo, los siguientes dos niveles, el de la significación y el de la significancia, al igual que el mensaje simbólico, exigen unas competencias. Tomemos como ejemplo la escena más popular de *The Simpsons*: la familia completa sentada en el sofá viendo la tele. Cualquier niño podrá describir cómo están vestidos todos los miembros de la familia, de qué color son las paredes y el sofá, en qué sitio suele colocarse cada personaje, etc. Sin embargo, ninguno podrá explicar porque cada episodio de la serie inicia con esa imagen, su importancia en la estructura narrativa y la historia del programa, la relevancia en la cultura popular americana y en el desarrollo estilístico de Matt Groening, creador de la serie.

En la misma línea de Barthes, Bob Hodge y David Tripp, refiriéndose a los dibujos animados, afirman que los diversos elementos de un mismo texto transmiten mensajes diferentes:

En el caso de la televisión, el mensaje lo transmiten medios tanto visuales como auditivos: la imagen visual transmite marcas situadas en el espacio, tanto de dibujo como de escritura; la banda sonora transmite sonidos situados en el tiempo: diálogo (el habla), la música, los efectos sonoros y, en este caso, risa pregrabada. Cada uno de éstos es un código distinto, organizado según diferentes principios y que transmite mensajes

potencialmente distintos. Tenemos que ser conscientes desde el principio de esta multiplicidad de códigos (y, como veremos más adelante, de los subcódigos suplementarios) para evitar tener una percepción demasiado limitada de la cantidad y complejidad del contenido semántico del texto (Hodge & Tripp, 1988 [1986]: 29).

De otra parte, Eco también explica el disfrute de una misma obra por parte de públicos muy dispares por medio del *double coding*, al cual define afirmando: “es proponer relatos capaces de atraer a un gran público aunque empleen referencias doctas y soluciones estilísticas “cultas”, es decir (en los casos más fáciles), si saben fundir ambos componentes de manera no tradicional” (2005 [2002]: 226). No obstante, es a través del concepto de ironía intertextual que el semiólogo italiano explica como los textos ricos en estrategias citacionistas, entre los que podemos incluir las comedias animadas de *prime time*, presentan dos niveles de lectura. Según Eco, este tipo de texto “puede leerse de manera ingenua, sin captar las remisiones intertextuales, o puede leerse con plena consciencia de estas remisiones, o por lo menos con la convicción de que es preciso ponerse en su búsqueda” (230). Y añade:

A diferencia de los casos más generales de double coding, la ironía intertextual, al poner en juego la posibilidad de una doble lectura, no invita a todos los lectores a un mismo festín. Los selecciona, y prefiere a los lectores intertextualmente enterados, salvo que no excluye a los menos preparados (230-31).

Tal como señala el autor, el concepto de ironía intertextual no es técnicamente una ironía. Dicha figura literaria exige que el destinatario sea consciente del juego y conozca todas sus reglas. Sin embargo, en un relato, la ironía intertextual puede ser captada por el lector o no, sin que esto le impida disfrutarla.

Ahora bien, si cada código transmite un mensaje potencialmente distinto, es entonces posible que se puedan rechazar unos elementos mientras se disfruta de otros. Y si es la enciclopedia del lector la que determina las diferentes lecturas de un mismo texto, es igual de posible que adultos y niños no se rían de lo mismo cuando ven dibujos animados. De esta manera, la multiplicidad de generaciones que conforman la audiencia de la comedia animada sí se puede explicar a través de la teoría de la doble codificación. No se equivoca Paul Wells al afirmar que “It is inevitable that adults viewing the same texts will in many senses be watching something entirely different (from children)” (Wells, 2002a: 92).

En el caso concreto de *The Simpsons*, Mike Scully, uno de sus productores ejecutivos, afirma que la serie es uno de los pocos programas que ve junto a su esposa y sus hijos de 9 y 16 años. “There’s something in it for everyone”¹¹² asegura Scully y añade: “I love the mix of intellectual and lowbrow humor. My wife and I tend to laugh more at some of the verbal jokes, while the kids will be laughing at Homer falling down the stairs”. Por su parte, Jon Horowitz, analista de la audiencia de *The Simpsons*, señala que una lectura y comprensión completa de la serie exige una audiencia comprometida y conocedora de todos sus aspectos y del panorama mediático que la rodea. En palabras

112 Werts, D. (1999). “Redrawing the map.” En: *Newsday*, 17 de diciembre. Citado en Horowitz, 1999.

del mismo Horowitz, “the audience must be smart, watching this two-dimensional animation in multiple dimensions” (1999: 2). No obstante, al tipificar el público de la serie, el autor también incluye a quienes solo disfrutaban de los gags visuales (*mild fans*) y quienes únicamente identifican algunas de las capas de humor de la serie (*medium fans*).

2.2. Animación tradicional vs. Animación experimental

Según las tipologías desarrolladas por Maureen Furniss y Paul Wells, dos de los más destacados integrantes de la Society for Animation Studies (SAS), el estilo y modo de producción de la animación que emplean las series de *prime time* se ajusta a los que ellos denominan animación tradicional, industrial, hegemónica u ortodoxa (Furniss, 1998) (Wells, 1998). *The Simpsons*, *Family Guy*, *American Dad!* y el resto de programas animados de *prime time* trabajan con elevados presupuestos; son desarrollados por un numeroso equipo de personas; emplean técnicas de animación tradicionales; son diseñados y dirigidos a una amplia audiencia; están dominados por imperativos comerciales, más no estéticos; se concentra en el contenido (y el diálogo) y no en la forma; poseen una estructura narrativa lineal, presentan figuras identificables (mímesis y configuración) y reflejan las normas sociales tradicionales de occidente.

Sin embargo, estas mismas series dan muestras de poseer características propias de la animación experimental, independiente o subversiva. Por ejemplo, aunque las comedias animadas de *prime time* son creadas por artistas de grupos sociales dominantes (hombres blancos heterosexuales), también reflejan las preocupaciones de grupos sociales minoritarios o marginados. Por ejemplo, la protagonista de *Daria* es la chica deprimida y empollona del instituto; *Beavis y Butt-Head* (*Beavis and Butt-Head*) son dos inadaptados sociales; *The Boondocks* y *The PJs* están protagonizadas por familias afroamericanas; *Queer Duck* cuenta la vida de un pato homosexual; *The Goode Family* representa a los ecologistas y vegetarianos; mientras que *Minority Report* y *The Oblongs* explican los problemas a los que se enfrentan los inmigrantes y los discapacitados, respectivamente. Incluso, *The Simpsons* que se centra en una familia típica americana, analiza los problemas de algunas minorías a través de muchos de sus personajes: Apu Nahasapeemapetilon, el hindú propietario del Kwik-E-Mart; Dr. Julius Hibbert, el prestigioso médico afroamericano; Waylon Smithers, el asistente homosexual del Señor Burns; Ned Flanders, el más fiel devoto de la iglesia evangélica, y Groundskeeper Willie, un agresivo inmigrante escocés.

Por otro lado, a pesar de ser desarrolladas por un numeroso equipo de trabajo, siempre prevalece la idea de un artista: la de Matt Groening en el caso de *The Simpsons* y *Futurama*; la de Seth MacFarlane en *Family Guy*, *American Dad!* y *The Cleveland Show* y la de Mike Judge en *Beavis and Butt-Head*, *King of the Hill* y *The Goode Family*. Además, a pesar de mantener una “unidad de estilo”, esporádicamente introducen otros tipos de animación. En *Homer*³, el tercer segmento del episodio “Treehouse of Horror VI” (T7.E6), vemos a un Homer

Simpson tridimensional (**Figura 1**). Bart, Lisa y Maggie parecen mucho mas ‘reales’ cuando Homer los imagina con la piel color rosa, sin sobremordida y con cinco dedos en cada mano en “Lady Bouvier’s Lover” (T5.E21) (**Figura 2**). Jeff Fischer de American Dad! se convierte en un personaje de videojuego en “Dungeons and Wagons” (T2.E5) (**Figura 3**) y los protagonistas de Family Guy son dibujados al estilo de Disney en “Road to the Multiverse” (T8.E1) (**Figura 4**).



Figura 1



Figura 2



Figura 3



Figura 4

De forma general, las comedias animadas de prime time han empleado animación limitada. Sin embargo, cuentan con elevados presupuestos que amplían las posibilidades de experimentación y los usos creativos y estéticos de dicha técnica. En el caso concreto de *The Simpsons* y *King of the Hill*, Furniss señala que los personajes siguen siendo caricaturas, no tienen sombra y permanecen relativamente quietos, pero los escenarios (fondos) son muy elaborados y detallados de manera que restan atención a los personajes y a su simplicidad de movimientos (Furniss, 1998). Por ejemplo, en *The Simpsons* no hay un desarrollo realista del espacio y los fondos son planos, pero tienen líneas de perspectiva y tantos detalles cómicos insertos que es casi imposible no fijarse en alguno. Por el contrario, *King of the Hill* sigue un patrón dimensional más o menos realista, por ejemplo, los arboles y otros elementos ambientales son dibujados con diferentes colores para crear la sensación de profundidad y substancia. Ambas series utilizan también edición creativa y movimientos de cámara poco tradicionales en la animación limitada. Es cierto que predominan los movimientos de *panning* y las simples inclinaciones de cámara, pero ocasionalmente vemos “segments or relatively fast action, rapid cutting, relatively unusual perspectives and z-axis movements” (Furniss, 1998: 150). En “New Kids on the Blech” (T12.E14), aparece un *travelling*

circular en cámara lenta (imitando el movimiento de cámara inaugurado por *Matrix* [Andy y Larry Wachowski, 1999]) de los integrantes del grupo N'sync bailando y en "Eternal Moonshine of the Simpson Mind" (T19.E9) vemos a Homer, en contrapicado desde el suelo, en lo más alto de un puente.¹¹³

De todo esto se puede inferir que la decisión de producir las series con animación limitada no viene determinada por una cuestión meramente económica. Este tipo de animación también funciona como refuerzo visual de la esencia narrativa de estas comedias: familias nucleares de ciudades pequeñas y sencillas, que llevan vidas poco excitantes. Y al mismo tiempo, se trata de familias disfuncionales, lo que haría altamente contradictorio que fueran retratadas en *full animation*. Por el contrario, con la animación limitada las comedias animadas de *prime time* se autoexcluyen de la corriente dominante y representan una visión diferente de la vida:

If full animation represents the status quo, perhaps limited animation can be interpreted as an alternative practice, allowing for more effective expression of marginal points of view (making it a potentially subversive practice that has economic benefits as well) (Furniss, 1998: 151).

De hecho, desde finales de los cuarenta, United Productions of America (UPA) decidió trabajar con animación limitada para evidenciar su afiliación a formas de arte modernas y desligarse de modelos tradicionales, principalmente el de Disney (Wells, 2002a: 88).

Este último punto nos conduce a otra característica determinante de la animación experimental, independiente o subversiva según la clasificación de Maureen Furniss: su capacidad para retar la ideología dominante y reflejar estilos de vida alternativos.

La principal meta de la animación tradicional, popularizada y representada por los estudios Disney, es mantener el *status quo* de la sociedad por medio del apoyo y refuerzo al sistema sociopolítico económico vigente, o sea el capitalismo. No hay un estímulo a la crítica, sino un fortalecimiento de los estereotipos, de las normas sociales impuestas, de los comportamientos socialmente aceptables, etc. Tal y como señalan Ariel Dorfman y Armand Matherly en *Para leer al pato Donald* (Dorfman & Matherly, 1977 [1972]), la narrativa del imperio animado exalta la crueldad, el chantaje, el aprovechamiento de las debilidades ajenas, la envidia y el terror. Detrás de unos tiernos patitos de colores se esconde el saqueo imperialista y los intereses exclusivos de la burguesía, y cualquier muestra de rebeldía es sinónimo de tiranía, dictadura y totalitarismo.

De forma más puntual, el trabajo de Rodolfo Vidal González confirma esta teoría y señala que las producciones de Disney entre 1939 y 1945 sirvieron como instrumento educativo, formativo y propagandístico para producir determinadas respuestas en la población civil, los soldados y los cargos políticos y militares de los Estados Unidos, así como de sus aliados durante la Segunda Guerra Mundial. Por ejemplo, el cortometraje *The New Spirit* (1942) enseñaba a los estadounidenses a pagar impuestos para destinarlos

a la producción bélica y *Education for death* (1943) analizaba la educación que recibía la juventud alemana y afirmaba que los conduciría a la muerte, pues Hitler los enviaba a luchar contra los aliados, que serían, según preveía la película, quienes ganarían la contienda mundial (Vidal González, 2006).

Por su parte, Patrick D. Murphy critica la postura de Disney destacado su carencia de correspondencia histórica (Murphy, 1995). Murphy señala que en *Pocahontas* (1995) la historia de la colonización es contada de “otra manera”: se omite el genocidio cultural, la catástrofe ecológica provocada por los colonos y los pueblos indios norteamericanos se convierten en un pasado remoto sin ninguna conexión con el presente. De forma general, Disney elimina de sus películas los eventos históricos que el nacionalismo americano ve como manchas en su pasado y promociona aquellos personajes y símbolos que encarnan dicho nacionalismo. Respecto a este tema, Jaume Albero afirma que la ficción de Disney no tiene memoria histórica y representa un pasado que no ha existido nunca de la manera en que es presentado en las películas, pues su principal objetivo es buscar “un marc temporal on no hi haja cap tipus de conf ict e extradiagètic” (Albero Poveda, 2004: 125).

Por último, el universo animado de Disney no solo ha sido cuestionado por sus representaciones de los modelos económicos y políticos, sino también desde el terreno de los géneros. Amy M. Davis, autora de *Good girls and wicked witches: Women in Disney's feature animation* (Davis, 2006), afirma que los personajes femeninos en las producciones animadas del estudio Disney entre 1937 y 2001 están contruidos a partir de estereotipos populares ampliamente extendidos: las heroínas son recompensadas por su pasividad, mientras que las brujas y hechiceras son castigadas por su iniciativa. La inteligencia de las mujeres malvadas es opacada por el buen corazón de las protagonistas, quienes son incapaces de salvarse a sí mismas (dependen de un príncipe o una figura paterna) y se limitan a cantar.

En el extremo opuesto a la animación clásica de Disney podemos encontrar a *The Simpsons*, el principal exponente de la comedia animada de prime time, un subgénero que, a lo largo de su existencia, se ha burlado de todo. Series como *Family Guy*, *South Park* y la misma *The Simpsons* han dirigido su crítica en tantas direcciones que es casi imposible mirarla sin reírnos incluso de nuestras propias opiniones políticas y económicas. Subvierten la ideología dominante y demuestran que pueden sacudir los cimientos del poder. Los cristianos, los judíos, los musulmanes, el capitalismo, el comunismo, los republicanos, los demócratas, las agencias secretas de estado, las fuerzas armadas, los medios de comunicación, todo y todos, incluso la misma serie, son objeto de escarnio y del ridículo. Nadie está a salvo.

Sin embargo, James M. Wallace afirma que dicha subversión es momentánea, que toda muestra de revolución es rápidamente acallada para dar paso a un aspecto más banal (Wallace, 2009 [2008]). Tomemos, por ejemplo, uno de los episodios más ocurso y brillantes de *The Simpsons* para ilustrar su afirmación. En “Homer’s Enemy” (T8.E23), el señor Burns, dueño de la planta de energía nuclear, contrata un nuevo empleado,

Frank Grimes, un hombre que ha tenido que trabajar duro toda su vida. En la planta conoce a Homer e inmediatamente comienza a odiarlo por su pobre desempeño y su perezosa actitud. Homer, tratando de ganarse la amistad de Grimes, lo invita a cenar a casa, pero cuando Grimes conoce su familia y su casa, se enfada aún más con Homer.

Grimes: *I have had to work hard everyday of my life and what do I have to show for it? This briefcase and this haircut! And what do you have to show for you lifetime of sloth and ignorance?*

Homer: *What?*

Grimes: *Everything! A dream house, two cars, a beautiful wife, a son who owns a factory, fancy clothes, and (olfatea) lobsters for dinner! And do you derive any of it? No!*

Homer: *What are you saying?*

Grimes: *I'm saying you're what's wrong with America, Simpson. You coast through life, you do as little as possible and you leech off decent, hardworking people like me! If you lived in any other country, you'd have starved to death long ago.*

Bart: *He's got you there, Dad.*

Grimes: *You're a fraud, a total fraud. (Dirigiéndose a Marge y los niños) It was nice meeting you.*

Con estas palabras Grimes desmonta a Homer, el gordo que semana tras semana nos hace reír queda en evidencia y representado como lo que realmente es, un bueno para nada al que la vida no ha parado de sonreírle pero que aun así no deja de quejarse. No obstante, imitando el comportamiento estúpido de Homer en el trabajo, Grimes se electrocuta con una máquina de alto voltaje y muere al final del episodio. En medio del funeral, mientras duerme, Homer dice: “Change the channel, Marge!”. Todo los presentes ríen a carcajadas y Lenny afirma: “That’s our Homer!”

En “You Kent Always Say What You Want” (T18.E22), Kent Brockman pierde su empleo como presentador y se ve obligado a vivir con los Simpson. Una tarde, mientras miran la televisión con Lisa, ella dice: “One thing I’ve always wondered... How can Fox News be so conservative when the Fox Network keeps airing raunchy shows? They don’t fit together”. Lisa empieza cambiar rápidamente de canal entre Fox News y la cadena Fox hasta que Brockman le arrebató el mando y le responde:

Fox deliberately runs shows that will earn them huge fines which are then funneled through the F.C.C. straight to the Republican Party. Everybody in the media knows it, but no one has the guts to say it.

Una vez más la serie es capaz de decir lo que nadie más se atreve, como afirma el mismo Brockman, pero al final del episodio todo vuelve a su curso original: Kent recupera su trabajo, con un 50% más de salario, y de esta manera vuelve a mantener ocultos los secretos del medio para el cual trabaja.

Quizás es verdad que al mofarse de todo *The Simpsons* no hace una crítica políticamente coherente y que carece, a diferencia de la sátira tradicional, de una visión ideal de mundo; puede que al final todo vuelva a ser como era y que las frases brillantes no hagan parte de un plan maestro para revelarnos otros modelos de mundos posibles sino que

sean solo eso, frases brillantes, ingeniosas pero aisladas. Pero también es cierto, como afirma el mismo Wallace, que hay subversión cuando hay reconocimiento de que se le da la vuelta a lo que damos por sentado. Y está claro que el público lo reconoce, de lo contrario no se reiría y la serie no tuviera más de 20 temporadas. Los guionistas dirigen nuestra atención hacia hábitos, creencias y actitudes de la ideología dominante para demostrarnos que no son formas naturales de actuar o de pensar, estimulándonos a poner resistencia. La comicidad satírica de “Homer’s enemy” nos distancia, aunque sea momentáneamente, de la América capitalista y nos invita a pensar en un mundo diferente, por ejemplo, uno en el que la estupidez no sea recompensada.

A diferencia de la mayoría de producciones televisiva, las frases brillantes pero aisladas de la serie nos hacen consciente de nuestra realidad, dejan en evidencia el sistema, aunque, como afirma Eco, solo sea por un instante.

Very seldom does the business of entertainment display real humor. More frequently it sells carnival. When a real piece of humour appears, entertainment becomes avantgarde: a supreme philosophical game. We smile because we feel sad for having discovered, only for a moment, the truth (Eco, 1984: 8).

Es posible que Wallace tenga razón y que *The Simpsons* sea opio, que solo quiera hacer parecer que es subversiva; pero en su intento por parecer algo que no es, deja a la vista muchos defectos de nuestra sociedad, defectos de los que quizás, de otra forma, nunca nos hubiésemos percatado. Desde sus “wonderful acts of smuggling” (maravillosos actos de ‘contrabando’), como los llama Terry Gilliam¹¹⁴, la animación representa y expresa diferentes puntos de vista, ideas y estados emocionales; convirtiéndose así en instrumento de revisión, distorsión y reposicionamiento de los textos cinematográficos y televisivos y de la sociedad en general (Wells, 2002a: 5).

Finalmente, la última característica de la animación experimental, independiente o subversiva contenida en las comedias animadas de prime time es la tendencia a “alterar el medio” (Furniss, 1998: 30). Estas comedias no transforman el medio animado estética o visualmente, pero han conseguido cambiar su estatus como objeto cultural. Por otro lado, como productos televisivos, también han alterado el medio por el cual son emitidos. Su forma de dialogar con la cultura y la historia televisiva americana ha popularizado una forma televisiva: la televisión hiperconsciente, una televisión endogámica que se construye a partir de sí misma. Precisamente, el tema central de la presente tesis doctoral.¹¹⁵

2.3. Ventajas de la animación

La animación tiene ventajas estéticas, económicas y narrativas sobre la imagen real. En cuanto a la puesta en escena, una comedia animada puede contar con infinitos

114 Animador de *Monty Python*. Citado en Wells, 2002a: 5.

115 En consecuencia, esta característica de la animación se abordara con mayor amplitud en capítulos posteriores.

escenarios mientras que una comedia de imagen real, normalmente solo tiene tres o cuatro decorados. Gracias a la animación, los personajes pueden viajar alrededor del mundo y experimentar las situaciones más extremas sin que esto suponga un aumento significativo en los costes de producción. Incluso, los mismos personajes pueden ser tan variados e increíbles como el creador los quiera. Solo en las comedias animadas es posible encontrar un bebé de un año que hable y fabrique armas de control mental, un perro que sea más culto que su dueño o una mujer que está eternamente embarazada como ocurre en *Family Guy* (Fox, 1999-). Y es que, como afirma Wells, “en la animación todo lo imaginable es factible, es el ‘arte de lo imposible’” (Wells, 2007 [2006]: 10).

De igual forma, ninguna serie de imagen real podrá sobrepasar a una animada en apariciones de celebridades, parodias a la cultura popular o *gags* visuales.

If an animated show wants to comment on a personality in the news, it simply draws a new character that resembles and sounds like that person. If an animated show wishes to comment on a news event or cultural trend, it can easily invent a parallel situation for its primary character (Ott, 2007: 68).

Otra ventaja visual destacable de la animación es su poder de penetración. Wells la describe como “the ability to evoke the internal space and portray the invisible” (Wells, 1998: 122). Al representar conceptos abstractos, imperceptibles e inexistentes, la penetración se convierte en una herramienta de revelación, un instrumento para desvelarle al espectador unas condiciones o principios que están escondidos o fuera de su comprensión. Gracias a la animación podemos ver cómo el sistema nervioso de Fry¹¹⁶ ha sido regenerado por una colonia de parásitos en *Futurama* (Fox, 1999-2003); un par de lombrices comentando *Six Feet Under* (A dos metros bajo tierra, HBO, 2001-05) en el interior del estomago de Brian¹¹⁷ en *Family Guy* (Fox, 1999-); cómo funciona el cerebro de Homer¹¹⁸ de *The Simpsons* (Fox, 1989-); a Jimminy Lummox, la conciencia de Ren, el protagonista de *The Ren & Stimpy Show* (Nickelodeon, 1991-96) o seres inconcebibles como Stinky (a.k.a. Olorín), f atulencia y mejor amigo de Stimpy¹¹⁹. Es evidente entonces, que la animación, al no estar atada a las leyes de la física y la naturaleza y el sentido común, posibilita la representación literal de cualquier objeto o concepto, lo que a su vez expande la estructura visual y narrativa del texto hasta lo imposible.

Pero los límites en el uso de la animación son muy variables en las comedias animadas de *prime time*. A diferencia de los dibujos animados de Warner Bros, a sus personajes no se les desinfa la cabeza con pinchazos, les saltan los ojos de la cara y se les descuelgan la barbilla hasta chocar contra el suelo. En *The Simpsons*, *Family Guy* o *Futurama*, cuando los personajes se golpean, realmente se lastiman, sangran y pueden hasta terminar en el hospital. Sin embargo, sobreviven caídas tremendas y accidentes de coche que

116 Episodio “Parasites Lost” (T3.E2)

117 Episodio “Model Misbehavior” (T4.E10).

118 Episodio “Burns Verkaufen der Kraftwerk” (T3.E11)

119 Episodio “Son of Stimpy” (T2.E14)

en realidad habrían matado a un ser humano o que, incluso, han matado a otro personaje. Por ejemplo, en “Alone Again, Natura-Diddily” (T11.E14), Maude Flanders, personaje recurrente de *The Simpsons*, muere tras caerse de las gradas durante una carrera de NASCAR. Sin embargo, Apu Nahasapeemapetilon, el dueño de un supermercado abierto las 24 horas, ha sobrevivido numerosos atracos violentos como evidencia sus múltiples heridas de bala en el pecho. Así se confirma que la animación tiene la posibilidad de relacionarse con el mundo físico y material de la imagen real, pero también la de actuar dentro de él, por ejemplo, reajustándolo o subvirtiéndolo (Wells, 2007 [2006]: 10).

Respecto al aspecto económico, un elemento importante a favor de los dibujos animados es que “en la era de *Seinfeld* y *Friends*, no es rehén de los grandes salarios de sus estrellas” (Álvarez Berciano, 1999: 149)¹²⁰, ni siquiera cuando hay apariciones especiales o “voces invitadas”. El *star system* no significa un problema; los personajes son permanentes y no salen o entran en función de las ofertas de trabajo que obtengan, o no deben ser cambiados por cuestiones de edad o aspecto. El único riesgo que corren es el de perder a quienes interpretan las voces de los personajes, pero como hemos visto en los últimos años con *The Simpsons*, si la serie es buena, el público se acostumbra a las nuevas voces una y otra vez.

En cuanto a la estructura narrativa, la animación sigue teniendo ventajas sobre las series de imagen real, por ejemplo, su capacidad de mutabilidad dentro de una estructura inmutable. Semana tras semana, estas series dan cuenta de un mundo cambiante, a través de unos personajes que permanecen invariables. Las tramas integran temas y figuras contemporáneas, se refieren a los hechos más recientes y citan las obras culturales más actuales. Sin embargo, las interpretaciones parecen inalterables: la perspectiva de Lisa Simpson siempre estará marcada por su actitud moralista y sus eternos ocho años y la de Stan Smith por su desmesurada tendencia republicana. No importa hacia donde evolucione el mundo, siempre sabremos que pensarán de ello los personajes. Ellos no crecen, ni maduran, ni envejecen, no tienen ni pasado ni futuro, viven en un eterno presente que los enfrenta día a día con la actualidad.

Según Matt Groening, creador de *The Simpsons*, dicho formato tiene “mayor capacidad para integrar muchas más citas y referencias y darle más giros a las tramas que en una serie de imagen real, lo que entonces permite contar muchas más cosas” (Álvarez Berciano, 1999: 149). No solo es posible lograr un mayor efecto cómico que el de las series de imagen real a través de los personajes y *gags*, sino también por medio de la historia misma que se cuenta episodio a episodio. La animación permite, por ejemplo, que un personaje muera en un episodio y aparezca vivo en el siguiente sin necesidad de dar ninguna explicación, como sucede en cada episodio de *South Park* con Kenny McCormick.

¿Y por qué no necesitamos una explicación? Porque cada vez que nos enfrentamos

120 Más que de las voces o de la calidad de la animación, este tipo de series depende definitivamente de la calidad de sus guionistas.

a un texto narrativo “firmamos” un pacto con el autor en el que aceptamos que lo que éste nos cuenta es una ficción y que por tanto no está sometida a las leyes de la verificación. Eco llama al acuerdo autor-lector pacto ficcional y sostiene que la aceptación de éste por parte del lector es una regla fundamental para abordar el texto narrativo.

El lector tiene que saber que lo que se le cuenta es una historia imaginaria, sin por ello pensar que el autor está diciendo una mentira. Sencillamente, como ha dicho Searle, el autor finge que hace una afirmación verdadera. Nosotros aceptamos el pacto ficcional y fingimos que lo que nos cuenta ha acaecido de verdad (Eco, 1996: 85).

El semiólogo italiano desarrolla el concepto de pacto ficcional a partir de la noción de *willing suspension of disbelief* o “suspensión de la incredulidad”¹²¹ de Coleridge. El poeta inglés afirma que para adentrarnos en el texto y disfrutar del mundo propio que expone una obra debemos sufrir esta suspensión de la incredulidad, es decir, dejar de lado, “suspender” de forma voluntaria nuestro sentido de la realidad y, en ocasiones, la lógica, para ignorar así inconsistencias de la obra de ficción (Coleridge, 1975 [1906]).

Previamente a Eco, Philippe Lejeune también se había referido a este tipo de relación o pacto entre el autor y el lector. En su clásica obra *El pacto autobiográfico y otros estudios* (Lejeune, 1994 [1975]) distingue dos tipos de pactos: el pacto autobiográfico que asegura que lo que se va a contar es cierto, y el pacto novelesco, que enuncia que lo que se cuenta es ficción pero debe ser admitido como real. De esta forma, el lector, en el primero de los pactos, ha de confiar en la veracidad de la historia, mientras que con el segundo debe tomar como reales hechos que sabe ficticios.

Todos estos concepto, “pacto ficcional”, “pacto novelesco” y “suspensión de la incredulidad”, derivan de un concepto mucho más antiguo, la verosimilitud, una especie de regulador, de medida más o menos severa según la época en la que se aplica, del que dispone el autor a la hora de elaborar y configurar ese complejo mundo que nace en la obra literaria. Con este regulador, el autor además mantiene el difícil equilibrio entre la realidad literaria y extraordinaria, entre imitación e invención. Aristóteles introdujo el término al comparar en su *Poética* la labor del historiador con la del poeta (Spang, 1984: 158). Según el filósofo, la diferencia no radica en que el primero escribe en prosa y el segundo en verso, sino en que el historiador explica lo que ha sucedido “mientras que el poeta lo que podría suceder conforme a verosimilitud y necesidad” (Díaz-Tejera, 1983: 185).

Pero, ¿qué determina la verosimilitud de un texto? Según Todorov, Aristóteles estableció claramente que la verosimilitud no constituía una relación entre el texto y su referente externo –la relación de *verdad*–, sino entre el texto y lo que sus lectores creen que es *verdad*. “Por consiguiente, aquí la relación se establece entre la obra y un

121 Es usual encontrar en inglés la expresión escrita en su forma completa, «suspensión voluntaria de la incredulidad» (*willing suspension of disbelief*). Sin embargo, el término «voluntaria» resulta redundante, por lo que suele omitirse en castellano. En cualquier caso, la expresión fue acuñada en 1817 por el poeta inglés Samuel Taylor Coleridge.

discurso difuso que pertenece en parte a cada uno de los individuos de una sociedad, pero cuya propiedad ninguno puede reclamar; en otras palabras, la “opinión común” (Todorov, 2004: 58). De esta manera, la verosimilitud está determinada, ante todo, por la opinión pública y la experiencia común. Las narraciones ficticias, si bien no son *verídicas*, ya que no se refieren a hechos *reales* ocurridos; hallan su valor de *verdad* al remitirse a acontecimientos que podrían suceder en cualquier momento y casi a cualquier persona.

Ahora bien, volviendo sobre el pacto ficcional, una vez es aceptado, el lector se encontrará a sí mismo “encerrado” dentro de las fronteras de un mundo ficticio creado por el autor, pero que debe tomar por verdadero. De esta forma, solo podrá juzgar o medir la veracidad o falsedad de los hechos que lee con respecto al mundo posible que ese relato ha creado, un mundo que solo existe *ahora*, en el momento en que lo vemos o leemos, un mundo que vemos y conocemos pero en el que nunca estaremos presentes, pues no tenemos acceso más allá de los límites de nuestra imaginación. Pero, sean cuales sean las condiciones de ese otro “mundo posible”, éste contiene al mundo *real* como trasfondo; es decir, que más que un “mundo nuevo” se presenta como un “mundo parásito”, finito y cerrado del mundo *real*:

Formas como el cuento de hadas nos predisponen para aceptar a cada paso correcciones de nuestro conocimiento de mundo real. Pero todo aquello que el texto no nombra o describe expresamente como diferente del mundo real, debe ser sobreentendido como correspondiente a las leyes y a la situación del mundo real (Eco, 1996 [1994]:93).

Por ello, en *Family Guy* estamos dispuestos a aceptar que un perro hable, aunque se sobrentiende que la historia toma lugar en un mundo en el que el contexto sociopolítico y las leyes físicas funcionan de la misma manera que en el nuestro. Dentro del “bosque narrativo”, como lo denomina Eco, nos movemos en dos mundos, el *real* y el de ficción, y aunque a los dos los tomemos como verdaderos, estamos dispuestos, gracias al pacto ficcional, a suspender nuestra incredulidad con respecto a ciertas cosas y no con respecto a otras.

En el caso concreto de la animación, tampoco todas las obras deben ser realistas, pero sí creíbles, por lo que es necesario, como afirma Wells, “establecer un ‘lógica ilógica’ del mundo creado” (Wells, 2007 [2006]: 33). De esta manera, cuando nos colocamos frente a una animación también debemos apostar por suspender nuestra incredulidad, aceptar el pacto ficcional y abrazar la idea que sus personajes no nos mienten sino que se nos traslada a un lugar, su propio mundo, en él que lo que nos cuentan es completamente posible.

Para adentrarse en la ficción, en general, el lector debe adoptar una actitud abierta y consecuente con el mundo del texto; y en particular, una actitud razonable con las especificidades del género en que se manifiesta la ficción. De esta forma, la verosimilitud no está solo determinada a partir de la relación del texto con lo que sus lectores creen que es *verdad*, sino también con el discurso literario, más exactamente, con las reglas,

normas y convenciones de cada género.¹²²

En todo género hay una verosimilitud particular, propia de ese género, y por eso puede resultar sensato que los personajes de los musicales se pongan a cantar de improviso, los héroes de acción sobrevivan el enfrentamiento solitario a decenas de tíos malos armados de modo muy superior y que, después de precipitarse (;otra vez!) al cráter del Gran Cañón, el Coyote aparezca en la próxima secuencia abriendo un paquete de Acme Inc. que debería ayudarlo a atrapar al Correcaminos (Knight, 2009 [2008]: 146).

Incluso, cada época y momento histórico establece unas pautas para que las obras sean consideradas, o no, verosímiles:

En determinadas épocas, una comedia solo es juzgada como verosímil si en el último acto los personajes descubren un grado cercano de parentesco entre sí. Una novela sentimental será verosímil si el desenlace consiste en el casamiento del héroe con la heroína, si la virtud es recompensada y el vicio castigado (Todorov, 2004: 57-58).

En el caso puntual de las comedias animadas, además del hecho de ser un relato de ficción, la imagen misma del programa nos indica que debemos adoptar una actitud diferente frente a ellas, asumir de forma distinta los acontecimientos que ésta cuenta. Así, los dibujos animados pueden ser mucho más violentos, sádicos y vulgares que las series de imagen real. Acciones que escandalizarían o que nunca llegarían a ser toleradas en el caso de personajes reales, se vuelven cómicas al asociarlas con personajes como Homer Simpson, Peter Griffin o Eric Cartman¹²³. La animación, desde su origen como *cartoon* teatral hasta como comedia de *prime time* a finales del siglo XX y principios del XXI, se ha dedicado a extender las fronteras de lo aceptable y jugar con los límites del decoro, al mismo tiempo que ha sido capaz de despistar a la censura con mayor facilidad.

Visto que los espectadores asocian los dibujos animados con el entretenimiento intelectual vacío, inofensivo y pueril, tengan o no razón, el formato está bien situado para inocular un «virus mediático», a saber, un mensaje subversivo e incluso revolucionario que se transmite mediante un vehículo aparentemente inocente y neutral (Arnold, 2009 [2008]: 343).

La comedia y la animación, además de estar sometidas a diferentes normas, convenciones y reglas, también poseen su propio régimen de verosimilitud, pues en ambas esperamos lo inesperado. Así como la comedia en general, el *cartoon* en particular llega a ser en cierto modo paradójico: el sitio apropiado para lo inapropiado, el sitio correcto para lo incorrecto, el espacio en el que lo improbable es probable que ocurra. Una secuencia de *Family Guy* (Fox, 1999-) ofrece la perfecta ilustración de este último punto en especial. En dicha secuencia del episodio “Stuck Together, Torn Apart” (T3. E19), Peter encuentra un puesto de degustación de salchichas en un supermercado

122 En el caso de las series televisivas, es el episodio piloto el que establece las reglas del “mundo posible” (Eco, 1987 [1979]) o universo ficcional en que la serie se encuentra inmersa y con respecto a las que se debe leer y analizar. No hay episodios anteriores al piloto que contradigan algo que éste haya determinado, aunque es posible modificarlo a posteriori en una secuela.

123 Ver también el concepto de *comic insulation* (Palmer, 1987).

y se acerca a pedir una muestra. Después de probarla dice: “Mmm, delicious! I will seriously consider purchasing this product!”. Inmediatamente aparece un hombre muy parecido a Peter, pero que usa lentes, se acerca al puesto de salchichas y pregunta: “Ooh, what have we here? May I partake?”. Sucesivamente vemos a otro hombre, también parecido a Peter pero con rasgos asiáticos, que prueba las salchichas y dice: “Ah, sausage-san! Plan to buy great amount for samurai buddies!”. El chico responsable del puesto de degustación se da cuenta de lo poco probable que es que tres hombres, con un increíble parecido entre ellos, se acerque de forma sucesiva al puesto y anuncia: “Sir, you don’t have to keep moving to the back of the line. You can take as many as you like. They’re free!”. Pero como se trata de una comedia, tan pronto el chico termina la frase aparecen juntos los tres hombres que él pensaba eran uno solo. El japonés dice: “What are you talking about?”; el hombre de las gafas pregunta: “Hey, can I have some more sausage?”, y el verdadero Peter agrega: “Yeah, me too!”.

Este segmento hace referencia a la direccionalidad errónea, esa reproducción de elementos que llevan al espectador a prever lo siguiente que ocurrirá pero que finalmente sucede algo totalmente diferente. A su vez, también se refiere a la combinación de capas y niveles de verosimilitud y inverosimilitud que podemos encontrar en un texto: la combinación de sucesos que podemos considerar creíbles (que un hombre se disfrace) o no (que en una misma tienda hayan tres hombres exactamente iguales). Además, da cuenta del hecho de que mientras la falta de seriedad y el absurdo puede en ocasiones molestar y ofender, usualmente no lo hace dentro de la animación y la comedia, precisamente porque nosotros esperamos esto de ellas. Por ello también, cuando vemos a Stewie revisar un álbum con fotos de sus intentos de asesinato a Lois, no nos preguntamos quien tomo las fotografías, simplemente es gracioso porque es absurdo. O cuando la cabeza de Peter se convierte en la de Mickey Mouse no nos preocupamos por lo que le haya sucedido a su cabeza. Es divertido porque no necesita ser explicado; porque es absurdo.

De forma paradójica, aunque la animación y la comedia se arriesgan más que otros géneros a extender los límites de lo posible, las comedias animadas para adultos, en comparación con aquellas de imagen real, presentan familias cuya posición socioeconómica y emocional es más cercana a la del público, por lo que éste decide otorgarle un mayor nivel de credibilidad. Este hecho ha provocado numerosos comentarios por parte de los críticos, en especial sobre *The Simpsons*, la comedia animada más popular. Marvin Kitman los ha llamado “the most serious program we have about family relationship, the decline of education, the failure of parents, and the fact that kids today are no damn good”¹²⁴, mientras Johnny Carson señala que aunque los idealizados Huxtable¹²⁵ son representados por humanos y que los Simpson son simples *cartoons*, estos últimos parecen más reales, y agrega que la vida familiar de un hogar

124 KITMAN, M. (1990) “That quirky Simpsons spark *The Simpsons*”. En: *Newsday*, 6 diciembre 1990, p. 85. Citado en Mittell, 2004, p. 188.

125 Familia protagonista de la serie *The Cosby Show* (NBC, 1984-92)

como el Simpson probablemente recuerda mas familias de nuestro entorno de lo que lo hace el clan Huxtable.¹²⁶

126 Shales, T. (1990) "The Simpsons: they're scrapping again – but this time it's a rating fight". En: *Washington Post*, 11 octubre 1990, C1. Citado en Mittell, 2004, p. 189.

3. INTERTEXTUALIDAD Y PARODIA

3.1. Implicaciones teóricas del concepto *intertextualidad*

El término intertextualidad fue acuñado por Julia Kristeva (1978 [1969]), pero el concepto se hallaba incubado o de forma pre-definida en la noción de dialogismo de Mijaíl Bajtín (2003 [1929]). De hecho, Kristeva introduce el término destacando el descubrimiento por parte del crítico literario y lingüista soviético:

(...) de suerte que el eje horizontal (sujeto-destinatario) y el eje vertical (texto-contexto) coinciden para desvelar un hecho capital: la palabra (el texto) es un cruce de palabras (de textos) en que se lee al menos otra palabra (texto). En Bajtín, además, esos dos ejes, que denomina respectivamente diálogo y ambivalencia, no aparecen claramente identificados. Pero esta falta de rigor es más bien un descubrimiento que es Bajtín el primero en introducir en la teoría literaria: todo texto se construye como mosaico de citas, todo texto es absorción y transformación de otro texto. En lugar de la noción de intersubjetividad se instala la de intertextualidad, y el lenguaje poético se lee, al menos, como doble. (Kristeva, 1978 [1969]: pág. 190).

Bajtín, a partir del análisis de la obra de Dostoyevky¹²⁷, había desvelado el concepto de “polifonía textual”, que explica que en una misma novela se dejan ver o escuchar múltiples voces, puntos de vista y registros lingüísticos (Bajtín, 1989 [1975]). La literatura cobra así un carácter dialógico y los textos reclaman su existencia a partir de otros textos. “Un texto vive únicamente si está en contacto con otro texto (contexto). Únicamente en el punto de este contacto es donde aparece la luz que alumbra hacia atrás y hacia delante, que inicia el texto dado en el dialogo”. (Bajtín, 1989 [1979]: 384).

De la mano de Bajtín y Kristeva se inaugura entonces una nueva forma de concebir el texto: texto como intertextualidad, como collage de alusiones, citas y referencias en el que otros textos pueden ser leídos; donde yacen otros textos.

Pocos años después de la introducción del término, Lucien Dällenbach, profesor de la Universidad de Ginebra, propone una tipología para la intertextualidad. En su artículo “Intertexte et autotexte” (1976), Dällenbach identifica cinco clases de intertextualidad: la intertextualidad general, es decir, la relación entre textos de distintos autores; la intertextualidad limitada o restringida, entre textos de un mismo autor; la intertextualidad externa, la influencia de un texto en otro texto; la intertextualidad interna, la influencia de un texto en sí mismo, y la intertextualidad autárquica, la autotextualidad o mise en abyme (también escrito mise en abîme), que es la relación de un texto solo consigo mismo.

La razón de separar intertextualidad interna y autotextualidad está en que no toda intertextualidad es autotextualidad. Podemos tener un texto que se refiere a otros textos o a trozos de sí mismo (Toro, 1987: 74).

127 Ver Problemas de la poética de Dostoiévski de Mijaíl Bajtín (Madrid: Fondo de Cultura Económica de España, 2003 [1929]).

Así como Dällenbach, una larga lista de intelectuales ha dedicado trabajos al estudio de la intertextualidad (Iser, Jauss, Rifaterre, Barthes, entre otros). Sin embargo, es Gerard Genette quien mayor atención le ha concedido al concepto acuñado por Kristeva. En su obra de 1979, *Introduction à l'architexte*, Genette define la transtextualidad o trascendencia textual del texto como «todo lo que pone al texto en relación, manifiesta o secreta, con otros textos» (Genette, 1989 [1982]: 9-10). No obstante, en su siguiente trabajo, *Palimpsestes, la littérature au second degré* (*Palimpsestos, la literatura en segundo grado*), el narratólogo francés afirma que la transtextualidad sobrepasa y, de hecho, incluye la architextualidad, así como otros tipos de relaciones textuales. En esta misma obra de 1982, Genette propone una clasificación para dichas relaciones textuales, a las que denomina transtextuales, e identifica cinco tipos que organiza en orden creciente de abstracción, implicación y globalidad: intertextualidad, paratextualidad, metatextualidad, hipertextualidad y architextualidad.

La primera de ellas, la intertextualidad, es definida por Genette como “una relación de copresencia entre dos o más textos, es decir, eidéticamente y frecuentemente, como la presencia efectiva de un texto en otro” (Genette, 1989 [1982]: 10). En la práctica, dicha relación se presenta de tres formas: la más explícita y literal es la cita¹²⁸; de forma menos explícita y menos canónica encontramos el plagio, “que es una copia no declarada pero literal”; y finalmente de manera aun menos explícita y menos literal, la alusión, es decir, “un enunciado cuya plena comprensión supone la percepción de su relación con otro enunciado al que remite necesariamente tal o cual de sus inflexiones, no perceptibles de otro modo” (10).

La transferencia del concepto de intertextualidad, desde los estudios literarios hasta los *Media Studies*, comportó una ampliación conceptual: la intertextualidad, además de una estrategia textual, pasó a designar una práctica interpretativa (Ott y Walter, 2000). El término de dialogismo propuesto por Bajtín no solo hace referencia a una relación entre textos, sino también entre interlocutores; autor (sujeto) y lectores (destinatario). La transferencia precisaba así un modelo que también otorgara importancia a la relación entre los participantes del acto comunicativo. Existe una cierta unanimidad al afirmar que dicho modelo es el de *encoding/decoding* de Stuart Hall. Dentro de este paradigma comunicativo es central la idea de que el significado no proviene solo del texto o de su creador/codificador, sino también de su lector/decodificador. De esta forma, el receptor o usuario del texto se convierte en un sujeto activo del proceso de significación y así el texto pasa a ser “susceptible de recibir un número ilimitado de interpretaciones” (Lacalle, 2001: 31).

En relación a este respecto, Jonathan Gray sugiere que durante el proceso de decodificación no solo construimos el significado del texto a través de él mismo, sino también con otros textos. Cuando intentamos darle sentido a un texto activamos nuestra competencia intertextual, ponemos a disposición del texto que leemos nuestro conocimiento previo, los demás textos que ya hemos leído. De esta forma, cada vez

que leemos un texto es como si releyéramos también los anteriores, razón por la que Gray propone hablar de un modelo de “encoding/redecoding” (2006).

Esta ‘relectura’ de los textos nos remite a lo que Umberto Eco ha llamado ‘paseos intertextuales’. Según el semiólogo italiano, ningún texto se lee independientemente de la experiencia que el lector tienen de otros textos (Eco, 1993 [1979]: 116 y ss.). Para poder hacer hipótesis o suposiciones que tengan alguna probabilidad de satisfacer el desarrollo de la historia, llenar los vacíos y lagunas del texto y orientar la significación; el lector debe *salir del texto*, dejarlo por momentos y recurrir a los *cuadros intertextuales*, es decir, unos marcos de referencia que han sido creados a partir del repertorio de lo ya leído. Lo que Eco denomina *paseos intertextuales* son, precisamente, esas salidas del texto por parte del lector. Así pues, además de la reciprocidad entre autor y lector, la intertextualidad constituye una parte importante en la teoría de la interpretación de Eco.

En cada texto siempre están presentes otros textos, hay inmersa una red de relaciones intertextuales. Pero éstas cobran importancia si son “detectadas”, en la medida en que el lector tenga las competencias necesarias para descubrir los textos que se esconden detrás del *intertexto* que está leyendo. De esta manera, el grado de intertextualidad de un texto depende en gran medida de la *enciclopedia*¹²⁹ de quien la tiene enfrente y de los textos anteriores con los que cuenta para interpretarla.

Ahora bien, la intertextualidad no solo permite relaciones entre dos o más textos literarios, a partir de los cuales se desarrolla este concepto, sino que da cabida al dialogismo entre diferentes tipos de textos. Textos de diferentes géneros y estructurados para diferentes medios. Por ejemplo, una película puede referirse a una novela; una novela a una serie televisiva; una serie a una pintura y así sucesivamente. Así, aunque el concepto de intertextualidad se ha desarrollado a través de estudios literarios, también está presente en otra clase de textos: pictóricos, musicales, cinematográficos, publicitarios, televisivos, etc.

Las relaciones intertextuales en la televisión han sido mínimamente abordadas. Por ello, inicialmente es necesario remitirnos a las tipologías desarrolladas desde la cinematografía. El modelo de Robert Stam, Robert Burgoyne y Sandy Flitterman-Lewis recoge las cinco relaciones transtextuales propuestas por Genette y añade cinco nuevas categorías intertextuales, afirmando que su alta sugestividad “le tientan a uno a acuñar términos adicionales dentro del mismo paradigma” (Stam, Burgoyne y Flitterman-Lewis, 1999 [1992]: 236). Las categorías introducidas por los tres autores son las siguientes:

- La intertextualidad de celebridades: aquellas escenas en que la aparición de una celebridad, tanto del mundo del espectáculo como de cualquier otro ámbito social, recuerda un género, formato o un ambiente cultural.

129 Ver Eco, 1996 [1994].

- La intertextualidad genética: al igual que la anterior, intenta evocar una situación o el recuerdo de una celebridad pero esta vez a través de su hijo/a.
- La intratextualidad: también conocida como autorreferencialidad, indica los procesos o textos mismos que se refieren o señala a sí mismos mediante “estructuras especulares, microcósmicas, y mise-en-abyme” (Stam, Burgoyne y Flitterman-Lewis, 1999 [1992]: 236).
- La autocita: se refiere a la cita a cargo de un mismo autor, por ejemplo cuando un autor cita una película suya dentro de otra.
- La intertextualidad falsa: que supone el uso falseado de procedimientos discursivos establecidos, como por ejemplo, la imitación de un noticiario real, para dar credibilidad a una parodia que viene a continuación.¹³⁰

Por su parte, Eco también propone una relación de fórmulas a través de las cuales se manifiesta el dialogismo, como él mismo prefiere seguir llamando a la intertextualidad. Su clasificación abarca todo el ámbito de las comunicaciones de masa, sin embargo todos los ejemplos que introduce pertenecen al universo cinematográfico. El semiólogo italiano diferencia entre la cita estilística, la cita irónica del topos, encasillamiento de género y la obra que habla de sí misma. La primera de ellas se presenta cuando “un texto cita, de forma más o menos explícita, un ritmo, un episodio, un modo de narrar que imita” (Eco, 1988 [1985]: 140-1). Cuando la cita es imperceptible por el lector o ha sido incluida por el autor del texto de manera inconsciente, estamos ante el normal proceso de la creación artística: resonancia de los maestros. Pero cuando dicha cita no debe ser reconocida por el lector, pero el autor es consciente de ella, nos encontramos ante un típico caso de plagio. El último caso del uso de la cita, según Eco, lo encontramos cuando ésta es consciente por parte del autor y explícita para el usuario.

Estamos entonces próximos a la parodia o al homenaje o, como sucede en la literatura y el arte posmodernos, al juego irónico sobre la intertextualidad (novela sobre la novela y sobre las técnicas narrativas, poesía sobre la poesía, arte sobre el arte) (Eco, 1988 [1985]: 141).

En algunos casos, el público cree detectar citas o alusiones y hace conexiones entre un texto y otro sin que el autor de dicho texto así lo hubiese planeado. En estos casos no estamos frente a una cita o alusión intencional, sino a una asociación accidental. A dichas asociaciones accidentales se refiere Eco al advertir:

[C]uando un texto desencadena la mecánica de la ironía intertextual, debe esperarse que no produzca solo las remisiones que el autor preveía, visto que la posibilidad de que se produzca la doble lectura depende de la amplitud de la enciclopedia textual del lector, y esta amplitud puede variar según los casos (2005 [2002]): 239.

Irwin y Lombardo, refiriéndose a *The Simpsons*, señalan que “no hay nada malo en

¹³⁰ A pesar de estar incluida en el listado de categorías intertextuales, la intertextualidad falsa no establece una relación intertextual real sino que crea una referencia pseudointertextual.

advertir estos elementos mientras no se atribuyan de manera incorrecta a las intenciones del guión” (Irwin y Lombardo, 2009 [2001]: 119) y que para evitar esta clase de equívocos es preciso tener en cuenta el contexto de la alusión y la fecha de producción de la obra (en este caso, del episodio).

Ahora bien, volviendo a la clasificación desarrollada por Eco, el semiólogo italiano señala que la *cita irónica del topos* se refiere a las que representan elementos muy particulares y definitorios de un topos y que, por supuesto, requieren que el espectador conozca esos “lugares originales” para poder disfrutarla. Este tipo de cita siempre intenta conseguir un efecto crítico colateral:

al advertir la cita, el espectador es inducido a reflexionar irónicamente sobre el carácter tópico del acontecimiento citado y a reconocer el juego al que se lo ha invitado como un juego de destrucción de la enciclopedia (Eco, 1988 [1985]: 142).

El *encasillamiento de género* consiste en crear una obra sobre la preparación de otra obra. El ejemplo típico son los musicales que tratan de cómo se prepara un musical en Broadway. Remitiéndonos a la propuesta de Genette, podríamos calificar dicha estrategia intertextual como hipertexto. Sin embargo, Eco, al referirse a las relaciones entre los textos de forma general, la sitúa junto al resto de manifestaciones de dialogismo intertextual. Por último, tenemos la *obra que habla de sí misma*, una forma de autorreferencialidad o intratextualidad, ya que se trata de una obra que se refiere a su estructura y al modo en que está hecha, más no al género al que pertenece.

Además de las manifestaciones clasificadas por Eco y por Stam, Burgoyne y Flitterman-Lewis, la intertextualidad en los medios audiovisuales también opera a otros niveles y se manifiesta en muchas más formas. Entre cada una de las estrategias intertextuales expuestas por Genette, se pueden distinguir unas sub-formas específicas para el caso de la televisión. En forma de cita encontramos la repetición literal de una frase de otra serie o texto original; la inserción de fragmentos completos de otros textos; la mención dentro de un diálogo del nombre de otro texto (película, serie, etc.) o de uno de sus personajes; la inclusión de títulos en las marquesinas de los cines, pósteres y otros elementos del decorado; la introducción de un personaje de otro texto, entre muchas otras.

Por otra parte, en forma de alusión encontramos la imitación directa de modelos cinematográficos, televisivos, literarios, etc.; la introducción de un actor o actriz de otra serie, o de cualquier miembro de su equipo; la imitación de una escena concreta como contexto ficcional de las acciones o de las situaciones en las que está inmerso el personaje (planteando así una analogía entre las acciones del personaje y la acción a la que remite la cita del intertexto), etc. Incluso, algunos movimientos de cámara específicos han llegado a generar sus propios intertextos.

En televisión, cada manifestación de la intertextualidad también se puede clasificar en función del tipo de texto al que hace referencia; de si está incluido dentro del medio televisivo o si pertenece a otra categoría (literatura, cinematografía, teatro, etc.) Si hace

parte del medio televisivo, es posible clasificar la relación intertextual en referencia a: los géneros de ficción (drama, policiaco o acción, comedia, etc.), los informativos y la publicidad televisiva.

Ahora bien, más allá de las formas en que se manifiesta la intertextualidad, su uso en la comedia animada para adultos no es gratuito. Mijail Iampolski, refiriéndose a la relación entre la intertextualidad y el cine, define la cita como “un fragmento de texto que perturba el desarrollo lineal de este último y que recibe fuera del texto una motivación que lo integra en él” (Iampolski, 1996: 10). Lo anterior quiere decir entonces que las citas no son arbitrarias o caprichosas, sino que al interrumpir el discurso aportan elementos imprescindibles en la interpretación del texto. Y es que, así como la cita, el resto de formas de intertextualidad no están insertas en vano, sino que cumplen unas funciones dentro del texto.

La intertextualidad, en relación al subgénero de la comedia animada, puede emplearse para diferentes propósitos. En primer lugar, tiene una función práctica: hacer reír. Al introducir elementos de otros textos dentro de su propia historia, la serie consigue un efecto cómico gracias al extrañamiento que provoca el cambio de contexto. En segundo lugar, la intertextualidad indica la tradición en la que se encuadra el texto, al mismo tiempo que recuerda todo el desarrollo que ha tenido la televisión y la animación hasta nuestros días. Este punto tiene gran importancia porque, cuando el propio texto señala su tradición, apunta las bases de un género y permite al lector reconocer inmediatamente cuáles son las condiciones de la lectura que está haciendo o a punto de hacer¹³¹. Por ejemplo, en “Marge vs. the Monorail” (T4.E12), episodio de *The Simpsons*, justo después de la secuencia de créditos iniciales, Homer aparece durmiendo en su puesto de trabajo y de fondo se escucha el tema musical de *The Flintstones*. De repente, suena una campaña que anuncia el final de la jornada, de la misma manera que en el inicio de la serie original, y Homer grita “Yabba-dabba-doo!”, igual que Fred Flintstone. Acto seguido, Homer se desliza por un tubo imitando a Fred (**Figura 1**) y va a parar justo al interior de su coche.



Figura 1

¹³¹ Para un análisis más puntual sobre las condiciones que el texto impone al lector, ver el apartado “Ventajas de la animación” (Capítulo 2).

Homer enciende el coche y, con la melodía de *The Flintstones* aún de fondo, empieza a cantar. No obstante, no canta la letra original de la canción¹³² sino que dice: “Simpson, Homer Simpson, he’s the greatest guy in history. From the town of Springfield, he’s about to hit a chestnut tree”. Inmediatamente vemos como el coche de Homer, en efecto, se estrella contra un castaño. La recreación de los títulos de crédito iniciales de *The Flintstones* no es solo una alusión a otra comedia animada, sino una referencia histórica a la animación televisiva, ya que dicha serie fue la primera comedia animada de prime time y, de esta manera, el principal predecesor del texto que nos disponemos a ver.

En tercer lugar, la intertextualidad y las referencias a eventos ocurridos en la misma serie (autorreferencialidad, autocita o intratextualidad) tienen como objetivo cultivar la intimidad con la audiencia y forjar una comunidad; pero en ningún caso poseen una voluntad de exclusión o intentan promover un elitismo cultural. En series como *The Simpsons*, el uso de las alusiones es estético pero no disruptivo: aumenta el disfrute de quienes las detectan, pero no entorpece la diversión de aquella parte del público para el que pasan desapercibidas (Irwin y Lombardo, 2009 [2001]). En cuarto y último lugar, la intertextualidad, de la mano de la parodia, tal como se explicará en el siguiente apartado, funciona como herramienta crítica de las comedias animadas.

3.2. Crítica en el uso de la intertextualidad: la parodia

El concepto de parodia deviene especialmente importante en relación a la intertextualidad. Iuri Nicolaievitch Tyniánov, una de las fuentes fundamentales en el desarrollo de la propuesta de la intertextualidad junto a Bajtín, abordó precisamente el problema del intertexto a través del estudio de la parodia. Tyniánov, al igual que Bajtín, veía en la parodia “un principio fundamental de la renovación de los sistemas artísticos, basado en la transformación de textos precedentes” (Iampolski, 1996: 10). Según su definición de parodia, ésta se presenta como un texto con dos planos en el que «se transparenta» el texto anterior. Entre estos dos planos es obligatoria la carencia de concordancia y la existencia de un desfase, de manera que “la parodia de una tragedia será una comedia, y la parodia de una comedia será una tragedia” (Iampolski, 1996: 11).

Ahora bien, Genette no clasifica la parodia junto a las demás formas de intertextualidad, sino que la presenta como un género de las relaciones hipertextuales. Entre las relaciones transtextuales establecidas por Genette, señaladas al inicio del presente capítulo, encontramos no solo la intertextualidad, sino también la hipertextualidad. Dicha relación, a la que Genette dedica toda su obra *Palimpsestos*, es definida como “toda relación que relaciona un texto B (que llamaré *hipertexto*) a un texto A (al que llamaré *hipotexto*) en el que se inserta de una manera que no es la del comentario” (Genette, 1989 [1982]: 14). Para explicarlo de forma más clara propone tomar la noción general de «texto en segundo grado» o «texto derivado de otro texto preexistente».

132 La letra original decía: “Flintstones... Meet the Flintstones, they’re a modern stoneage family. From the town of Bedrock, they’re a page right out of history”.

En principio, dentro de la propuesta de Genette, la hipertextualidad se diferencia de la intertextualidad al transformar o imitar todo un texto, incluso un género, y no limitarse a la cita, plagio o alusión. Pero esto no quiere decir que una y otra coexistan por separado. Ninguna de las cinco relaciones transtextuales que define Genette son exclusivas o permanecen aisladas unas de las otras; al contrario se entrelazan y mantienen relaciones recíprocas entre ellas. Las dos que ocupan en este momento nuestra atención se encuentran inevitablemente: el hipertexto siempre necesita del apoyo del intertexto en forma de alusiones textuales. Por ejemplo, una de las características de la parodia es precisamente la similitud con su referente, que solo aparece en la medida en que el texto parodiado reproduce elementos definitorios del texto original de cualquier forma intertextual: cita, alusión o plagio. Así, cuando Genette habla de una hipertextualidad específica o puntual se está refiriendo realmente a la intertextualidad, como él mismo declara: “dejando, pues, de lado toda hipertextualidad puntual y/o facultativa (que, en mi opinión, se trata más bien de intertextualidad) nos queda todavía suficiente infinito que cortar” (Genette, 1989 [1982]: 20).

Según Genette, el vocablo *parodia* remite a las diversas fórmulas hipertextuales que, en todos los casos, producen un efecto cómico, es decir, la deformación lúdica, la transposición burlesca de un texto y la imitación satírica de un estilo. Por ello, propone una nueva clasificación y, al mismo tiempo, una nueva terminología para las manifestaciones textuales de la hipertextualidad. Define cuatro géneros: la *parodia estricta*, el *travestimiento*, la *imitación satírica* y el *pastiche*.¹³³

La *parodia estricta* (deformación lúdica) queda limitada a la “desviación del texto por medio de un mínimo de transformación” (Genette, 1989 [1982]: 37), que consigue un efecto cómico gracias a que la “letra se ve ingeniosamente aplicada a un objeto que la aparta de su sentido y la rebaja” (37). Es decir, que sufre unos desplazamientos semánticos de profundidad que hace que siga diciendo lo mismo, o algo similar, pero de un modo rebajado y desviado.

La *parodia* lleva a cabo una transformación semántica, de manera que modifica el tema, más no el estilo. Por el contrario, el *travestimiento* (transposición burlesca) ofrece una transposición estilística, ya que modifica el estilo, pero no el tema. El *travestimiento burlesco* “reescribe un texto noble, conservando su «acción», es decir, a la vez su contenido fundamental y su movimiento, pero imponiéndole una *elocución* muy diferente, es decir, otro «estilo»” (Genette, 1989 [1982]: 75). Así, la comicidad de esta fórmula radica en que su “contenido se ve degradado por un sistema de transposiciones estilísticas y temáticas desvalorizadoras” (37), mientras se acentúa el contenido satírico.

Por su parte, el efecto cómico en la *imitación satírica* se da porque “su manera se ve ridiculizada mediante un procedimiento de exageraciones y recargamientos estilísticos”

133 Es preciso señalar que, aunque Genette así la considere y que en este estudio pueda aparecer bajo esa denominación; la *parodia* más que un género es una práctica hipertextual ‘genérica’ que cita a otros géneros e invoca su gramática.

(Genette, 1989 [1982]: 37). La imitación satírica es de régimen estilístico, siempre lleva consigo la intención de satirizar, criticar o ridiculizar y su función dominante es la burla. El *pastiche*, el último género hipertextual, es también la imitación de un estilo, pero a diferencia de la imitación satírica, no es de carácter crítico sino lúdico y su función dominante es el puro divertimento.

En resumen, las dos primeras prácticas resultan de la transformación del texto, pero difieren en el grado de deformación; mientras que las dos últimas resultan de la imitación del estilo y difieren en el grado de intensificación estilística. A su vez, mientras el *travestimiento* y la *imitación* son satíricos, la *parodia estricta* y el *pastiche simple* son de régimen lúdico, un ejercicio ameno y sin intención agresiva o burlona.

Ahora bien, dado que la Genette afirma que es imposible imitar un texto y que solo se puede imitar un estilo, es decir, un género (Genette, 1989 [1982]: 101), no se puede hablar de parodia de género. La parodia es producto de la transformación, no de la imitación, por ello siempre se hace sobre uno o varios textos singulares, nunca sobre un género.

La noción tan extendida de «parodia de género» es una pura quimera, excepto si se entiende, explícita o implícitamente, parodia en el sentido de imitación satírica. Solo se puede parodiar textos singulares; solo se puede imitar un género (Genette, 1989 [1982]: 103).

Así, de aquí en adelante, nos referiremos indistintamente a la imitación como a la parodia, teniendo siempre en cuenta que cuando nombremos la segunda nos estaremos refiriendo en al mismo significado de la primera, es decir de la imitación satírica.

Linda Hutcheon, profesora de inglés y literatura comparada de la Universidad de Toronto y autora de *A theory of parody: the teachings of twentieth-century art forms* (1985), juzga de reduccionista la definición de parodia de Genette como “transformación mínima” y su afán de limitarla a textos cortos, como por ejemplo, los proverbios. Hutcheon, al contrario que Genette, define así la parodia: “Parody, therefore, is a form of imitation, but imitation characterized by ironic inversión” (Hutcheon, 1985: 6). De esta manera, la parodia pasa de ser transformación para ser imitación, pero una imitación desde la distancia crítica, es decir, más marcada por la oposición que por la similitud.

Parody, then, in its ironic “trans-contextualization” and inversión, is repetition with difference. A critical distance is implied between the backgrounded text being parodied and the new incorporating work, a distance usually signaled by irony. But this irony can be playful as well as belittling; it can be critically constructive as well as destructive. The pleasure of parody’s irony comes not from humor in particular but from the degree of engagement of the reader in the intertextual “bouncing” between complicity and distance (Hutcheon, 1985: 32).

Sin embargo, más allá de las diferencias, ambos autores están de acuerdo en afirmar que el vocablo *parodia* suele ser sinónimo de confusión. Hutcheon sostiene que el término suele ser confundido con la citación, la alusión, el *pastiche*, el burlesque y el *travestimiento*. Por ello, al igual que Genette, esta intelectual canadiense redefine

todos estos conceptos, pero desde los elementos que los diferencian de la parodia. De esta manera, Hutcheon señala que la citación y la alusión son estrategias textuales que no requieren de una distancia crítica irónica mientras que la parodia sí; que el pastiche debe mantenerse dentro de los márgenes de su estilo modelo, mientras que la parodia permite su adaptación, y que el burlesque y el travestimiento implican ridículo, mientras que la parodia no.

Hutcheon encuentra más compleja la confusión entre parodia y sátira, ya que la primera es “intramural”, es decir que siempre se refiere a otros textos discursivos, mientras que la segunda es “extramural”, o sea, que se puede referir a cualquier ámbito de la vida. Según Hutcheon, la confusión es producto de que la sátira emplea la parodia como principal estrategia retórica. Tanto como para propósitos expositivos como agresivos, el referente social de la sátira suele ser expresado por medio de códigos paródicos o formas artísticas paródicas, de allí la cercana interacción entre formas paródicas e intención satírica.

En su detallado estudio sobre la parodia, Hutcheon también aborda la cuestión del poder trasgresor de la parodia y señala que éste siempre está controlado.

The parodic text is granted a special licence to transgress the limits of convention, but, as in the carnival, it can do so only temporarily and only within the controlled confines authorized by the text parodied.
(Hutcheon, 1985: 75).

La parodia puede ser vista como una fuerza amenazante, incluso anárquica, que cuestiona la legitimidad de otros textos al derrocar las norma literarias; no obstante, su trasgresión está siempre autorizada, precisamente por la norma que intenta subvertir.

Even in mocking, parody reinforces; in formal terms, it inscribes the mocked conventions onto itself, thereby guaranteeing their continued existence (Hutcheon, 1985: 75).

3.2.1. Parodia audiovisual

Ahora bien, aunque Hutcheon se limite a citar ejemplos en obras canónicas y autores célebres, la parodia, tal como la intertextualidad, puede manifestarse en diferentes tipos de obras. Esta práctica también ha estado presente en gran parte de la historia del cine, en especial, gracias a directores como Mel Brooks (*The Young Frankenstein* [El joven Frankenstein, 1974], *Silent Movie* [La última locura, 1976], *High Anxiety* [1978], *History of the World. Part I* [La loca historia del Mundo, 1981], etc.), Woody Allen (*Zelig* [1983], *The Purple Rose of Cairo* [La rosa purpura del Cairo, 1985], etc.) y los hermanos Zucker junto a Jim Abrahams (*Airplane!* [Aterrizas como puedas, 1980]).

La parodia también se ha manifestado en la televisión, pero a diferencia del cine no ha sido frecuente en forma de narrativas autónomas, sino en programas de sketches, así como *Monty Python's Flying Circus* (BBC, 1969-74), *Saturday Night Live* (NBC, 1975-), *Second City TV* (Global, 1976-84) o *Not the Nine O'Clock News* (BBC 2, 1979-82). Los programas dedicados a parodiar un género o formato específico no han sido muy numerosos,

sin embargo, existen algunos ejemplos. El más destacado fue *Get Smart* (El Superagente 86, NBC, 1965-70), creada y producida por Mel Brooks. Esta serie, aunque claramente era una parodia del género cinematográfico simbolizado por James Bond, también fue una respuesta al género del espionaje en la televisión, principalmente representado por series como *Foreign Intrigue* (syndication, 1951-55), *Five Fingers* (NBC, 1959-60), *The Avengers* (ABC, 1961-69), *The Man from U.N.C.L.E.* (NBC, 1964-68) y *I Spy* (NBC, 1965-68).

No todas las parodias del género de espías tuvieron tanto éxito como *Get Smart*. Por ejemplo, *The Double Life of Henry Phylfe* (ABC, 1966) y *Mr. Terrific* (CBS, 1967) solo contaron con 17 episodios cada una. Tampoco las parodias a otros géneros tuvieron más suerte. *Batman* (ABC, 1966-68), que imitaba el universo de los superhéroes, solo tuvo altos niveles de audiencia durante su primera temporada y de *Captain Nice* (NBC, 1967), que tenía como objeto de parodia el mismo género, solo se emitieron 15 episodios. La parodia policiaca *The Partners* (NBC, 1971-72), aunque estaba protagonizada por Don Adams, el mismo actor que daba vida a Maxwell Smart de *Get Smart*, no pudo ni siquiera compararse a esta última y solo fue programada durante una temporada. Ni siquiera *When Things Were Rotten* (ABC, 1975), también creada y producida por Mel Brooks, pudo sobrevivir una temporada completa y fue emitida únicamente durante 13 semanas. Por lo visto, las parodias televisivas no eran tarea fácil y el público se cansaba de ellas rápidamente (Cascajosa, 2006:157).

A finales de los setenta, un nuevo género se apoderó de las pantallas y, por supuesto, también fue objeto de parodia: la *soap opera*. *Mary Hartman, Mary Hartman* (syndication, 1976-77), aunque se ha convertido en un referente de la televisión americana, solo se emitió por poco más de un año (entre enero de 1976 y mayo de 1977), mientras que *Soap* (ABC, 1977-81) estuvo en la parrilla de ABC durante cuatro temporadas. A diferencia de *Mary Hartman, Mary Hartman*, *Soap* no era diaria como las *soap operas*, sino semanal. Sin embargo, ambos programas tenían un formato serial y explotaban sus posibilidades paródicas exagerando los planteamientos argumentales y elementos melodramáticos de la *soap opera*, tales como la amnesia, el amor imposible, los secuestros y asesinatos, los oscuros secretos que siempre son revelados en el último minuto y los finales *deus ex machina*¹³⁴. Durante el verano de 1977, como reemplazo de *Mary Hartman, Mary Hartman*, fue presentado *Fernwood 2 Night* (syndication, 1977), desarrollada también por Norman Lear. En efecto, la serie era un spin-off de *Mary Hartman, Mary Hartman*, pero no parodiaba las *soap opera*, sino los *talk shows*.

En la década de los ochenta, otros expertos de la parodia cinematográfica se mudaron a la televisión: David y Jerry Zucker y Jim Abrahams. Tras su gran éxito con *Aterriza como puedas I y II*, lanzaron la serie *Police Squad!* (ABC, 1982), una parodia del género policiaco que no gozó, ni remotamente, del éxito que había tenido Brooks en su paso

134 Se refiere al recurso argumental mediante el cual un complicado problema es resuelto de forma repentina y abrupta con la intervención artificial e inesperada de un nuevo suceso, personaje, habilidad u objeto. Para más elementos característicos de la *soap opera* ver. Geraghty, C. (1991) *Women and Soap Opera: A Study of Prime Time Soaps*. Cambridge: Polity Press.

del cine a la televisión: solo se emitieron seis episodios. Más suerte tuvo *Sledge Hammer!* (ABC, 1986-88), una sitcom policial que parodiaba el personaje de Clint Eastwood en *Dirty Harry* (Don Siegel, 1971), que estuvo dos temporadas en antena. Aunque no pertenece a la televisión americana sino británica, es preciso mencionar también a *'Allo 'Allo!* (BBC1, 1982-92), una parodia del drama de guerra *Secret Army* (BBC, 77-79), que estuvo casi 10 años en antena y de la que se emitieron más de 80 episodios.

Una de las parodias más exitosas de los noventa fue *Married...with Children* (Fox, 1987-97), con 10 temporadas y altos niveles de audiencia. Sin embargo, no era la primera serie que parodiaba la comedia de situación. Hacia 1960, la familia idealizada de la sitcom se había convertido en un cliché y los productores estaban buscando formas de añadirle novedad a una fórmula tan desgastada, rutinaria y predecible. La audiencia había llegado a conocer a fondo todos los temas centrales y personajes típicos, tanto así que este formato ya podía ser objeto de burla, de parodia. De esta forma, se estrenaron en prime time series como *Bewitched* (ABC, 1964-72), *The Munsters* (CBS, 1964-66), *The Addams Family* (ABC, 1964-66), *Mister Ed* (CBS, 1961-66), *I Dream of Jeannie* (NBC, 1965-70) y *My Mother the Car* (NBC, 1965-66), programas que conservaban la estructura narrativa de la sitcom pero sus protagonistas eran seres extraños, monstruosos o mágicos. Este tipo de comedia, más conocido como *magicom*, se sustentaba sobre una yuxtaposición paródica entre lo sobrenatural o extraño y el *status quo* familiar de la serie televisiva de principio de los sesentas.

Más recientemente, la parodia televisiva ha resurgido con éxitos en diversos géneros gracias a series como *The Daily Show* (Comedy Central, 1996-), *Ally McBeal* (Fox, 1997-2002), *Buffy the Vampire Slayer* (WB, 1997-2003), *Angel* (WB, 1999-2004), *The Sopranos* (HBO, 1999-2007), *Malcolm in the Middle* (Fox, 2000-06), *Curb Your Enthusiasm* (HBO, 2000-), *The Office* (BBC 2, 2001-03; NBC, 2005-), *Scrubs* (NBC, 2001-10), *Flight of the Conchords* (HBO, 2007-09), entre otras.

Dado su carácter paródico, todas estas series, sea cual sea el género del que son hipertexto, intentan subrayar la monotonía y repetición de ese mismo género. Pero para hacerlo es necesario copiar su estructura y repetir sus elementos característicos, lo que hace que, aunque sea de forma paródica, se inscriban en el mismo género al que critican. Así, aunque la parodia intente minar el *status quo* televisivo, lo hace ajustándose a éste, lo que confirma las sentencias de Hutcheon sobre el carácter ambivalente de la parodia: subversiva pero conservadora. Gracias a ello, aunque cada día se produzcan más y más parodias de géneros, éstos no mueren irremediabilmente: ni *Married... with Children* (Fox, 1987-97) acabó con la sitcom, ni *Get Smart* (NBC, 1965-70) con el espionaje.

El gran poder de la parodia le permite utilizar la intertextualidad como una herramienta para invadir los géneros, criticarlos desde dentro y cuestionar las estrategias narrativas sobre las que se sustentan. Sin embargo, esto no quiere decir que la parodia sea siempre un signo del declive o futura desaparición de un género. Por el contrario, la parodia también puede funcionar como homenaje y reelaborar un texto o una forma narrativa apreciada y reconocida, concentrándose en lo cómico más que lo irónico.

A diferencia de la parodia del arte, la parodia popular no es ante todo crítica hacia los textos que convierte en objetos, al menos no en el sentido de «interrogar» sus precedentes. La estrategia paródica del arte popular es homenaje antes que crítica. Sin duda, dichas parodias pueden satirizar o ridiculizar el texto parodiado, pero cuando hay sátira, suele basarse en referencias extrínsecas antes que intrínsecas (Knight, 2009 [2008]: 150).

3.2.2. Fórmulas paródicas

La parodia ha sido estudiada con especial atención en el texto cinematográfico por Dan Harries en su libro *Film Parody* (2000). El autor británico señala que la parodia cinematográfica ha dejado de ser un anti-canon para convertirse en “canon”, es decir, que ha alcanzado un periodo de normalización y estandarización. Según Harries, dicha estandarización del discurso ha sido consecuencia del uso sistemático de seis métodos primarios: la reiteración, la inversión, la direccionalidad errónea, la literación, la inclusión de elementos extraños y la exageración. Estas seis estrategias, como veremos a continuación, son perfectamente aplicables a otros textos audiovisuales paródicos, entre ellos, la sitcom animada como hipotexto de la comedia de situación tradicional.

El primero de los seis métodos introducidos por Harries, la reiteración, se refiere al uso, evocación o citación de elementos y estructuras características del texto parodiado que marcan la semejanza sobre la que se establecerá la analogía entre los dos textos. Para cumplir su función, es decir, para ser reconocido como parodia de un texto anterior, se debe utilizar un número suficiente de elementos definitorios para así plantear una relación inicial de similitud entre ambos, tal como vimos antes con la relación entre intertextualidad e hipertextualidad. Así, aunque *The Simpsons*, *Family Guy*, *American Dad!* y *The Cleveland Show* deconstruyan el formato sitcom, son en sí mismas sitcoms; puesto que, para criticar algunos de sus elementos, deben apropiarse de otros.¹³⁵

La inversión, como su nombre claramente indica, señala la modificación de un elemento lexical, sintáctico o estilístico para que connote exactamente lo opuesto que en su referente original (Harries, 2000:37). Por ejemplo, la figura paterna en *The Simpsons*, es decir, Homer, está lejos de ser un padre modelo típico de la sitcom, como Ward Cleaver de *Leave it to Beaver* (ABC, 1957-63) o Heathcliff “Cliff” Huxtable de *The Cosby Show* (NBC, 1984-92). En realidad, es más bien el “villano” y quien suele conducir a la familia a situaciones extremas y peligrosas. Otro “villano” es Stewie Griffin, de *Family Guy*, que tan solo tiene un año y debería representar el rol del bebé de la familia. El tercer método, la direccionalidad errónea, se sustenta tanto sobre la reiteración como la transformación. En primera instancia, reproduce un elemento lexical, una estructura narrativa o un rasgo estilísticos del texto original, pero solo para transformarlo posteriormente. Dicha transformación crea consecuencias imprevistas por el lector, ya que en realidad no ocurre lo que éste espera (ya no se cumplen las convenciones del género o formato) sino algo totalmente diferente.

135 Las comedias animadas como parodias de la sitcom se abordan en detalle en el capítulo 4, “La comedia de situación como objeto de imitación satírica”.

La direccionalidad errónea y la incongruencia son dos estrategias cómicas recurrentes de las comedias animadas. Un ejemplo. En el episodio “Burns’ Heir” (T5.E18), de *The Simpsons*, Bart y Lisa se presentan a la audición preparada por el señor Burns para encontrar a su futuro heredero. Ninguno de los dos consigue sorprender al anciano millonario y abandonan la mansión muy desilusionados. Marge, contemplando sus tristes caritas, le insinúa a Homer que les dé un poco de ánimo y los motive. Homer, atendiendo a las sugerencias de su esposa, se coloca frente a los dos niños y les dice: “Kids, you tried your best and you failed miserably. The lesson is: never try”. Para Homer no hay ninguna contradicción, pero para los espectadores, educados en las convenciones de la sitcom y su afán de concluir con un mensaje moral de los padres; estas palabras resultan sorprendentes, a la vez que graciosas.

El cuarto método introducido por Harries, la *literación*, se refiere a la introducción de bromas, visuales o verbales, para hacer “literal” el proceso de construcción del texto. Por ejemplo, en el episodio “Moms I’d Like to Forget” (T22.E10) de *The Simpsons*, se señala la artificialidad de la musicalización en la sitcom haciendo “literal” la fuente sonora, es decir, convirtiendo un elemento extradiegético (la música) en diegético. Después del injusto encuentro deportivo entre los niños de cuarto y quinto de primaria, los profesores del colegio empiezan a rivalizar entre ellos y terminan peleándose violentamente en la sala de maestros. La música que acompaña la escena recuerda la empleada en los westerns también durante las escenas de pelea. Inicialmente el tema musical parece sonar de fondo, es decir como música extradiegética; sin embargo, durante la pelea, se amplía el plano y conseguimos ver que es el mismo Skinner, director del colegio, quien toca el piano y ameniza la contienda. Otro ejemplo, ya no en el plano estilístico sino sintáctico, toma lugar en el episodio “It’s a Trap!” (T9.E18), de *Family Guy*, en el que un adjetivo se convierte en acción al hacerse literal. Durante el camino hacia la Estrella de la Muerte, Peter dice que deberían pasar desapercibidos y da una orden al piloto de la nave: “Fly casual”. De inmediato, la nave se transforma en una especie de robot que camina de forma casual mientras silba (**Figura 2**).



Figura 2

Otra fórmula es la inclusión de elementos extraños que chocan, no corresponden o carecen de relación alguna con el léxico, la sintaxis o el estilo del referente sobre el que se construye la parodia. Por ejemplo, en el episodio “Blind Ambition” (T4.E3) de *Family Guy*, Peter le salva la vida a Horace, el propietario del bar, y es proclamado héroe local y condecorado con una medalla. En la ceremonia de entrega de la medalla, Peter camina hasta el estrado, donde recibirá el premio, acompañado de Chewbacca, personaje de la saga *Star Wars*. Y una vez lo recibe, intercambia miradas de felicitación con C-3PO y R2-D2, también personajes de *Star Wars*.

El sexto y último procedimiento es la *exageración*, fórmula en la que los elementos tanto léxicos como sintácticos y estilísticos son llevados más allá de sus límites convencionales. Esta fórmula es muy fácil de aplicar en las comedias animadas, ya que la animación no tiene límites y permite exagerarlo todo, desde las tramas hasta los mismos personajes.¹³⁶

3.3. Teoría de la reflexividad

La parodia tiene la capacidad de entablar una relación de similitud-diferencia con el texto que toma como referente, así como la habilidad para poner en evidencia la gramática del género o formato al cual dicho texto pertenece. No obstante, Neale y Krutnik también destacan su destreza para referirse, no solo a los otros textos, sino también a ella misma como producto textual y cultural, insistiendo de esta forma en su autorreflexividad.

If comedy in general, and the Hollywood cartoon in particular, can stretch the rules of narrative motivation to the point of impossibility, and if, through parody, it can transgress and thus highlight the conventions of a particular film, genre, mode, or type of discourse, it can, in doing so, highlight its own fictional, conventional, and artificial status. In doing this, it can provide both isolated and systematic examples of ‘self-awareness’ and ‘self-reflection’, of what Russian Formalists called ostranenie – estrangement, foregrounding, the exposure of the poetics or aesthetic device. (Neale y Krutnik, 1990: 90).

El término reflexividad, procedente de la filosofía y la psicología, se emplea para hacer referencia a “la capacidad de la mente para ser al tiempo sujeto y objeto de ella misma dentro del proceso cognitivo” (Stam, Burgoyne y Flitterman-Lewis, 1999 [1992]: 228); sin embargo, también se ha extendido dentro del ámbito de las artes. La introducción del concepto en el arte fue inaugurada por el teatro brechtiano, que proponía que el arte debía “revelar los principios de su propia construcción, para evitar la «estafa» de sugerir que los hechos ficticios no era «creados», sino que simplemente «sucédían»” (Stam, Burgoyne y Flitterman-Lewis, 1999 [1992]: 228). De esta forma, el concepto de reflexividad, en su traspaso al universo de las artes, pasó a evocar “la capacidad de autorreflexión de un medio o lenguaje”. Así, una obra es reflexiva en la medida en que llama la atención sobre sí misma, recordándole al espectador su textualidad y su estatus como construcción mediática.¹³⁷

136 Ver el apartado “Ventajas de la animación” (Capítulo 2).

137 Ver Pearson y Simpson, 2001.

A parte del vocablo *reflexividad*, en la esfera artística encontramos muchos otros términos que denominan prácticas reflexivas. Por ejemplo, el de *relato narcisista*, de Linda Hutcheon, que designa la autoconsciencia textual. El adjetivo *narcisista*, según la misma Hutcheon, no es empleado de forma peyorativa sino descriptiva, para aquellos textos que hablan sobre sí mismo. “Overtly narcissistic texts reveal their self-awareness in explicit thematizations or allegorizations of their diegetic or linguistic identity within the texts themselves” (Hutcheon, 1980: 7).

Hutcheon, sin embargo, también se remite al concepto mismo de *reflexividad*. Refiriéndose a la parodia, la autora asegura que ésta es una de las principales formas modernas de autorreflexividad, es decir, aquellas con las que el arte revela ser consciente de sí mismo y de la importancia de las circunstancias que lo rodean para su proceso de significación (Hutcheon, 1985:85).

Otro vocablo también equiparable al de *reflexividad* es el de *ficción autoconsciente* de Robert Alter, que designa la ficción que exhibe su condición de artefacto.

A self-conscious novel, briefly, is a novel that systematically flaunts its own condition of artifice and that by so doing probes into the problematic relationship between real-seeming artifice and reality (Alter, 1975: X).

Muy similar a este término es el *metaficción*, definido por Patricia Waugh. La crítica literaria señala que la metaficción es la ficción sobre la misma ficción, es decir, una ficción que comenta su propia identidad lingüística y narrativa. De forma análoga a Alter, Waugh afirma:

Metafiction is a term given to fictional writing which self-consciously and systematically draws attention to its status as an artefact in order to pose question about the relationship between fiction and reality (Waugh, 1984: 2).

Autorreferencialidad, intratextualidad o autocitación también son conceptos que describen textos que se refieren a sí mismo, por tanto, también son relativos a la *reflexividad*.

Como el resto de práctica narrativas, la reflexividad no se limita al arte escrito, sino también audiovisual. En el caso de la cinematografía:

La reflexividad filmica alude al proceso en virtud del cual las películas centran su discurso en su propia producción (La noche americana [La Nuit Américaine, 1973] de Truffaut, por ejemplo), su autoría (Fellini 8½ [Otto e Mezzo, 1963], de Fellini), sus procedimientos textuales (los filmes de vanguardia de Hollis Frampton o Michael Snow), sus influencias intertextuales (los filmes paródicos de Mel Brooks) o su recepción (El moderno Sherlock Holmes [Sherlock Jr., 1942], La rosa púrpura del Cairo [The Purple Rose of Cairo, 1985]). Al poner el énfasis en la mediación filmica, las películas reflexivas subvierten la idea comúnmente aceptada de que el arte puede ser un medio de comunicación transparente, una ventana abierta al mundo, un espejo al margen del camino (Stam, 2001 [2000]: 182).

Chuck Kleinhans y Dana Polan también han analizado la *reflexividad* en el ámbito cinematográfico. Kleinhans señala que las películas autorreflexivas comentan su propia naturaleza como film, exploran las características del medio (edición, iluminación, patrones, etc.), cuestionan su propia forma fílmica y así producen conocimiento sobre ellas mismas. En contraste al cine convencional, que invita a la participación empática, estas películas reclaman al espectador una activa reacción intelectual (Kleinhans, 1974).

Por su parte, Dana Polan, en “A brechtian cinema? Toward a politics of self-reflexive film”, define la actitud reflexiva como “a distance in which the work turns in on itself and speaks about its own artistic conventions and presuppositions” (Polan, 1985: 662) y sugiere que éste es, precisamente, el tema de *Duck Amuck* (Chuck Jones, 1953), una producción de Warner Bros. En el corto de siete minutos, Daffy Duck es torturado por su propio animador (es cambiado constantemente de escenario, borrado, vuelto a dibujar, dejado sin voz, etc.), quien, al final de la historia, resulta ser Bugs Bunny. De esta manera, *Duck Amuck* se refiere a la naturaleza misma de su formato, la animación, y las posibilidades experimentales y reflexivas que ésta ofrece.

Otros autores, como Terrance R. Lindvall y J. Matthew Melton, también abordan la reflexividad desde el dibujo animado. Estos dos autores señalan que las películas animadas manifiestan su autorreflexividad de tres formas distintas: uno, revelando su propia textualidad; dos, hablándole directamente a la audiencia, y tres, reflejando su relación con su creador.

En primer lugar, la textualidad de los propios dibujos animados se exhibe también de tres maneras: exponiendo y comentando el proceso de producción cinematográfico, aludiendo a otros textos y contextos del mismo medio y desvelando su naturaleza plástica y los materiales con los que es creada.

En segundo lugar, aunque la mayoría de producciones animadas reafirman la construcción narrativa clásica, algunos dibujos infringen los códigos de una narración hermética y se dirigen directamente a la audiencia. Personajes clásicos como Bugs Bunny y Droopy se caracterizaron por ‘romper la cuarta pared’¹³⁸. Esta estrategia puede utilizarse para lograr un efecto cómico, ya que el inesperado rompimiento de una convención como ésta suele sorprender a la audiencia y hacerla reír, pero su principal función es hacer referencia a la obra misma. Por ejemplo, en *The George Burns & Gracie Allen Show* (CBS, 1950-58), el programa que inauguró esta técnica en televisión, Burns aparecía comentando el “carácter formulaico” (Álvarez Berciano,

138 La expresión ‘romper la cuarta pared’ o ‘*breaking the fourth wall*’ se emplea para señalar que, efectivamente, se rompe o derrumba el muro imaginario e invisible, a través del cual la audiencia puede ver la acción en el mundo de una obra. La forma más común de romper o traspasar esa pared es que un personaje, siendo consciente de la existencia del público, se dirija directamente a éste. Sin embargo, un efecto similar puede conseguirse por medio de un diálogo que incluya indirectamente a la audiencia o que los personajes interactúen con objetos que están fuera del contexto del relato o la escena. Este término proviene del teatro, en el que, por primera vez, el convencional escenario de tres paredes dio lugar a una cuarta, asumida por ambas partes (actores y público), pero físicamente inexistente.

1999: 52) del serial doméstico, su producción, la actuación de su compañera e incluso, la publicidad. En general, las producciones de Warner Bro. también se caracterizaron por contener un autocomentario, principalmente sobre su técnica, la animación. En *A Feud There Was* (1938), por ejemplo, Egghead mira a la cámara y dice: “In these here cartoon pictures, a fellow can do about anything” (Adamson, 1975: 211 y Schneider, 1988: 48), comentando así su estatus como personaje animado. Otros productos televisivos como el programa de sketches *Monty Python’s Flying Circus* (BBC1, 1969-74), la serie *Moonlighting* (ABC, 1985-89) y la comedia animada *Family Guy* también han destacado por el uso de esta práctica como herramienta para comentarse a sí mismos, es decir, como instrumento de autorreflexividad.¹³⁹

En tercer y último lugar, la reflexividad se manifiesta en los dibujos animados cuando los personajes entran en contacto con su creador, ya sea porque el personaje abandona su ‘universo animado’ y aparece junto a su dibujante en otro escenario; el creador es introducido en el dibujo animado; la historia del corto se refiere al mismo animador o porque el personaje se dirige directamente a su creador. De cualquiera forma, esta práctica permite al animador convertirse en agente deconstructivo de su propio artificio y entrar en contacto directo con los usuarios de su obra. Según Paul Wells (Wells, 2002a:91), la inclusión de referencias a la cultura popular en los dibujos animados, el vehículo que asegura la identificación de este formato con la audiencia adulta, fue precedida precisamente por la tendencia de los dibujos animados de la Warner Bros., durante las décadas de los treinta y los cuarenta, a introducir parodias sobre sus propios creadores, otra forma de que los propios personajes entren en contacto con su dibujante.

Además de estas tres fórmulas expuestas por Lindvall y Melton, las comedias animadas de *prime time* se presentan como obras autorreflexivas a través de la incorporación de comentarios sobre sus propias estructuras narrativas y fórmulas cómicas. Por ejemplo, en el episodio “The Principal and the Pauper” (T9.E2), de *The Simpsons*, descubrimos que el director de la escuela local, Seymour Skinner, no es quien dice ser. Su verdadero nombre es Armin Tamzarian y robó la identidad de Skinner, a quien conoció mientras servía en la Guerra de Vietnam, en un acto de compasión: Tamzarian es enviado a casa de la madre de Skinner para notificarle que su hijo ha muerto en combate; sin embargo, ella lo confunde con su hijo y Tamzarian, para ahorrarle el sufrimiento, no la corrige en su error. Sin embargo, Skinner no muere en la guerra y reaparece muchos años después en Springfield, donde consigue ser odiado por todo el pueblo y finalmente expulsado. En la última escena del episodio, el juez del pueblo le devuelve

139 Muchos otros programas han empleado la técnica de ‘romper la cuarta pared’, aunque no con propósitos autorreflexivos. Por ejemplo Christopher Titus, protagonista de *Titus* (Fox, 2000-02), solía dirigirse a la audiencia para contextualizar los hechos que la serie narraba, así como ya habían hecho antes de por otras series como *Clarissa Explains It All* (Nickelodeon, 1991-94), *Saved By The Bell* (NBC, 1989-93) y *The Many Loves of Dobie Gillis* (CBS, 1956-63). Otra razón por la que los personajes decidían traspasar la cuarta pared era para buscar consejo o apoyo en la audiencia, como sucedía en las series *Magnum, P.I.* (CBS, 1980-88), *The Fresh Prince of Bel-Air* (NBC, 1990-96), *Malcolm in the Middle* (Fox, 2000-06), *Ned’s Declassified School Survival Guide* (Nickelodeon, 2004 -07), *Drake & Josh* (Nickelodeon, 2004-07), entre otras.

a Armin Tamzarian no solo el nombre de Skinner, sino también su vida e historia personal:

Juez Schnider: By authority of the City of Springfield, I hereby confer upon you the name of Seymour Skinner, as well as his past, present, future, and Mother.

Director Skinner (antes Armin Tamzarian): Okay.

Juez Schnider: And I further decree that everything will be just like it was before all this happened! And no one will ever mention it again... under penalty of torture.

Con esta última frase, la serie se mofa de la estructura narrativa de la sitcom, en la que cada episodio siempre debe terminar exactamente donde comenzó y el conflicto narrativo no conduce a una situación distinta a la de apertura. Aunque sea por que un juez lo ordene bajo pena de tortura.

Por otro lado, las fórmulas cómicas son parodiadas de la misma manera. *Family Guy*, por ejemplo, se ha caracterizado por un empleo casi exagerado de las referencias culturales como estrategia humorística, lo que ya ha pasado a ser objeto de parodia. En el episodio “One If by Clam, Two If by Sea” (T3.E4), Lois le dice a Peter que todos los británicos son encantadores y él le responde que eso mismo decían de Benjamin Disraeli. La escena se corta y aparece, en versión animada, Benjamin Disraeli, ex primer ministro británico y figura literaria, diciendo: “You don’t even know who I am”, haciendo referencia al uso desenfrenado de las referencias culturales y a la gran cantidad de información que cada episodio proporciona. Como hemos podido ver, los textos animados emplean una larga lista de mecanismos autorreferenciales; sin embargo, todos tienen un objetivo común: intentar renovar y expandir los límites del formato al cual pertenece, al revelar a la audiencia sus propias convenciones.

3.3.1. *Mise en abyme* y la ‘obra dentro de la obra’

Lucien Dällenbach dedica su libro *El relato especular* a un concepto muy cercano al de reflexividad: la *mise en abyme*, un término introducido originalmente por André Gide en su obra *Journal 1889-1939*, que viene a designar la ‘obra dentro de la obra’¹⁴⁰. De forma general, Dällenbach define la *mise en abyme* como un “órgano por el que la obra se vuelve sobre sí misma”, que tiene como propiedad esencial “resaltar la inteligibilidad y la estructura formal de la obra” (Dällenbach, 1991 [1977]: 15).

Por su parte, en la obra de Genette, la estructura *en abyme*, como el autor francés la denomina, se halla entre los diferentes tipos de relaciones que pueden unir el relato metadieético, o de segundo grado, al relato primero en el que se inserta. Genette establece tres tipos de relación. En primer lugar, la relación directa y con función explicativa, es decir, aquella con la que el relato inserto expone los acontecimientos

140 Para entonces, Dällenbach ya había abordado superficialmente el concepto de *mise en abyme* en el artículo “Intertexte et autotexte” (1976). Ver pág. 117 (en este mismo capítulo).

que han conducido a la situación actual. En tercero, la relación indirecta y con función de distracción y/u obstrucción. Esta relación no entraña ningún vínculo explícita entre los dos niveles de la historia: “es el propio acto de narración el que desempeña una función en la diégesis, independientemente del contenido metadieético” (Genette, 1989 [1972]: 288-289). Su ejemplo literario más representativo es *Las mil y una noches*. Ahora bien, en segundo lugar se encuentra la relación puramente temática, que he retrasado, deliberadamente, hasta este punto porque es precisamente la que incluye la estructura en *abyme*. La relación temática no entraña ninguna continuidad espacio-temporal entre metadiégesis y diégesis, sino que el vínculo se establece por medio de contraste o analogía. Puntualmente, la estructura en *abyme* se inserta en el relato por medio de la analogía. “La famosa estructura en *abyme* tan apreciada por el «*nouveau roman*» del decenio de 1960, es, evidentemente, una forma extrema de esa relación de analogía, llevada hasta los límites de la identidad”(Genette, 1989 [1972]: 288).

La relación por analogía, establecida por Genette, también es determinante en la definición de *mise en abyme* de Dällenbach, pues ambos autores coinciden en que dicha figura no solo implica la imbricación de una narración dentro de otra, sino que la relación entre una y otra debe estar rigurosamente mediatizada por el relato primero. Como procedimiento de replica o espejo, la *mise en abyme* debe garantizar que el relato inserto ref exione, comente y se refiera al relato en el que está inserto. Es decir, que un obra dentro de otra obra solo es *mise en abyme* o una estructura en *abyme*, cuando la primera toma como punto de partida (ya sea por el tema general o algún elemento) la segunda.

La *mise en abyme* encuentra su principal exponente y ejemplo más famoso en la ‘obra dentro de la obra’ inserta en *Hamlet*. Sin embargo, Dällenbach señala que la *mise en abyme* “constituye una realidad estructural que no es exclusiva ni del relato literario ni de la literatura en sí” (Dällenbach, 1991 [1977]: 15-16). De esta manera, no solo existe la ‘obra dentro de la obra’ como ‘novela dentro de la novela’, sino también como la ‘pintura dentro de la pintura’ (*El matrimonio Arnolfini* [Jan van Eyck, 1434] o *Las meninas* [Velázquez, 1656]), la ‘película dentro de la película’ (*La nuit américaine* [François Truffaut, 1973] o *The french lieutenant’s woman* [Karel Reisz, 1980]) o el ‘programa de televisión dentro del programa de televisión’.

En el caso concreto de la televisión, la aparición de un programa dentro de otro puede responder a estructuras narrativas muy diversas. Sin embargo, en la mayoría de casos, el programa inserto no funciona como comentario del relato primario, es decir, del programa televisivo en el que está inserto, sino que permite ref exionar sobre el medio en general y, principalmente, sobre los géneros informativos. Así, en muchos casos, más que de un *metaprograma*, estaríamos hablando de un *programa metalingüístico*.

Por ejemplo, la aparición de los informativos “Six o’clock news” y “F.Y.I. (For Your Information)” en *The Mary Tyler Moore Show* (CBS, 1970-77) y *Murphy Brown* (CBS, 1988-98), respectivamente, venía condicionada por tratarse de la actividad laboral de sus protagonistas: Mary era la productora asociada de “Six o’clock news”, mientras que

Murphy era la presentadora de “F.Y.I.”. Ambos informativos parodiaban la estructura y la producción de este tipo de programas, pero rara vez se referían a la construcción de ambas series como comedias, género al que pertenecían.

Otros programas que giraban alrededor de la producción de otro programa eran *On the Air* (ABC, 1992), que seguía las desventuras de los empleados de ZBC, Zoblotnick Broadcasting Company, una ficticia cadena televisiva, y sus esfuerzos por sacar adelante el programa de variedades “The Lester Guy Show”; *Drop the Dead Donkey* (Channel 4, 1990-98), que tomaba lugar en las oficinas de “GlobeLink News”, una compañía de televisión dedicada a las noticias; *The Larry Sanders Show* (HBO, 1992-98) sobre el talk show del mismo nombre; *Good Morning Miami* (NBC, 2002-03) que explicaba el día a día del programa matinal menos exitoso de la ciudad de Miami; *30 Rock* (NBC, 2006-) que gira alrededor de la producción de la comedia “TGS with Tracy Jordan” y *Sonny With a Chance* (Disney Channel, 2009-11) que presenta las vidas de los jóvenes protagonistas del programa de sketches “So Random!” y el drama juvenil “MacKenzie Falls”, una parodia de *Dawson’s Creek* (The WB, 1998-2003). Incluso, hay ejemplos de programas dedicados a la realización de otros en el universo animado, como es el caso de “Coming Attractions”, un programa de reseña cinematográfica dentro de la comedia animada *The Critic* (ABC, 1994-95; Fox, 1995).

Comedias como *Full house* (ABC, 1987-95) y *Home improvement* (ABC, 1991-99), en las que la traba giraba alrededor de los Tanner y los Taylor, respectivamente, la figura del ‘programa dentro del programa’ también jugaba un rol importante, básicamente, porque el padre de familia era el presentador (Danny Tanner presentaba “Wake Up San Francisco” y Tim Taylor “Tool Time”). Otras series como *Friends* (NBC, 1994-04) y su spin-off, *Joey* (NBC, 2004-06), aunque no se construyen como un ‘programa dentro del programa’, exploran la figura del *fictional fictional character*: un tipo de personaje exclusivo de la obra reflexiva, ya que se trata de un personaje cuya existencia primaria se halla dentro de un relato, que en sí mismo, ya pertenece a otro. Tanto en *Friends* como en *Joey*, el actor Matt LeBlanc interpreta a Joey Tribbiani, un joven actor que triunfa gracias su personaje del doctor Drake Ramoray en el soap-opera “Days of our lives”. De esta manera, Drake Ramoray se convertía en un *fictional fictional character*, ya que “Days of our lives” solo existía dentro del mundo de *Friends* (y posteriormente de *Joey*) que, a su vez, ya era mundo ficticio, una serie de televisión. Esta misma figura la explora la comedia animada *Sammy*. La serie está protagonizada por Jamie, el exitoso actor principal de la comedia “Hey Rebeca”, una serie dentro de la serie sobre un chico que aparenta ser homosexual para poder compartir un piso en Manhattan con una supermodelo, una clara reminiscencia de *Three’s Company* (ABC, 1977-84).

El programa dentro del programa también puede ser introducido como forma de entretenimiento de uno de los personajes. Por ejemplo, el programa de televisión favorito de Al Bundy, protagonista de *Married... with Children* (Fox, 1987-97), era el

programa dentro del programa “Psyco Dad”¹⁴¹; los prisioneros de Oz (HBO, 1997-03) solían aparecer viendo un programa ficticio llamado “Miss Sally’s Schoolyard” y Hurley, de Lost (ABC, 2004-2010), era fan de “Exposé”, otra serie ficticia protagonizada por Nikki, otro de los supervivientes de Lost. En el contexto animado, Daria, protagonista de la serie del mismo nombre, no dejaba pasar ningún episodio del programa dentro del programa “Sick Sad World” y Bender, de Futurama (Fox, 1999-03; Comedy Central, 2008-), era el fan número uno de “All my circuits”, una *soap opera* protagonizada por robots como él.

Finalmente, aunque escasean los ejemplos, también hay algunos casos de *metaprogramas*, es decir, un programa dentro del programa que funciona como herramienta de autorreflexión, como instrumento para revisarse a sí mismo como relato de un género en particular. Entre los ejemplos más destacados, sobre todo por su alto grado de analogía, encontramos el de la *soap opera* “Invitation to Love”. Dicho programa apareció en todos los episodios de la primera temporada de *Twin Peaks* (ABC, 1990-91) y se caracterizaba por comentar los eventos que sucedían en la serie que la contenía (*Twin Peaks*) y destacar los elementos más extravagantes y melodramáticos de dicha serie. El ejemplo más evidente de analogía entre “Invitation to Love” y *Twin Peaks* fue la aparición de un gemelo idéntico en ambas historias. Poco antes de que Maddy Ferguson, la prima casi idéntica de Laura Palmer, apareciera en *Twin Peaks*, un episodio de “Invitation to Love” presentaba unas gemelas idénticas, Jade y Emerald, y evidenciaba que ambos personajes eran interpretados por la misma actriz, de la misma manera que Sheryl Lee hacía de Maddy y Laura Palmer.

Otro ejemplo de *metaprograma* es la comedia “Jerry” en *Seinfeld* (NBC, 1989-98). Tal como la serie original, “Jerry” era una serie acerca de “nada” y Jerry Seinfeld se interpretaba a sí mismo. La idea original y el desarrollo de la serie es llevado a cabo por el mismo Seinfeld, con el apoyo de su mejor amigo, George Costanza, durante la cuarta temporada de la serie. Al final de dicha temporada, un piloto de “Jerry” es emitido por la NBC, pero a diferencia de *Seinfeld*, “Jerry” no tiene éxito y es rechazada por la cadena. También, “The Valley”, el programa favorito de Summer, personaje de *The OC* (Fox, 2003-07), tiene sospechosas similitudes con la serie en la que está inserto. En general, el programa seguía un argumento muy similar al de *The O.C.*; pero las semejanzas se hacen evidentes en el episodio “The L.A.” (T1.E22), en el que los protagonistas de *The O.C.* conocen al protagonista de “The Valley”, Grady Bridges. Bridges es una parodia de Seth, protagonista de *The O.C.*, y este hecho es comentado dentro de la misma ficción. Al inicio del episodio, mientras Seth ve “The Valley”, Ryan, su mejor amigo y hermanastro, señala que el personaje de Grady se parece a Seth, pues es empollón y gracioso¹⁴². Más adelante, Seth (Adam Brody) y Summer (Rachel Bilson), su novia, descubren que los actores protagónicos de “The Valley” son

141 Ver los episodios “I Want My Psycho Dad (Part 1)” (T9.E13) y “I Want My Psycho Dad (Part 2)” (T9.E14).

142 Seth reconoce su parecido con Grady pero se queja de que éste tenga su propia serie y él no, lo que es evidentemente falso.

pareja dentro y fuera de la serie, igual que ellos mismos¹⁴³. Además, Ryan (Benjamin McKenzie) comenta sorprendido que el actor protagonista de “The Valley” tiene diez años más que su personaje, haciendo referencia al hecho de que él también superaba en casi diez años a su personaje¹⁴⁴. En el episodio “The New Kids on the Block” (T2.E3), aparece Summer viendo “The Valley”. El diálogo que se escucha de fondo reproduce palabra por palabra (solo se cambian los nombres) una escena de la primera temporada de *The O.C.* entre Luke, el novio de Marissa, y Julie, la madre de ella. En efecto, el creador de *The O.C.* afirma que todos los diálogos de “The Valley” son tomados de episodios anteriores de *The O.C.*¹⁴⁵. Por último, en el episodio final de la serie, “The End’s not Near, It’s Here” (T4.E16), Summer comenta que “The Valley” ha sido renovado para varias temporadas más y añade: “These teen dramas, they just run forever”, un comentario metagenérico con el que el personaje hace referencia a *The O.C.* y otras series del mismo tipo.

Los dibujos animados, concretamente, las comedias de *prime time*, presentan ejemplos de ‘series dentro de la serie’ con un fin reflexivo. “The Itchy and Scratchy Show” dentro de *The Simpsons* (Fox, 1989-) y “The Terrance and Phillip Show” dentro de *South Park* reflexionan sobre la característica más destacable de ambas series: su formato animado. Tanto “The Itchy and Scratchy Show” como “The Terrance and Phillip Show” comentan el papel de la animación en la televisión y se refieren a elementos y estructuras narrativas clásicas del formato. Por ejemplo, *The Simpsons*, por medio de “The Itchy and Scratchy Show”, ha explorado temas como el alto contenido de violencia que suele atribuírseles a los dibujos animados, su censura y la actitud casi paranoica de las asociaciones de padres frente a estos programas (“Itchy & Scratchy & Marge” [T2.E9] y “The Day the Violence Died” [T7.E18]), el paso de una serie de dibujos animados a la gran pantalla (“Itchy & Scratchy: The Movie” [T4.E6]), la creación de parques temáticos dedicados a personajes animados (“Itchy & Scratchy Land” [T6.E4]), la vulnerabilidad de los personajes secundarios o transitorios en los dibujos animados (“The Itchy & Scratchy & Poochie Show” [T8.E14]), entre muchos otros. Por su parte, “The Terrance and Phillip Show” fue inspirado en las numerosas quejas de la gente que afirmaban que *South Park* era realizada con técnicas de animación de baja calidad y que todos sus chistes eran sobre fatulencias. En respuesta, Matt Stone y Trey Parker, creadores de la serie, inventaron “The Terrance and Phillip Show”, que demuestra cómo sería de verdad un programa dedicado exclusivamente a las fatulencias y peor animado que *South Park*.

143 Adam Brody y Rachel Bilson mantuvieron una relación sentimental entre 2003 y 2006, años en los que protagonizaban *The O.C.*

144 En 2003, cuando inició *The O.C.*, Benjamin McKenzie tenía 25 años pero interpretaba a un chico de 17.

145 Schwartz, J. (2005) “The O.C.: Obsessed Completely - TV Special”. En *The O.C.: The Complete Second Season* [DVD]. Warner Bros. Home Video.

PARTE II.

**ANÁLISIS DE CINCO COMEDIAS ANIMADAS DE
*PRIME TIME***

4. LA COMEDIA DE SITUACIÓN COMO OBJETO DE IMITACIÓN SATÍRICA

The Simpsons, a diferencia de la mayoría de productos televisivos, ha suscitado un interés académico sorprendente y se han publicado numerosos libros sobre la serie (Irwin et al, 2009 [2001]; Pinsky, 2010 [2001]; Halpern, 2007; Alberti, 2004; Kelowitz, 2003 y 2006; Brown, 2006; Delaney (2008); Waltone y Du Vernay (2010); entre otros). Sin embargo, muy poco se ha dicho sobre la serie como *sitcom* (Gray, 2006 y Turner, 2004). De la misma manera, las únicas dos publicaciones dedicadas a las comedias animadas en general (Stabile y Harrison, 2003 y Booker, 2006) destacan el componente animado de las series, mientras dejan de lado su estructura narrativa y sus características como comedia, en general, y comedia de situación, en particular. Tal y como afirma Mills, es como si el hecho de ser animadas no les permitiera ser también una *sitcom*:

It's as if the very fact of these series being animated override the way in which they rely on sitcom; in doing so, such analysis reiterates the idea that whenever sitcom does anything beyond the 'coherent' and 'stable' definition applied to it, it becomes something else (Mills, 2009: 31).

Muy a pesar de que haya quienes no consideren a *The Simpsons*, así como al resto de comedias que conforman la muestra (*King of the Hill*, *Family Guy*, *American Dad!* y *The Cleveland Show*), producciones pertenecientes al formato *sitcom*, simplemente por su representación estética, estas series adoptan numerosos aspectos estructurales y narrativos de dicho formato, tal y como afirma Wells:

The Simpsons is merely a variant on the American sit-com tradition, including the dominant stereotype of the white, blue-collar buffoon, and the resolution of dysfunctional aspects of family life, but its very status as an animation as an audience to re-perceive supposedly everyday issues, themes and knowledge (Wells, 2002a: 6)

No obstante, también es cierto que *The Simpsons*, *King of the Hill*, *Family Guy*, *American Dad!* y *The Cleveland Show* ignoran o tergiversan algunos de los elementos defnitorios de la comedia de situación. Esto se debe al hecho de que dichas series animadas son *sitcoms*, pero también parodias de la *sitcom*. Y como parodias, adoptan la estructura del texto que les da origen y, al mismo tiempo, lo convierten en blanco de todas sus bromas.

4.1. Modelo narrativo de la *sitcom*

Las cinco comedias animadas que conforman la muestra de la presente investigación, al igual que el resto de *sitcoms*, están compuestas por episodios semanales, con una duración aproximada de 23 minutos. Son series “de segundo nivel dentro de la narrativa” (Marín, 2004: 12); o sea, que cada emisión es una historia autónoma y autoconclusiva, en la que un grupo de personajes fijos se ve envuelto en una situación divertida o “en un absurdo complejo de circunstancias” (Álvarez, 1999: 8), similar a las de la vida real.

La estructura narrativa de estas cinco comedias animadas, como de la *sitcom* en general, es limitada. Cada episodio inicia con una fase de apertura habitual que, debido a un punto de giro, inaugura un conflicto que desestabiliza la normalidad. No obstante, la desestabilización es solo momentánea, dado que al final de cada episodio hay una restauración del orden doméstico y se regresa a la situación inicial. David Marc resume el modelo con una sencilla fórmula: “familiar status quo – ritual error made – ritual lesson learned – familiar status quo” (Marc, 1997 [1989]: 190).

En la comedia cinematográfica, al final de la historia se restablece el equilibrio y el conflicto narrativo presenta una situación distinta a la de apertura (Neale y Krutnik, 1990: 234). Por el contrario, la *sitcom* termina exactamente donde comenzó, pues el final representa un regreso a la situación inicial. Tal como señala Andrew Crisell, la estructura narrativa de la *sitcom* está basada en la circularidad:

Another commonly observed feature of the sitcom is the cyclical nature of its narrative: the end of each episode returns to its beginning in the sense that after half an hour of dialogue and incident, the characters typically find themselves ‘back where they started’ (Crisell, 2006: 121-122).

El proceso de desestabilización y estabilización de cada episodio no permite cambios permanentes, lo que asegura que cada episodio también comience donde empezó el anterior, mientras que la estructura social y familiar se mantiene inmutable.

Evanthius y Donatus señalan que la comedia narrativa, en la que se inscribe la *sitcom*, consta de cuatro componentes o partes: prólogo, que se presenta antes de que inicie la trama; prótasis, que introduce la acción; epítasis o complicación y catástrofe o resolución (Carlson, 1993: 26).

Puntualmente, en el caso de la *sitcom*, cada episodio empieza con una secuencia de títulos de crédito iniciales que cumple las funciones del prólogo: establecer personajes, ambiente, temporalidad y la situación básica. En las *sitcoms* animadas, el prólogo tiene una duración aproximada de 30 segundos.¹⁴⁶

A continuación, se da paso a la prótasis, una presentación o exposición de los hechos que están a punto de suceder. Se introduce el problema-conflicto del episodio para captar a la audiencia y se da paso al primer corte de anuncios comerciales. En las comedias animadas, en especial *The Simpsons* y *Family Guy*, es muy frecuente que durante los dos o tres minutos de la prótasis se desarrolle una situación que poco o nada tiene que ver con la trama del episodio. Por ejemplo, el episodio “Tiegs for Two” (T9.E14) de *Family Guy* explica cómo Brian consigue seducir a Cheryl Tiegs, la única mujer que Quagmire ha amado en su vida. Sin embargo, los primeros seis minutos del episodio están dedicados exclusivamente a la relación de rivalidad entre Peter y el señor Washee Washee, el dueño de la tintorería.

146 La secuencia de títulos de créditos de *Family Guy*, *American Dad!*, *King of the Hill* y *The Cleveland Show* dura exactamente 30 segundos, mientras que la *The Simpsons* tiene una media de 60 segundos. Sin embargo, en algunas ocasiones se extiende el gag del sofá y puede llegar a durar hasta un minuto y 55 segundos (“Take my life, please” T20.E10).

El final del primer corte publicitario da paso a la *epítasis* o complicación, que dura entre unos seis y ocho minutos. Tras haber establecido la trama y presentado los personajes secundarios, se presentan las acciones y complicaciones apropiadas para el tipo de argumento. Pero, cuando la situación habitual parece empezar a restablecerse, se produce una nueva crisis justo antes del segundo segmento de anuncios publicitarios: la *catástasis*.

La *catástasis*, un nuevo elemento de complicación, fue introducida a la teoría narrativa de la comedia por Scaliger durante el Renacimiento (Neale and Krutnik, 1990:27). En el caso de la *sitcom*, se desarrolla después del segundo corte publicitario, que suele iniciar con un recordatorio de la última escena o, directamente, con su repetición. En los siguientes minutos (entre unos siete y ocho), la nueva crisis es explicada y las acciones y complicaciones continúan creciendo hasta construir la *catástrofe*, el punto de resolución; justo antes del tercer corte de anuncios comerciales.

Después del tercer segmento publicitario, se desarrolla la *catástrofe* y se restablece el equilibrio. En un segmento divertido de entre 45 segundos y dos minutos al final del episodio, se evidencia que se ha vuelto a la situación original y se deja a la audiencia con una agradable sensación.

Siguiendo las convenciones establecidas por la *sitcom*, cada episodio de las cinco comedias animadas analizadas suele tener dos tramas, pues la cantidad de personajes es demasiado limitada para que sean más, pero habría que dejar de lado a otros personajes protagonistas para explicar solo una. Sin embargo, en los episodios especiales el número de tramas puede variar. Por ejemplo, se puede explicar una macrohistoria en la que se incluya a todos los personajes como en “And Then There Were Fewer” (T9.E1), el episodio de estreno de temporada de *Family Guy*, o “For Whom the Sleigh Bell Tolls” (T6.E8), especial de navidad de *American Dad!*. Por el contrario, se puede explicar numerosas historias, tal y como sucede en la serie de episodios especiales para Halloween de *The Simpsons*, “Treehouse of horror”, en la que se narran tres relatos de terror protagonizados por alguno de los miembros de la familia Simpson.

Dejando de lado las excepciones y volviendo a la regla general, nos encontramos con que la relación entre los dos filones narrativos de cada episodio puede ser de subordinación, coordinación, paralelismo o simplemente de independencia. No existe una norma estricta como en *Seinfeld* (NCB, 1989-98), donde siempre debían de estar coordinados y cruzarse justo antes del final; sino que dependen principalmente de cómo estén repartidos los protagonistas y del tipo de personajes que estén inmersos en cada una de las historias. En el caso en que los protagonistas estén incluidos en un mismo filón, lo más común es que el otro esté subordinado al primero, aunque también podría ser completamente independiente. Si cada uno de los personajes principales protagoniza una historia, es más habitual que las dos estén coordinadas o sean paralelas. Por ejemplo, en el episodio “The Boy Can’t Help It” (T13.E19) de *The King of the hill*, una historia está subordinada a la otra, ya que una de las tramas es liderada por Hank y Bobby, padre e hijo protagonistas de la serie, mientras que la

otra presenta a los amigos de Hank, personajes secundarios. Por el contrario, en el episodio “It’s The Great Pancake, Cleveland Brown” (T2.E4) de *The Cleveland Show*, las dos historias son paralelas, ya que las tramas están repartidas entre los miembros de la familia protagonista, por un lado, Cleveland y su hijo Cleveland Jr. y, por el otro, Donna y Rallo.

4.2. La *anicom* como parodia de la *sitcom*

Como hemos visto hasta ahora, la condición de producto animado no es incompatible con el formato *sitcom*. Sin embargo, las series animadas incluyen muchas fórmulas y elementos narrativos de la comedia de situación con el único propósito de parodiarlos.

A pesar del extenso debate que ha generado la definición del término *sitcom*, en la mayoría de casos, dicha definición incluye, como elemento indiscutible, el final feliz. De acuerdo con la enciclopedia de televisión de Les Brown, la estructura de la *sitcom* implica un final feliz:

*The formula calls for complications in the story but always, always the matter is neatly resolved. And whether it involved the sophisticates of M*A*S*H or the witless inhabitants of Gillian’s Island, 30 minutes after the start the principals are happy* (Brown, 1992: 511).

Neale y Krutnik coinciden con Brown al asegurar que el final feliz, junto a la generación de risas, es la convención más fundamental de la comedia (Neale y Krutnik, 1990: 2). De la misma manera, Álvarez Berciano afirma que “(...) el final feliz que es después de todo el atributo más compartido por todas las definiciones de la comedia” (Álvarez Berciano, 1999: 15).

Otro elemento definitorio de la comedia de situación es la naturaleza y estructura cíclica de su narrativa, es decir, la restauración de la situación inicial al final de cada episodio (Mintz, 1985; Crisell, 2006). Para que dicha estructura cíclica se pueda mantener a lo largo, no solo de los episodios, sino también de toda la historia de la *sitcom* es preciso que los acontecimientos de cada episodio no interfieran en el subsiguiente desarrollo de la trama y por ello, como regla general de la comedia de situación, los episodios rara vez se refieren a hechos del pasado (Mills, 2005).

Además de los mecanismos narrativos, la *sitcom* tiene algunos elementos estilísticos propios. El más relevante de ellos es la risa enlatada. Inmaculada Gordillo señala que “constituye una figura estilística particular, integrante del género de la comedia de situación desde 1950” (Gordillo, 2009:160); mientras que Álvarez Berciano es más contundente al afirmar que “la risa enlatada es con toda seguridad el elemento más denostado fuera y dentro de la industria, y el que más peso ha tenido sobre la imagen del género” (Álvarez Berciano, 1999: 11). A pesar de las numerosas críticas y lo molestan que puedan resultar para muchos, lo cierto es que la risa enlatada ha acompañado a la comedia de situación desde sus inicios y muy pocas producciones han conseguido el éxito habiendo prescindido de ella.

Los finales felices, la memoria de los personajes y las risas enlatadas, como hemos visto, son las principales características de la *sitcom* y los elementos definitorios que suelen estar presente en todas sus definiciones teóricas. No obstante, las comedias animadas de Fox también toman como objeto de burla otros elementos secundarios, como las *catchphrases* o latiguillos, la artificialidad de los escenarios o las temáticas recurrentes, para enriquecer su parodia de la comedia de situación clásica.

4.2.1. Finales felices

La *sitcom* tradicional se caracteriza por los finales felices y artificiales que sacrifican la lógica y la credibilidad en aras de resolver todos los problemas y atar todo los cabos sueltos de forma casi mágica. Además, en cada episodio, los personajes se enfrentan a nuevas situaciones que los abocan a tomar decisiones éticas y morales de las que aprenden una valiosa lección. En definitiva, al final de cada episodio, los personajes son más sabios y más felices. Por el contrario, en la *sitcom* animada los finales felices y aleccionadores no siempre son necesarios.

En las comedias animadas analizadas, la carencia de un final feliz perfecto no se considera un defecto, sino que los guionistas se valen precisamente de este elemento definitorio de la *sitcom* para parodiar su artificialidad. A veces, los finales son felices, pero es muy común que dichas series apuesten por los finales alternativos que juegan con el tradicional final feliz y moralizador y terminen con una situación absurda que únicamente pretende hacernos reír. Por ejemplo, al final del episodio “The Hand that Rocks the Wheelchair” (T9.E12) de *Family Guy*, Brian tiene la oportunidad de matar al clon malvado de Stewie pero, en medio de una lucha, no consigue identificar cual de los dos Stewies es el malvado. Finalmente, Brian decide ponerlos a prueba y les pide que miren sus pies. Brian sabe que el verdadero Stewie es incapaz de ver sus propios pies y no reírse de ellos; por ello, dispara al Stewie que no ríe y el Stewie sobreviviente le da las gracias. Sin embargo, abrazado a Brian de regresa a casa, Stewie se gira hacia la cámara, sonrío maliciosamente, sus ojos se tiñen de amarillo y de fondo escuchamos la risa de Vincent Price, demostrando de esta manera que el Stewie malvado es el que ha sobrevivido. Más que un final feliz de *sitcom*, esta escena es una reproducción de la secuencia final del video musical *Thriller* (1983) de Michael Jackson, inspirado en numerosas películas de terror (**Figura 1**).



Figura 1

En “Dia-BILL-ic Shock” (T13.E1) de *King of the Hill*, un presumible final feliz también es interrumpido de forma abrupta. En dicho episodio, Bill descubre que todos los esfuerzos que ha hecho por cuidar su salud han valido la pena y que es admirable como ha conseguido curarse él mismo de la diabetes. Sin embargo, este final feliz y edificante es tergiversado justo en la última secuencia, cuando el mismo Bill, ya no tan admirable, decide visitar al médico grosero y egocéntrico que le diagnostica la enfermedad y le aseguró que estaba condenado a una muerte lenta y angustiosa, para vengarse de él dándole una paliza.

En las comedias animadas estudiadas, también es muy frecuente que las escenas finales se mofen de las características propias del final feliz. En la última secuencia del episodio “Harder, Better, Faster, Browner” (T2.E1) de *The Cleveland Show*, vemos a Donna, colgando de uno de los patines de aterrizaje del helicóptero del Presidente de los Estados Unidos de América, Barak Obama, y gritando “Take me with you!”. Los agentes de seguridad del presidente consiguen deshacerse de ella pateándola en la cara y Donna cae justo al lado de su marido, Cleveland. Juntos ven como se aleja el helicóptero y él le dice a ella: “You know what, Donna? He may live in the White House, but I’d rather live in the Brown house”. A lo que Donna responde: “I’d rather live in the White House” y Cleveland añade: “Yeah, me too”. Como es evidente, este final parodia una de las máximas de la sitcom. Aquí la familia no está por encima de todo, ni es consuelo o recompensa para una vida rutinaria. Cleveland y Donna preferirían llevar otra vida, haber triunfado y dejado detrás su pueblo natal; pero continúan con sus familias porque no tienen ninguna otra opción.

El final de otro episodio de *The Cleveland Show*, “To Live and Die in VA” (T2.E17), también se mofa de una de las reglas generales de la narrativa de la sitcom: la solución de todos los problemas y cabos sueltos en tan solo 22 minutos. En dicho episodio, Lester decide fingir su muerte para alejarse de Kendra, a quien responsabiliza de su fracasada vida. Sin embargo, Cleveland lo descubre y Kendra decide ir a buscar a su marido y recuperarlo. Finalmente, Lester y Kendra se reconcilian y él decide volver a casa con ella. Cleveland, entusiasmado con la noticia, grita: “Hooray! Everything worked out for everybody”. No obstante, antes de que aparezcan los títulos de crédito finales, aparece Ernie, el hijo de Lester y Kendra que ayudaba a la familia trabajando en un barco pesquero, en medio del mar rodeado de tiburones. Ernie, sin percatarse del peligro, dice: “Hey, look. Them fins remind me of that movie” y sonriente empieza a tararear la famosa melodía de *Jaws* (1975). Con esta última escena, la serie hace evidente que, contrariamente a la afirmación de Cleveland, la historia de Ernie está lejos de haber sido resuelta de forma exitosa y que el final del episodio difícilmente se podría resumir con la frase “todo ha salido bien para todos”.

“Homer the Father” (T22.E12) de *The Simpsons* se decanta por parodiar las frases cliché y edulcoradas con las que se cierran las historias. En el mencionado episodio, Homer se obsesiona con una ficticia sitcom familiar de los ochenta, “Thicker than Waters”, una clara parodia de *Growing Pains* (ABC, 1985-92), y empieza a actuar como el padre de la serie. Sin embargo, al final del episodio, tal como tiene que ser, Homer vuelve a

ser el mismo padre de siempre y así queda confirmado en la última escena. Homer y Bart aparecen sentados en el sofá, mirando hacia la televisión, y Bart dice: “You know, dad, I really did have a good time hanging out with you” y Homer responde: “Well, now it’s time for the best kind of bonding”. En este momento todos esperamos que Homer añada algo como “juguemos juntos al béisbol”, “vayamos por un helado” o que proponga cualquier otra de las actividades típicas que comparten padres e hijos de la televisión americana. Sin embargo, Homer interrumpe el tierno discurso diciendo: “sitting next to each other in silence, staring blankly at the tv”. A continuación, ambos miran en dirección a la televisión y ven justo un episodio de “The Itchy and Scratchy Show” (“Ain’t I a stinger?”). Al finalizar el corto, ambos ríen a carcajadas y de fondo volvemos a escuchar el tema musical de “Thicker than Waters”, también una parodia del tema central de *Growing Pains*. La imagen se congela y sobreimpreso en la pantalla podemos leer: “A Sheldon Leavitt Production” (**Figura 2**) y a continuación aparece Garry Marshall, con un guión de televisión en las manos, diciendo: “It’s good enough. Let’s go home”. La imagen congelada y los títulos de créditos ficticios parodian la estética de la sitcom, mientras que el nombre Sheldon Leavitt y la aparición de Garry Marshall hacen referencia a dos grandes representantes de la sitcom familiar.¹⁴⁷



Figura 2



Figura 3

Es preciso señalar que Sheldon Leavitt no solo aparece como supuesto productor de *The Simpsons* en la última secuencia, sino que, minutos antes, en uno de los fragmentos de “Thicker than Waters” también figura como creador de dicha serie (**Figura 3**). Este hecho, sumado a la frase final de Marshall, como si valorase el episodio que acabamos de ver, refuerza la condición de *The Simpsons* como producto televisivo, específicamente, como sitcom doméstica.

Otro ejemplo de la forma en que la domesticom animada se mofa de las frases cliché y empalagosas de la comedia de situación podemos encontrarlo en el episodio “Partial

147 Gary Marshall, quien da voz a su propia versión animada, fue el creador de la famosa sitcom *Happy Days* (ABC, 1974-84), mientras que Sheldon Leavitt es una referencia cruzada entre Sheldon Leonard y Ron Leavitt. El primero, Sheldon Leonard, produjo y dirigió *The Andy Griffith Show* (CBS, 1960-68), *The Danny Thomas Show* (ABC, 1953-57; CBS, 1957-64) y *The Dick Van Dyke Show* (CBS, 1961-1966), tres grandes clásicos de la sitcom de los sesenta; mientras que Ron Leavitt empezó su carrera escribiendo episodios para *Happy Days* y alcanzó el éxito como co-creador de *Married... with Children* (Fox, 1987-97).

Terms of Endearment” (T8.E21) de *Family Guy*. En dicho episodio, Lois decide ofrecerse como “vientre de alquiler” para ayudar a una vieja amiga de la universidad a tener un hijo. Desafortunadamente, tanto su amiga como el esposo de ésta fallecen de manera trágica, suceso que hace a Lois plantearse la posibilidad de abortar o esperar a que nazca la criatura y entregarla en adopción. Peter convence a Lois de que aborte pero, después de un encuentro con un grupo de activistas que están en contra del aborto, intenta disuadirla diciéndole que el aborto es asesinato. Peter y Lois discuten agitadamente hasta que ella le dice a su marido que lo mejor es que ambos se calmen, suban a su habitación, tengan una larga charla y tomen una decisión con la que ambos puedan vivir. A continuación aparece toda la familia cenando junta y Lois dice:

Well, I think we made the right decision. I mean, sure, having a baby costs a fortune. There's cutbacks on things we love. There's diapers, and crying and late nights with no sleep. Flu shots, and mumps, and drivers ed, and college tuition... But you know what? It's one more person to share the world with. Another little voice in the back seat of the car. One more Griffin to love and to love us in return.

Hasta este punto, el final del episodio es propio de una sitcom clásica. La familia se mantiene unida y decide acoger a un nuevo miembro, aunque éste no sea hijo biológico de la pareja. No obstante, después de unos segundos de silencio, Peter mira a la cámara y dice: “We had the abortion”, interrumpiendo así el tono enternecedor de la escena.

Los finales de la sitcom tradicional se caracterizan también por contener siempre una moraleja o una lección que enseñar. Algo positivo, moral y edificante debe surgir de cada historia. Precisamente esta es la característica que toma el episodio “Little Man on Campus” (T2.E5) de *The Cleveland Show* para parodiar la artificialidad de la sitcom. Cleveland, como entrenador del equipo de beisbol del instituto local, hace pasar a uno de sus mejores amigos, Holt, por un estudiante de intercambio para que le ayude a ganar el campeonato estatal. Cleveland Jr., siguiendo el ejemplo de su padre, engaña al profesor del taller de carpintería presentando como suyo el proyecto de su amigo Ernie. Cuando Cleveland Jr. se lo explica a su padre, éste se da cuenta del gran error que ha cometido y saca a Holt del partido, decisión que le cuesta la victoria deportiva. Cerca del final del episodio, Cleveland mira al entrenador campeón y le dice a su esposa: “Well, Donna, he may have the ring and the championship, but I have the confort of a clean conscience. I did a great thing here today”. Pero Donna le responde:

Not really. You cheated to get the championship, and then you wussed out and didn't go through with it at the end. You realize you eliminated three deserving teams for contention? So, you really didn't do anything great.

Cleveland la contradice y afirma: “No, I did. You don't get it. It's guy stuff. Clean conciencia, full heart, can't lose”. Donna, sin animos de discutir, dice: “Whatever. I'm just glad I never knew anything about it”. Donna, como madre de familia y voz de la razón, hace ver a Cleveland que no tiene sentido lo que está diciendo y nos evidencia la artificialidad de los finales felices a costa de sacrificar la lógica y olvidar todos los errores cometidos, como si nada de aquello hubiese pasado. Para confirmar que Cleveland, ni nadie, ha aprendido algo de todo lo sucedido, inmediatamente después

de la conversación con Donna, aparece la toda familia entre el público de una obra musical y vemos unas letras sobreimpresas en la parte inferior de la pantalla que dicen:

Six days later, at the urging of this father, Cleveland Jr. turned himself in for cheating and received an "F".

Donna used her computer in the Principal's office to bump it up to a "B". Nobody learned anything.

En consonancia con "Little man on campus" de *The Cleveland Show*, el final del episodio "Milhouse Doesn't Live Here Anymore" (T15.E12), de *The Simpsons*, no reta al espectador a descubrir los elementos parodiados en el final, sino que abiertamente señala las convenciones narrativas de éste en la comedia de situación. En la última secuencia del episodio en cuestión, Bart y Lisa se reconcilian y terminan abrazándose. A continuación, aparece Isabel Sanford, más conocida por su personaje de Louise "Weezy" Jefferson en *All in the family* (CBS, 1971-79) y *The Jeffersons* (CBS, 1975-85), en el museo de la radio y la televisión señalando como las sitcom suelen recurrir a los finales almibarados seguidos de un gag con el que aligerar tanto empacho: "This is what sitcoms call "a schmaltzy ending", a sentimental capper to leave the audience feeling good. Usually followed by a little coda to cut the treacle". Acto seguido, Isabel señala una de las pantallas que tiene a su espalda y vemos una parodia de *The Beverly Hillbillies* (CBS, 1962-71) en la que Jethro anuncia a Granny que se une al ejército:

Jethro: *Granny, I'm gonna shoot me some vietcong.*

Granny: *Yeah, well I ain't cookin' 'em.*

De esta forma, *The Simpsons* no solo adopta la estructura del final feliz seguido de una broma, sino que también se ríe de ella al ponerla en evidencia.

"License to Till" (T6.E15) de *American Dad!* se decanta por parodiar tanto las frases dulcoradas como la obligatoria enseñanza de una valiosa lección. En dicho episodio, Steve toma prestado el tractor del tío de Snot, Solomon, sin pedir permiso y deja a éste, como al resto de sus amigos, sin equipo para recoger la cosecha. Pero, justo cuando Solomon está a punto de anunciar que todo está perdido, aparece Steve con el tractor. Sin embargo, Steve lo ha estado usando todo este tiempo y se ha acabado toda la gasolina, de manera que vuelven a quedarse sin tractor. El tío de Snot, desesperado, empieza a gritar: "The tractor's dead! I'm ruined! You ruined me!", pero Steve, intentado tranquilizarlo, le dice: "Well, Snot's Uncle Solomon, the important thing is I learned something about friendship today". Más enfadado que antes, Solomon responde: "No! That's not what's important at all! I'm gonna lose my farm. I'm gonna be homeless" y echa a gritos a todos los chicos de la granja. Steve pide perdón a su amigo e intenta hacer las paces. Snot, sin ningún tipo de resentimiento, le responde: "Hey, family comes and goes. Kids you're in school with are forever", tergiversando por completo la norma de la sitcom mencionada antes acerca de que la familia es lo primero.

El episodio "A Piñata Named Desire" (T6.E11), también de *American Dad!*, termina con una secuencia que parodia toda la estructura del final feliz: las frases cliché, la

música nostálgica y melancólica, los cabos sueltos que se atan precipitadamente y las explicaciones poco convincentes. Al inicio del episodio, Steve propone a sus amigos celebrar una fiesta de pijamas. Sin embargo, sus amigos deciden no asistir porque todos los chicos del instituto se han burlado de ellos diciendo que ese tipo de fiesta son cosas de niños. Steve intenta convencerlos de lo contrario pero no lo consigue. Afogado, Steve decide pasar la noche en la casa del árbol y celebrar la fiesta él solo. De repente, aparecen Snot, Barry y Toshi, los amigos de Steve, y le explican que han recibido su correo electrónico y han cambiado de opinión. Justo en el momento en que Steve les informa de que él no ha enviado ningún correo, entra a la casa del árbol Ronnie, el quinto miembro del grupo de amigos de la infancia que hace algunos años se mudó de la ciudad, y asegura haber sido él quien escribió al resto de chicos. Los cinco amigos se reconcilian y deciden celebrar la fiesta. Después de resolver la otra trama del episodio, protagonizada por Stan y Roger, la narración vuelve a la historia de Steve. Aparece un plano general de la casa del árbol y, lentamente, la cámara se va acercando hasta entrar por una de las ventanas del recinto para enseñarnos a los cinco amigos juntos. En off, escuchamos la voz de Steve:

That night, we had the best sleepover of our lives. Maybe because we knew it was our last. In the morning, our childhood would evaporate like a dream and we'd head into the dawn of adulthood. We never figured out which one of us e-mailed Ronnie. In fact, to this day, I'm pretty sure he was just some black dude who overheard us planning our sleepover in the pizza parlor, but he was awesome.

La imagen y la voz en off parodian el estilo narrativo popularizado por *The wonder years* (ABC, 1988-1993), mientras que la última parte del propio texto hace referencia a las explicaciones improvisadas e inverosímiles necesarias para la resolución de todos los conflictos. Por si fuera poco, las tiernas palabras de Steve no van acompañadas de imágenes de los cinco chicos jugando en su fiesta, que sería lo propio de una sitcom tradicional, sino que todos aparecen intentando hacerse una autofelación (**Figura 4**).



Figura 4

En definitiva, la *domesticom* animada suele restablecer el *status quo* al final de cada episodio sin necesidad de recurrir obligatoriamente al final feliz. En algunas ocasiones simplemente no hay final feliz, en otras el final feliz se ve interrumpido de golpe o es tergiversado y en otras se utiliza como escenario de la parodia.

4.2.2. Estructura cíclica y memoria

La definición estándar de sitcom incluye, además de unos personajes y escenarios recurrentes y un final feliz, una estructura cíclica que permite, al final de cada episodio, la restauración de la situación inicial; una de las características recurrentes de los cuentos maravillosos (Propp, 1981 [1928]). Por ejemplo, al final de “Donnie Fatso” (T22.E9) de *The Simpsons*, Homer explica que la mafia de Springfield, después de la muerte de Fat Tony, pasó a estar liderada por su primo, Fit Tony, un hombre exactamente igual que Fat Tony, solo que delgado. Sin embargo, el estrés generado por su nueva posición hace que Fit Tony empiece a comer de forma desmesurada y engorde tanto que terminen llamándolo New Fat Tony, que con el paso del tiempo se reduce a Fat Tony. De esta forma, Fat Tony no es eliminado, sino simplemente reemplazado por un personaje exactamente igual, de manera que la serie vuelve a donde inicio y recupera el *status quo*.

El episodio “Fox-y Lady” (T7.E10), de *Family Guy*, no solo acaba de la misma manera en que inicia, como todos los demás, sino que precisamente llama la atención sobre esta característica narrativa de la sitcom. En dicho episodio, Lois se convierte en reportera de Fox News pero, tal como se esperaba, al final del episodio deja de trabajar en la televisión. En la escena final del episodio, mientras la familia ve la televisión, Lois afirma: “Well I’m just glad that everything’s back to normal. I don’t think I was cut out to be a TV reporter”. Peter, intrigado por saber cómo dejó el trabajo, le pregunta: “Yeah, how did you lose your job there anyway?” y Lois le responde: “Oh, I don’t know. Do you really care, Peter? Does anyone really care?”. Peter, convencido que a estas alturas del episodio eso ya no tiene importancia y consciente de que en el próximo episodio todo volverá a ser como antes, añade: “Yeah, you’re right. The story’s over. Everything will be back to normal next week. So yeah, who gives a damn”.

Ahora bien, para que la estructura cíclica de la sitcom se pueda mantener es necesario que los sucesos de un episodio no interfieran en el desarrollo de los posteriores. Por ello, es regla general de la comedia de situación no referirse a eventos sucedidos en los anteriores episodios (Mills, 2005: 27). Según Neale y Krutnik, en efecto, la sitcom evita recordar sucesos previos de la historia del programa para así motivar a la audiencia a que los olvide: “Whereas soap operas painstakingly maintain a sense of ongoing temporal development, the sit-com encourages the viewer to ‘forget’ many of the events of preceding episodes” (Neale y Krutnik, 1990: 235).

La carencia del recuerdo dentro de la estructura de la serie permite que los acontecimientos pasados no puedan destruir o complicar la situación actual o futura y hace posible que los episodios puedan ser vistos en desorden sin que esto afecte su consecución narrativa. La no interferencia del pasado en el presente o el futuro se debe principalmente a la ausencia de memoria en los personajes, quienes se enfrentan una y otra vez a situaciones semejantes sin recordar las experiencias anteriores.

Ahora bien, las sitcoms animadas suelen jugar con la memoria de sus personajes. Aún cuando los personajes de las sitcoms no tienen memoria acumulativa y en este

formato se evita la mención de episodios y acontecimientos pasados, las comedias de animación tienden a cruzar unos episodios con otros, aunque sin dejar de caer algunas ocasiones también en la “amnesia”. Es decir, que se permite el desarrollo de ciertas tramas, mientras que otras son olvidadas o incluso contradichas. Por ejemplo, en “Lisa the Simpson” (T9.E17) de *The Simpsons*, se explica la estupidez de Homer como consecuencia del “gen Simpson”, un gen que hace que el coeficiente intelectual que todos los hombres de la familia disminuya a medida que se hacen mayores. Sin embargo, tres temporadas después, en “HOM” (T12.E9), Homer descubre que la causa de su inteligencia subnormal es una cera para colorear que tiene atascada en el cerebro. Por el contrario, el episodio “Angry Dad: The Movie” (T22.E14) recuerda y también da continuación a una historia iniciada nueve temporadas antes, en “I Am Furious (Yellow)” (T13.E18), cuando Bart crea un comic inspirado en Homer.

Las comedias animadas carecen de un modelo para poder determinar qué aspectos son continuos o cuáles no. Así pues, *Family Guy* es capaz de desarrollar una línea argumental a partir de un acontecimiento aislado de un episodio anterior y al mismo tiempo olvidar un hecho importante. Por ejemplo, Peter funda la Iglesia de Fonzie¹⁴⁸ en “The Father, the Son and the Holy Fonz” (T4.E18) después de descubrir, tres temporadas antes en “The Son Also Draw” (T1.E6), que este famoso personaje es su guía espiritual; pero Lois afirma que no le gusta la banda Kiss en “Road to Europe” (T3.E20), aunque un poco más adelante, en “Model Misbehavior” (T4.E10), aparece un póster del mismo grupo musical en su dormitorio de adolescente. También, en *King of the Hill*, Kahn confiesa a Peggy que es maniaco depresivo en “Lost in MySpace” (T13.E4) y más adelante, en “Just Another Manic Kahn-day” (T13.E24), el tema de su enfermedad es profundizado; no obstante, en “The Order of the Straight Arrow” (T1.E3), Bobby se convierte en miembro de la Orden de la Flecha Recta pero 12 temporadas después, en “Straight as an Arrow” (T13.E7), parece haberlo olvidado por completo.

Como se mencionó antes y se mostrará más adelante, las series animadas crean un vínculo de complicidad con el espectador por medio de las referencias a la cultura popular. Sin embargo, las series animadas también refuerzan dicho vínculo a través de los guiños a la historia interna de la serie y lo hacen de diversas formas, como, por ejemplo, presentando personajes de episodios anteriores, comentando eventos del pasado o señalando detalles de otras tramas.

La forma más evidente, reconocible y a la vez superficial de referirse a relatos anteriores es la presentación de personajes secundarios que han aparecido en otros episodios. Por ejemplo en las secuencias de títulos de créditos iniciales de *American Dad!*, como de *The Simpsons*, suele incluirse personajes del pasado.

En *American Dad!*, al final de la secuencia inicial, Roger sorprende a Stan mientras conduce de camino al trabajo. En cada episodio luce un disfraz distinto y siempre se trata de uno de los disfraces con los que ha dado vida a uno de los cientos de

personajes que ha representado desde que inicio la serie¹⁴⁹. Por ejemplo, en “License to Till” (T6.E15) aparece como Chex LeMeneux de “The Return of the Bling” (T5.E13), en “Jenny Fromdabloc” (T6.E16) como Russel Brand de “Cops and Roger” (T5.E14) y en “Gorillas in the Mist” (T6.E19) como Miles Raymond de “Merlot Down Dirty Shame” (T5.E15), que a su vez está inspirado en el personaje de Paul Giamatti en *Sideways* (2004).

Desde 2009, con el paso a ‘alta definición’, la secuencia de créditos iniciales de *The Simpsons* presenta una escena en la que Jimbo y Kearney aparecen cortando la cabeza de la estatua de Jedediah Springfield, fundador del pueblo. Esta escena recuerda inmediatamente a “The Telltale Head” (T1.E8), uno de los primeros y más famosos episodios de la serie. Además, la nueva secuencia de inicio incluye la presentación de un personaje sobrevolando el título de la serie. Por ejemplo, en el episodio “The Ned-liest Catch” (T22.E22) vemos a la Princesa Penélope del episodio “Once Upon a Time in Springfield” (T21.E10), sobre un caballo blanco disfrazado de unicornio y lanzando purpurina. También en “500 Keys” (T22.E21) vemos a Hank Scopio del episodio “You Only Move Twice” (T8.E2), pilotando un avión de combate (con el nombre de su compañía, Globex) y lanzando misiles mientras grita “It was this or a Porsche”.

Fuera de las secuencias de los títulos de créditos iniciales, el episodio “100 A.D.” (T6.E1) de *American Dad!*, así como su continuación, “Son of Stan” (T6.E2), hacen referencia a numerosos personajes secundarios de la serie. El primer episodio inicia con una voz over que anuncia:

Tonight, in honor of the 100th episode of American Dad!, tragedy will strike Langley Falls with death... 100 times. That's right, 100 of the characters you've come to know and love will die.

Entre los personajes que mueren a lo largo del episodio, aparece Brett, el amigo satánico de Stan en el episodio “Dope and Faith” (T3.E3), y, justo antes de morir, el mismo dice: “I played Stan’s satanic best friend in episode 302”¹⁵⁰. En el caso de “Son of Stan” (T6.E2), el episodio inicia con la celebración del funeral de todos los personajes secundarios fallecidos en el episodio anterior, entre los que el sacerdote recuerdan a Bobby the Bullet (de “Stannie Get Your Gun” [T1.E14]), Koko (de “One Little Word” [T4.E3]) y Clown with Glasses (de “Stan Knows Best” [T1.E3]). El episodio “Lucky’s Wedding Suit” (T11.E12.), de *King of the Hill*, fue originalmente creado como el episodio final de la serie; por ello también incluye numerosos personajes anteriores de la serie. Al final de dicho episodio, durante la boda de Luanne y Lucky podemos ver al trabajador social del primer episodio de la serie (Pilot. T1.E1), Tammy Duvall (de “Ho, Yeah!” [T5.E13]), Bug Gribble (de “My Own Private Rodeo” [T6.E18]), Junichiro (de “Returning Japanese II” [T6.E22]), Ernst (de “Goodbye Normal Jeans” [T7.E4]), Mack Walker (de “Racist Dawg” [T7.E20]), Patch Boomhauer (de “Patch Boomhauer” [T8.

149 Dado que Roger es un extraterrestre y tiene un aspecto físico muy peculiar, está obligado a disfrazarse para salir de casa. No obstante, para Roger un disfraz no solo conlleva un cambio físico, sino también emocional. Por ello, cada vez que se disfraza su personalidad cambia radicalmente.

150 En efecto, el código de producción de dicho episodio es 3AJN02.

E1]), Monsignor Martinez (de “Flirting with the Master” [T8.E5]) y Ms. Wakefield (de “Ms. Wakefield” [T9.E2]).

La inclusión de pequeños detalles significativos en los episodios constituye una forma más sutil de citar relatos anteriores. Por ejemplo, entre el público que asiste a la celebración del juicio en “The People vs. Martin Sugar” (T6.E7) de *American Dad!*, aparece una mujer que lleva un broche con la figura de una mariquita. Esta es una alusión al episodio “Not Particularly Desperate Housewife” (T1.E16) en el que Francine se convierte en miembro de un grupo de mujeres llamado “The Ladybugs”, que se caracteriza por llevar un broche como el de la chica que aparece en medio del público. También, en “Flaming Moe” (T22.E11) de *The Simpsons*, Moe recuerda, por medio de fotografías colgadas de la pared, todas las transformaciones que ha sufrido su bar: The Nag and Weasel (en “Mommie Beerest” [T16.E7]), M (en “Homer the Moe” [T13.E3]) y Uncle Moe’s Family Feedbag (en “Bart Sells His Soul” [T7.E4]). Y en “500 Keys” (T22.E21), de la misma serie, Homer toma un el manojito de llaves y dice que pertenecen a sus antiguos empleos. En las etiquetas podemos leer, por ejemplo, “Mr. Plow”, de su trabajo como conductor de una máquina quitanieves (“Mr. Plow” [T4.E9]) o “NASA Space Shuttle” de cuando Homer se convirtió en astronauta (“Deep Space Homer” [T5.E15]).

Referencias como las señaladas antes solo están al alcance de un espectador altamente instruido en la memoria interna del programa, un fan. Por el contrario, las alusiones que se hacen a los episodios anteriores por medio de la explicación de hechos ocurridos en dichos episodios son más accesibles. Es el caso de citación presentado en el episodio “Tiegs for Two” (T9.E14) de *Family Guy*. Mientras salen de un elegante restaurante, Quagmire y Brian ven entrando a Meg y al alcalde de Quahog, Adam West. Ambos quedan muy sorprendidos y Meg dice: “Yeah, this still happens sometimes”. Este comentario de Meg hace referencia a la relación sentimental que había iniciado con West en el episodio “Deep Throats” (T4.E23). Al final de dicho episodio, Meg y el alcalde se veían abocados a terminar con su relación; sin embargo, las anteriores palabras de Meg demuestran lo contrario.

En “The Big Bang Theory” (T9.E16), de la misma serie, Stewie construye una máquina para viajar en el tiempo y decide ir al pasado y robarle a Brian todos sus momentos divertidos. Retrocede exactamente cinco temporadas hasta el episodio “The Courtship of Stewie’s Father” (T4.E16) y suplanta a Brian en la famosa secuencia de “peanut butter jelly time”, parodia del número musical de los Buckwheat Boyz que se convirtió en fenómeno de Internet (**Figura 5**).



Figura 5

También, en “Donnie Fatso” (T22.E9) de *The Simpsons*, Homer hace referencia a un episodio anterior, “Who Shot Mr. Burns? Part 2” (T7.E1), en el que se descubre que ha sido Maggie, por error, quien ha disparado a Mr. Burns. En la última escena de “Donnie Fatso”, aparece Homer en la puerta de la entrada de su casa y escuchamos su voz en off diciendo:

*And me? Now I'm just an average schnook like everyone else, stuck in this backwater burg where all you can count on is your family, and the only one who ever shot anyone is the baby. I have to admit, it's a pretty good life.*¹⁵¹

En el caso de *The Cleveland Show*, los episodios no solo recuerdan eventos ocurridos en episodios anteriores sino también acontecimientos de la vida de Cleveland que tuvieron lugar mientras él aún era un personaje de *Family Guy*. Por ejemplo, en el episodio “Like a Boss” (T2.E12) Cleveland dice: “I ran a Rhode Island delicatessen that Big Fat Paulie went into one time”, recordando así que mientras vivía en Quagoh era propietario de una tienda de delicatessen y los acontecimientos del episodio “There’s Something About Paulie” (T2.E16) de *Family Guy*.

Hay otros casos, sin embargo, en que se parodia la sitcom, no solo al recordar sucesos anteriores, sino resaltando la peculiar forma en que funciona la memoria de los personajes. En el episodio “The Fool Monty” (2.E6) de *The Simpsons*, Mr. Burns amenaza al pueblo diciendo: “I’ve got my memory back, and I’m going to wreak a terrible vengeance. Taking an idea I got from a Stephen King book, I’m going to cover this town with a dome!”. Sin embargo, esa idea ya se había llevado a cabo antes, en *The Simpsons Movie* (2007), tal y como le informa Lenny al responderle: “It’s been done!” Pero, la afirmación de Burns no solo recuerda un suceso del pasado, sino que señala la división entre la serie y la película, pues Burns asegura haber recuperado la memoria, pero parecer ser que solo la de su personaje en la serie, más no los acontecimientos que toman lugar en un hipertexto de la serie.

La escasa memoria de Montgomery Burns se ha convertido en un recurso narrativo y en un gag recurrente de la serie. Burns no consigue dirigirse a Homer sin antes preguntarle su nombre a Smithers, su asistente personal. Muy a pesar de que Homer, después de Smithers, es el empleado de la planta nuclear con el que parece tener más relación y el personaje alrededor del cual se han resuelto los eventos más importantes en la vida de Burns, él nunca recuerda el nombre de Homer. Sin embargo, en “Who Shot Mr. Burns? Part 2” (T7.E1), después de despertarse del coma, Mr. Burns solo repite el nombre de Homer y en “Love Is a Many Strangled Thing” (T22.E17), después de que Homer le salve la vida, Burns se lo agradece refiriéndose a él como “Simpson”, sin necesidad de preguntar a Smithers. Esto demuestra que la memoria de los personajes, como de las mismas series, va y viene y que el acceso a los recuerdos es aleatorio.

151 Este monologo interior de Homer es además un homenaje al monologo de Henry Hill, interpretado por Ray Liotta, al final de *Goodfellas* (1990).

La facilidad con la que los personajes de la sitcom pierden la memoria y la forma arbitraria en que vuelven los recuerdos está perfectamente ilustrada en el episodio “Fart-Break Hotel” (T6.E9) de *American Dad!*. Después de sufrir una grave indigestión y llenar la casa con f atulencias tóxicas, Roger obliga a toda la familia Smith a mudarse temporalmente a un hotel. Sintiéndose culpable, el mismo Roger decide invitarlos y Francine le pregunta cómo puede permitirse, a lo que Roger responde:

I stayed here back in the '80s and suffered a terrible accident. To avoid a lawsuit, the hotel gave me a free week of rooms. Honestly, I forgot about the whole thing until today. That fart really shook some memories loose. Wow, I just remembered, I was also in a legal battle with Nabisco. I claimed I was Asian and sued over Cheese Nips. Anyway, everything's complimentary: room service, laundry, you name it.

Pero, de la misma manera que parece haber algunos gases que ayudan a recobrar la memoria (en este caso f atulencias), hay otros que parecen ayudar a perderla. Por ejemplo, en “The Blue and the Gray” (T22.E13), de *The Simpsons*, Marge se sorprende al descubrir que le están saliendo canas; aunque hacia ya 17 años, en el episodio “Secrets of a Successful Marriage” (T5.E22) se había establecido que Marge ya tenía el pelo gris, de hecho, tuvo canas de forma prematura, tal y como confirma Homer al decir: “she’s been as grey as a mule since she was 17”. Sin embargo, la falta de memoria de Marge tiene una explicación: los gases que emite la coloración capilar que suele usar le han causado pérdida parcial de la memoria y simplemente había olvidado que tenía canas. O al menos eso es lo que afirma Julio, su peluquero, al asegurar que “the dye not only colors your hair, but the fumes wipe the experience from your mind”.

4.2.3. Música y acompañamiento sonoro

Las “risas enlatadas” son muy comunes en la sitcom tradicional, pero no en las comedias animadas. De hecho, dichas risas, así como otro tipo de exclamaciones propias de los programas con público en vivo, son elementos de la sitcom de los cuales se mofan las comedias animadas analizadas en este estudio.

La secuencia final del episodio “White Rice” (T6.E5) de *American Dad!* toma lugar en el set de grabación de la sitcom creada y protagonizada por Francine y parodia el carácter predecible y artificial de la risas enlatadas. En dicho episodio, Stan, decidido a hablar con Francine, interrumpe la grabación del primer episodio de la serie y, delante de la cámara, discute con ella sobre sus problemas de pareja. La audiencia en vivo ignora que hablan de su relación real y no se percata de que Stan no es en realidad un personaje de la sitcom. Al no darse cuenta de la situación, el público continúa actuando como la audiencia de un programa en vivo, se ríen a carcajadas de los comentarios de Stan, sin necesidad de que estos sean graciosos, e incluso ríen aun más cuando Stan dispara a otro actor (evidentemente, el público ignora que la bala es real). También exclaman a coro “Ohhhh” cuando él le dice a Francine que no puede vivir sin ella y “Aw...!” cuando ella decide acepta sus disculpas. En “Cleveland Live!” (T2.E2) de *The Cleveland Show* también se hace broma de esta herramienta de la sitcom. Representa que dicho episodio marca un hito en la historia de la series animadas de prime time, puesto

que es el primero en ser grabado frente a una audiencia en vivo. En efecto, vemos al público sentado de frente al escenario y durante todo el episodio escuchamos de fondo su risas, aplauso, piropos y todo tipo de exclamaciones cliché.

Al inicio de “Running Mates” (T2.E10) de *Family Guy* aparece Peter, sin pantalones, saliendo de la casa en busca de Lois. De fondo se escuchan las risas de una supuesta audiencia y nos muestran que, efectivamente, en frente del hogar Griffin hay una grada llena de personas viendo la serie “en vivo”. Peter los mira y dice: “I’ll be glad when that studio audience moves out of the neighborhood”. Acto seguido, sale también Brian de la casa y les avisa a Lois y Peter que han llamado del instituto de Chris porque éste se ha metido en problemas. La audiencia exclama al unísono “Ohhh” (**Figura 6**) y Peter responde: “That’s it. I’m calling the cops”. Al final del episodio, después de que Stewie aparezca cantando, volvemos a escuchar las risas enlatadas y Stewie dice: “Damn you all” y empieza a disparar hacia la audiencia. El segmento anterior no solo parodia las risas enlatadas y la su carácter predecible, sino también la forma en la que interrumpen la narración y lo molestas que pueden llegar a ser, en este caso, incluso para los mismos personajes de la serie. “Little Man on Campus” (T2.E5) de *The Cleveland Show* ilustra esta misma situación. Al inicio, mientras Cleveland y su eterno enemigo, Chet Butler, discuten en el bar escuchamos exclamaciones, gritos y aplausos por parte de una audiencia en vivo que nunca vemos. El publico parece animar y apoyar a los dos rivales por igual, entonces Cleveland señala: “Well, I guess the crowd’s reaction isn’t really a good indication of whose side they’re on”, a lo que la multitud responde “Wheel! Of! Fortune!”. La audiencia en vivo, además de estar confundida de programa, resulta ser no solo molesta, sino también confusa para los mismos personajes.



Figura 6

Por su parte, en “Chick Cancer” (T5.E7), de *Family Guy*, hace una parodia de las típicas exclamaciones del público en vivo. Mientras están en el centro comercial, Brian y Stewie hablan sobre Olivia. Stewie dice que ha cambiado mucho, se ha convertido en toda una mujer y busca un hombre maduro, algo que él mismo reconoce no ser. Brian, adaptando una postura graciosa y tono sarcástico, le pregunta: “Do you think so?” y, de repente, se escuchan risas de fondo. La imagen se desliza hacia la derecha y aparece un hombre preguntando: “Who could forget that one?”. El hombre se presenta como

“The Mayor of Comedy” y promociona la colección de discos compactos “Sitcom Punch Lines of the ‘80s”, una recopilación de las mejores punchlines de comedia de los ochenta, entre las que destaca: “I think it’s time for plan “B””, “Smooth move ex-lax”, “That went well”, “Check please”, “Open mouth, insert foot” y “Wait, if you’re here, then that means... Oh boy”. Además, añade que si pides la colección ahora mismo, recibirás completamente gratis un disco extra de regalo, “Sounds of the 80’s Studio audience”, con las mejores exclamaciones típicas de la audiencia de las sitcoms de los ochenta, como “Trouble brewing” (Oohhh) (**Figura 7**), “Sweet moment” (Aahhh) y “Ethnic kiss” (“Wooww”). Más adelante, en el mismo episodio, cuando Olivia y Stewie se besan al final de su boda, se escucha a una audiencia ficticia aplaudir y gritar “Wooww” (“Ethnic kiss”) como referencia a la parodia anterior.



Figura 7

Ahora bien, las sitcoms animadas también se mofan de la musicalización propia de dicho formato. Por ejemplo, en “Holy Crap” (T2.E2) de *Family Guy*, Peter, quien ha compartido muy pocos momentos con su padre, asegura querer tener una relación paterno-filial como las de las series de televisión y añade: “Where we hug and the music goes.. la, la, la”. De inmediato, aparece detrás de Peter una banda y toca justamente la melodía a la que él se refería. Brian, aprovechando la oportunidad, le pide a los chicos de la banda que toquen la melodía que sonaba cada vez que los chicos Brady de la serie *The Brady Bunch* (ABC, 1969-74) bajaban las escaleras. La banda lo hace y en efecto vemos como aparecen los chicos de dicha serie bajando las escaleras de los Griffin. A lo largo de ese mismo episodio, cada vez que Peter está a punto de abrazar a su padre, vemos a la orquesta preparándose para amenizar el momento, hasta que al finalmente llega la oportunidad.

También en “The Story on Page One” (T2.E19), de la misma serie, cuando Peter cambia el reportaje que Meg ha escrito por el suyo, acompaña la escena tarareando música de suspense, incluso aumenta el tono de la voz cuando hay momentos de mayor peligro. Y en “Family Guy Viewer Mail #1” (T3.E21), el segundo deseo que pide Peter al genio que aparece de la botella de cerveza es su propia musicalización: vaya a donde vaya y haga lo que haga, todos sus movimientos debe ir acompañados de música o efectos de sonido.

Otra forma de parodiar los códigos sonoros de la sitcom es transformando elementos tradicionalmente extradiegéticos (música y voz *over*) en diegéticos. Por ejemplo, en el episodio “The X-Files” (T8.E10), de *The Simpsons*, Homer se ve obligado a ir a casa caminando debido a su estado de embriaguez. El camino que decide tomar lo conduce a una carretera solitaria y oscura. Mientras vemos a Homer caminar nervioso, se escuchan de fondo “The Murder”, la famosa pieza musical de la escena de la ducha de *Psycho* (1960). De repente, Homer divisa, gracias a las luces, un vehículo que se dirige hacia él y el volumen de la música aumenta a medida que éste se acerca. Justo antes de ser alcanzado por el vehículo, Homer se aparta del medio de la carretera y, desde un lado, sin las luces encandilando, se desvela que el vehículo en cuestión es el autobús de la Filarmónica de Springfield, que tiene una parada justo donde Homer se encuentra. Del autobús baja una violinista, que como el resto del grupo, continúa tocando su instrumento y empieza a caminar en dirección contraria a Homer. Tras marcharse el autobús y la violinista, la música empieza a perder presencia hasta que desaparece finalmente. De forma clásica, las piezas musicales se introducen en la escena de forma extradiegética. Sin embargo, en el caso de un texto paródico como *The Simpsons*, la fuente musical, en contra de la convención del uso no diegético, es presentada de forma visual y se convierte en un elemento diegético.

También en el episodio “Fart-Break Hotel” (T6.E9), de *American Dad!*, hay dos situaciones en las que un elemento extradiegético, en este caso la voz *over*, se convierte en diegético. Convencionalmente, la voz *over* es presentada por medio de la figura del narrador no diegético o de forma metadiegetica dentro de la cabeza de un personaje (Harries, 2000: 74). No obstante, en “Fart-Break Hotel” tanto el narrador como los supuestos pensamientos de uno de los personajes son mostrados en escena. Al inicio del episodio, Francine, sin saber cómo divertirse durante su estancia en el hotel, decide solicitar información en la recepción. El hombre que la atiende le pregunta qué actividades suele hacer y ella solo consigue decir que en los últimos 20 años de su vida se ha dedicado exclusivamente a cuidar de su familia, a lo que el hombre responde: “Sounds like someone needs to get a life”. Francine se aleja del mostrador sin saber que decir. Su rostro aparece en primer plano y escuchamos como la última frase del hombre retumbando en su cabeza una y otra vez. Pocos minutos después, tiene la oportunidad de suplantar a una mujer con una vida excitante y la frase vuelve a escucharse. Inicialmente parece un recuerdo de Francine, pero una vez se amplía el plano vemos al hombre de la recepción repitiéndosela al oído desde detrás de ella. En ese mismo episodio, a lo largo de toda la historia, escuchamos en diversas ocasiones una voz *over*, la de un supuesto narrador omnisciente. Al final del episodio, en la última escena, aparece Francine, de espaldas, caminando por la calle en la que vive, alejándose de su casa, mientras escuchamos la voz que dice: “And from that moment on, Francine made Thursday her day. A day to do whatever she pleased. Yeah, girl! Do your thing. Get your Thursday on!”. Francine, como si también hubiese escuchado la voz, se da la vuelta rápidamente para ver de dónde proviene. Sin embargo, y a diferencia del espectador, no consigue ver a un hombre que se esconde detrás de

unos arbustos (**Figura 8**), el supuesto narrador, que añade: “Man, was that close”, refiriéndose a lo cerca que estuvo de ser descubierto por uno de los personajes de la historia que el mismo explicaba. En definitiva, las intrusiones estilísticas de los tres últimos ejemplos violan las expectativas diegéticas del espectador al transgredir y evidenciar técnicas cinematográficas y televisivas ancladas.



Figura 8

4.2.4. Otros elementos

Además de los finales felices, la memoria de los personajes y las risas enlatadas, las comedias animadas parodian otros elementos característicos de la sitcom. Por ejemplo, en “I Never Met the Dead Man” (T1.E2), de *Family Guy*, Peter decide aprovechar al máximo su vida y deja de ver televisión para invertir todo su tiempo libre con la familia. No obstante, después de un tiempo, toda la familia, a excepción de Peter, se cansa de esa situación y desea volver a la rutina, que por supuesto incluye ver la televisión. Lois, intentando convencer a Peter de que haga lo mismo, le dice: “Don’t you miss TV just a little? The familiar stories, the broadly drawn characters, the convenient plot turns that bring a character around at exactly the right moment?”. De inmediato, se abre la puerta de entrada de la casa y aparece el actor William Shatner, quien asegura haber tenido un problema mecánico con su coche de camino a una conferencia sobre como la televisión une a las familias. Así, además de enumerar ciertas características de la sitcom en medio de un dialogo, la serie reproduce una de ellas con el objetivo de hacernos reír siendo irónica.

En otro episodio de la serie, “Fast Times at Buddy Cianci Rj. High” (T4.E2), se hace mofa de los enredos y temáticas más repetidas de la sitcom y se burlan del tipo de comedia que la misma serie representa. En dicho episodio, antes de que aparezcan los créditos iniciales de la serie, vemos una parodia de los títulos de crédito del policíaco *Law and Order* (NBC, 1990-2010), pero en este caso no escuchamos la clásica introducción de la serie¹⁵² sino que la voz *over* dice:

152 Al inicio de cada episodio de *Law and Order* aparecía la caratula de la serie y de fondo, en voz *over*, se escuchaba: “In the criminal justice system, the people are represented by two separate yet equally important groups: the police who investigate crime and the district attorneys who prosecute the offenders. These are their stories”.

In the television comedy world, the people are entertained by two getting clean separate types of shows: traditional sitcoms that get laughs out of everyday situations, like try fixing you own plumbing or inviting two dates to the same dance, and animated shows that jokes about farting. This is the latter.

De inmediato, aparece Peter, sentado en el sofá de la sala, soltando una fatulencia, reafirmando así a qué categoría de la clasificación pertenece la serie.

Las populares catchphrases o latiguillos de la sitcom también son parodiados. En “Welcome Back, Carter” (T9.E3) de *Family Guy*, Peter, usando a Carter Pewterschmidt como esclavo, le ordena que le escriba su propia catchphrase. Pewterschmidt redacta una larga lista de frases y todas le gustan mucho a Peter, pero al final se decide por “If you’ve got a problem, take it up with my butt. He’s the only one that gives a crap”. También en “Cleveland Live!” (T2.E2) de *The Cleveland Show*, justo al inicio, Rallo dice: “Whoop, here I is!” y después añade: “That’s gonna be my new catchphrase for season two”. Cleveland Jr. lo escucha y responde: “Mine’s gonna be “Teddy Bear Picnic””. Por su parte, Rallo como considera que todo lo que hace Cleveland Jr. es hortería y pasado de moda, cambia de opinión rápidamente y declara: “You know what? Forget it. Catchphrases are stupid”. En ese mismo episodio de *The Cleveland Show* también se parodian otras características de la sitcom, como la artificialidad de los escenarios. Por ejemplo, después de que Robert descubra que la policía lo está siguiendo, obliga a Cleveland Jr. y Rallo a que huyan con él saltando desde la ventana de su apartamento, que está en la tercera planta de un edificio. Uno por uno, los tres saltan por la ventana y oímos sus gritos que se prolongan hasta caer, supuestamente, sobre un contenedor de basura. Sin embargo, después de lanzarse Rallo, el último, se observa que la distancia que saltaban era minúscula, ya que tras el salto aun podemos ver parte de su peinado afro del otro lado de la ventana. También en “Cleveland Live!” (T2.E2), se incluye una columna en medio del salón de la casa solo para que Donna pueda simular que se desnuda y podemos ver a Cleveland corriendo de un escenario a otro, por todo el estudio de grabación de la serie, para poder ir apareciendo en las diferentes secuencias del episodio.

En “Gorillas in the Mist” (T6.E9) de *American Dad!* también se muestra el estudio de grabación de la serie como si se tratara de un programa de imagen real y no animado. Al inicio del episodio, Stan dice que el hecho de abrir una cerveza y que salte toda la espuma no es divertido. En seguida, aparece un empleado del bar donde está Stan con sus amigos, mira a la cámara y dice: “Is kind of funny”. Desaparece y la trama sigue su curso. Minutos más tarde, después de que un hombre diga que no es divertido tener que apagarse fuego del trasero sentándose sobre un barril lleno de agua, vuelve a aparecer el mismo chico y repite la misma frase. Finalmente, después de que el gorila secuestre a Steve y el cuidador del zoológico se ría de ello, Stan vuelve a decir que no es divertido. Una vez más, todos esperamos que aparezca el chico del bar, incluso Stan y el cuidador se miran entre ellos como preguntándose que pasa con el chico. La imagen se corta y vemos al chico corriendo hacia la entrada del zoo, luego entre la multitud y finalmente entrando al área del gorila. Mientras el chico corre hasta entrar en el plano y repetir su frase, vemos todo el montaje para filmar la escena: las luces

y la cámara enfocándolos, el director revisando el guion y el encargado de sonido sosteniendo el micrófono (**Figura 9**). Como vemos, la escena no solo crea la sensación de una verdadera filmación televisiva a través de los escenarios, sino también de la actitud de Stan y el cuidador, que aparecen como verdaderos profesionales que solo están actuando.

En otro episodio de la misma serie, “Son of Stan” (T6.E2), Stan contesta el teléfono creyendo que es Hayley y resulta ser Roger. La pantalla se divide en dos partes por el eje vertical. En el lado derecho continúa apareciendo Stan en medio de la celebración de un funeral, mientras que a la izquierda vemos a Roger vestido de alto ejecutivo, sentado en un lujoso despacho con vistas al edificio Chrysler. Stan le dice a Roger que necesita tener la línea telefónica disponible por si llama Hayley y que lo llamará más tarde, pero Roger responde: “You don’t have to. I’m right next to you. You didn’t see me setting all this stuff up?”. Mientras habla Roger, el plano se amplia y en efecto vemos que Roger está justo al lado de Stan y Francine. El despacho en él parecía estar es solo un minúsculo escenario montado sobre una plataforma rodante (**Figura 10**). A continuación, se baja de la mencionada plataforma y añade: “Look! Now we’re in the same scene”. Este gag, como los anteriores, evidencia la realidad de los escenarios detrás de cámara y su cercanía fuera de escena. Sin embargo, en este caso no se muestra como algo que se quisiera ocultar sino, por el contrario, como un elemento cómico.

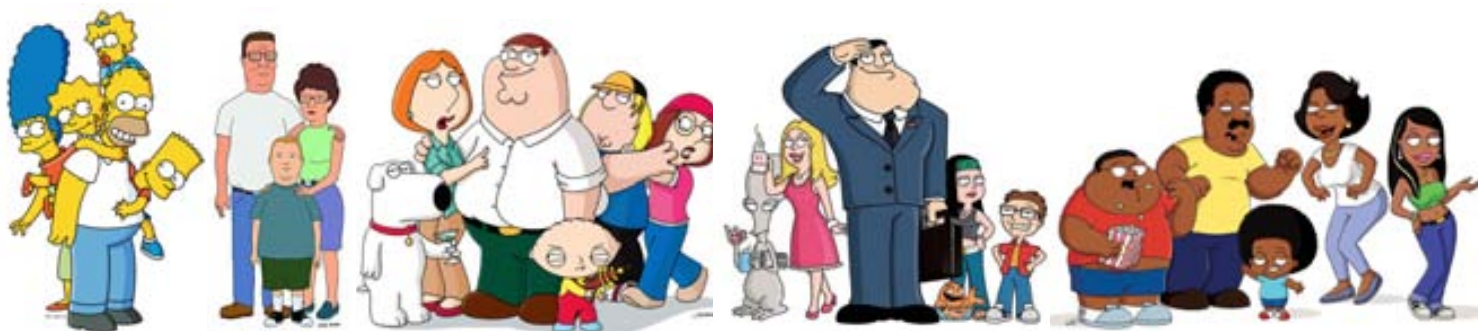


Figura 9



Figura 10

4.3. La familia protagonista



The Simpsons

King of the Hill

Family Guy

American Dad!

The Cleveland Show

Como ya se ha venido señalado hasta ahora, para parodiar un texto es necesario imitarlo pero también violar sus normas, y es precisamente esto lo que hacen las series animadas con los personajes de la sitcom. En cada uno de ellos se experimentan, principalmente, dos de las fórmulas paródicas que explica Harries (2000): la inversión y la exageración. Tanto el aspecto físico, como el comportamiento de cada miembro de la familia, está tergiversado, llevado a su extremo o caricaturizado por medio de la exageración. De esta forma, todos los modelos de caracterización de la sitcom son contradichos, con lo que se invita a la risa una y otra vez.

La comedia de situación se caracteriza por estar protagonizada por una familia, que puede ser nuclear, extensa, monoparental, homoparental o incluso un grupo amigos o de compañeros de trabajo. Las series animadas analizadas en el presente trabajo son comedias de situación domésticas, también conocidas como *domcoms*, y están protagonizadas por familias nucleares como unidad básica. Siempre hay una madre, un padre y entre uno y tres hijos.

Los Simpson (*The Simpsons*), los Hill (*King of the Hill*), los Griffin (*Family Guy*), los Smith (*American Dad!*) y los Brown-Tubbs¹⁵³ (*The Cleveland Show*) son parodias de la familia “ideal” representada por la sitcom doméstica americana. Estas familias son la antítesis de la familia presentada en la comedia de situación de la posguerra, como los Anderson (*Father Knows Best* [CBS, 1954-60]), los Stone (*The Donna Reed Show* [ABC, 1958-66]), los Cleaver (*Leave It to Beaver* [CBS, 1957-58; ABC, 1958-63]) y los Nelson (*The Adventures of Ozzie and Harriet* [ABC, 1952-66]), o de comedias más recientes como los Cunningham (*Happy Days* [ABC, 1974-84]), los Huxtable (*The Cosby Show* [NBC, 1984-92]) o los Seaver (*Growing Pains* [ABC, 1985-92]). Todas estas familias y las relaciones que se entretrejan dentro de ellas reforzaban el mito de la fuerza familiar por encima de todos los problemas, mientras que el mensaje de las comedias animadas suele ser que la convivencia familiar es complicada y que la unidad familiar no es suficiente para hacer frente a todas las dificultades.

153 La familia conserva ambos apellidos, el del padre y el del primer marido de la madre porque son los apellidos de los hijos: Cleveland Brown, Jr., hijo de Cleveland y Loretta Brown, y Roberta y Rallo Tubbs, hijos de Robert y Donna Tubbs.

4.3.1. Los padres

David Grote afirma que los personajes cómicos responden, tradicionalmente, a tres tipos: *the Innocent* (el inocente), *the Fool* (el tonto) y *the Scoundrel* (el canalla) (Grote, 1983: 11). Sin embargo, los personajes más recordados y queridos de las comedias han sido contruidos a partir del tonto, como Lucy (*I Love Lucy* [CBS, 1951-57]), Archie (*All in the family* [CBS, 1971-79]) o más recientemente Homer (*The Simpsons* [Fox, 1989-]). Homer, así como el resto de padres de *sitcoms* animadas, además de tonto es retratado como un hombre incompetente, creador y no solucionador de conflictos, que no es respetado por sus hijos, patán, glotón, inmaduro e incluso peligroso para la comunidad, nada más alejado del padre modélico y ejemplo a seguir de la *sitcom* tradicional. Incluso, Hank Hill (*King of the Hill*), el padre más cercano al personaje clásico, carece de numerosas habilidades sociales, es incapaz de relacionarse con su propio hijo y, en algunas ocasiones, es demasiado conservador. En general, los padres de la *sitcoms* animadas cumplen, dentro de la serie, un rol más cercado al del “hijo problema” que al de maestro y guía.

De acuerdo con Nick Trujillo (Trujillo, 1991), la masculinidad hegemónica de la cultura americana tiene cinco características fundamentales: fuerza física y control, realización profesional, patriarcado familiar, espíritu aventurero y heterosexualidad. Estos cinco elementos están presentes en las figuras paternas de la clase media-alta representada en la televisión. Sin embargo, los padres de las series de clase trabajadora no poseen la mayoría de dichas características. De hecho, la única que tienen es la heterosexualidad. Homer, Peter (*Family Guy*), Stan (*American Dad!*) y Cleveland (*The Cleveland Show*) son todo lo opuesto al padre de clase media-alta, pues constituyen una exageración de la figura paterna de la ficción inspirada en la clase media trabajadora.

La devaluación del hombre de clase trabajadora, según Richard Butsch, es uno de los patrones más repetidos en los cincuenta años de la comedia de situación:

Since the 1950s manual workers, especially white working-class men, have been characterized as uncouth beer-belie loud-mouths, couch potatoes, wife beaters, the silent majority, racists, supporters of right-wing causes (Butsch, 2005: 113).

Butsch añade también que son tontos, irresponsable y carecen de sentido común, suelen tener buenas intenciones y son queridos, pero no respetados ni imitados (Butsch, 2003 [1995]: 576). Por el contrario, el hombre de clase media-alta siempre es representado como un padre comprensivo, respetuoso y sabio.

De esta manera, el personaje de Homer (por mencionar el padre animado más antiguo y famoso) tiene numerosos precedentes televisivos, comenzando por Ralph Kramden (*The Honeymooners* [CBS, 1955-56]) y seguido de Fred Flintstone (*The Flintstones* [ABC, 1960-66]) y Archie Bunker (*All in the family* [CBS, 1971-79]); así como sucesores, por ejemplo, Doug Heffernan (*King of Queens* [CBS, 1998-2007]) y Jim (*According to Jim* [ABC, 2001-09]).

Homer y Peter encajan, punto por punto, en la definición de Butsch del hombre blanco de clase trabajadora. Incluso Stan, que no pertenece a la clase trabajadora, posee la mayoría de los rasgos señalados por Butsch. Y es que muchas familias de clase media alta de la televisión moderna también han tenido como figura paterna un hombre inepto, incompetente y casado con una mujer muy superior a él, como es el caso de Tim Taylor (*Home Improvement* [ABC, 1991-99]) o Ray Barone (*Everybody Loves Raymond* [CBS, 1996-2005]). Por su parte, Cleveland carece de una de las principales características señaladas por Butsch, pues no es blanco, sino afroamericano; sin embargo, su personalidad reúne la mayoría de rasgos del “white working-class men”.

Por el contrario, Hank Hill representa todos los ideales de masculinidad hegemónica identificados por Trujillo. Los rasgos señalados por Butsch están presentes en *King of the Hill*, pero no en el personaje de Hank, sino en los de sus tres mejores amigos: Dale, el paranoico e incompetente exterminador; Bill, el gordo ingenuo y emocionalmente necesitado, y Jeff, el egocéntrico y promiscuo.

Homer, como los demás padres bufones, se recrea a sí mismo en cada episodio, explorando la pluralidad de representaciones de la masculinidad (Williams-Rautiola: 2006). Es el hombre centrado y el ansioso; el padre entregado y el histérico; el esposo desagradecido y el romántico; el empleado inepto y el autónomo emprendedor. Por el contrario, la hegemónica masculinidad de Hank no se reinventa. Paradójicamente, Hank es un personaje animado, pero complejo y humano. Las convenciones de la animación añaden poco a la caracterización de Hank, de él no esperamos cualquier tipo de locura, sino siempre la respuesta de un hombre integro, modesto, púdico y de moral fuerte. Su masculinidad no se transforma en cada episodio, sino que es puesta a prueba por una sociedad cambiante y por su afeminado hijo, Bobby.

4.3.2. Las madres

Tal y como señala Butsch, la caracterización negativa del padre se acentúa en contraste con la de la esposa, una mujer inteligente, racional, sensible, responsable y madura (Butsch, 1992). A diferencia de los padres, las madres animadas televisivas rara vez fracasan en su rol doméstico, familiar o conyugal, e incluso, cuando cometen un error, no tienen ningún reparo en disculparse y rectificar. Marge (*The Simpsons*), Peggy (*King of the Hill*), Lois (*Family Guy*), Francine (*American Dad!*) y Donna (*The Cleveland Show*) personifican, más no parodian ni satirizan, el rol de ama de casa abnegada de la sitcom tradicional, representado principalmente por June Cleaver (*Leave It to Beaver* [ABC, 1957-63]), Alice Kramden (*The Honeymooners* [CBS, 1955-56]), Edith Bunker (*All in the Family* [CBS, 1971-79]) y Marion Cunningham (*Happy Days* [ABC, 1974-84]).

De igual forma que estas madres de sitcoms clásicas, las progenitoras animadas aparecen día a día lidiando con genuinos problemas familiares, se encargan de todo lo relativo a la vivienda familiar (limpiar, cocinar, hacer la compra, ordenar, etc.), son inteligentes, responsables, cariñosas, comprensivas y suelen tener alguna habilidad artística, por ejemplo, Marge pinta muy bien y Lois da clases de piano a niños pequeños. Sobre ellas

no solo recae el rol domestico, sino la estabilidad de todo el hogar. Sin ellas la unidad familiar, física y emocionalmente, se vendría abajo.

Su escenario principal es, en consecuencia, el hogar familiar. Marge, Lois y Francine han tenido pequeñas incursiones en el mundo laboral; sin embargo, éstas nunca se prologan por más de un episodio y las tres madres siempre terminan volviendo a casa para ocuparse de sus quehaceres domésticos. Por su parte, Peggy y Donna sí que tienen empleos fijos. Al inicio de *King of the Hill*, Peggy era profesora sustituta de castellano en la escuela secundaria Tom Landry y el bachillerato de Arlen. Pero a partir de la tercera temporada empieza a escribir una columna para un periódico local y en la decimoprimer, después de ser despedida del diario, es contratada en una agencia inmobiliaria, donde trabaja hasta el final de la serie. Donna siempre ha trabajado como asistente del director del bachillerato de Stoolbend y es la única de las cinco madres que no depende económicamente de su esposo. De hecho, antes de casarse con Cleveland, ella sola mantenía a sus dos hijos, Roberta y Rallo. Pero, a pesar de sus empleos, el escenario en el que suelen ser presentadas Peggy y Donna, así como Marge, Lois y Francine, es su propia casa. Así como Elyse Keaton (*Family Ties* [NBC, 1982-89]) y Clair Huxtable (*The Cosby Show* [NBC, 1984-92]), Peggy y Donna suelen desarrollar sus actividades laborales fuera de las cámaras, de manera que su trabajo no interfiera con sus obligaciones domésticas y parentales (Snow y Snow, (2009 [2001]): 184).

Pero a pesar de todas las similitudes, ocasionalmente las series animadas ridiculizan el estereotipo de la ama de casa televisiva idealizada. Aunque generalmente las madres animadas suelen estar conformes con su rol, en algunos episodios se evidencia su frustración y cansancio respecto a las tareas del hogar. Por ejemplo, en “Homer Alone” (T3.E15) de *The Simpsons*, Marge sufre una crisis nerviosa y debe pasar unos días en una casa de reposo, y en “Simpsoncalifragilisticexpiala(D’oh!)cious” (T8.E13) debe contratar a una persona que se encargue de los niños y la casa porque el stress le ha provocado una pérdida de cabello alarmante. Francine de *American Dad!* se revela en contra de su familia en “Fart-Break Hotel” (T6.E9), incluso se imagina asesinandolos a todos brutalmente, porque se aburre de su rutina diaria y de que nadie le agradezca todos sus esfuerzos. Y Donna, en “Beer Walk” (T2.E9) de *The Cleveland Show*, hace creer a su esposo e hijos que está gravemente lesionada para no tener que encargarse de las tareas del hogar y que todos colaboren en casa. Pero, a pesar de que al final de todos estos episodios, las madres vuelven a tomar el control en casa y se dan cuenta de la importancia de su trabajo, en el último episodio mencionado de *The Cleveland Show* (“Beer Walk”) no sucede lo mismo. Después de que Donna le confiese a Cleveland que todo era un engaño y que en realidad no estaba herida, descubre que ni él, ni nadie en la familia, la necesita; en efecto, Cleveland cuida de la casa y los niños mejor que ella. Deprimida, se va al bar a beber con los amigos de Cleveland, quienes consiguen empujarla a que recupere su lugar en la familia. Donna corre a impedir que Cleveland continúe cumpliendo con sus obligaciones e interrumpe su discurso en una ceremonia de caridad diciendo:

Cleveland, I have something to share with you and everyone here, especially the women. I had it all: I was a mother, a wife and a career woman. Yes, it was a lot of work, but it's woman's work. This woman. And I am taking back my home.

En un primer momento, Cleveland se niega a dejar sus labores domésticos, pero termina accediendo a las suplicas de Donna alegando que lo hace por el amor que siente hacia ella. Ella, orgullosa, recupera su rol doméstico. Pero, una vez en casa, mientras lava los platos y se dice a sí misma que nadie le enseña a ella como hacer su trabajo, se da cuenta que, al final, la engañada ha sido ella y que el discurso de los amigos de su marido en el bar solo buscaba inducirla, inconscientemente, a liberar a Cleveland de todas las tareas domesticas para que volviera al bar con ellos. Sintiendo estúpida, Donna grita: "Wait! What the &%\$@*#\$ I am I doing?!" En definitiva, estas mujeres no siempre están tan felices de soportar la carga que conlleva criar a los hijos, cuidar de una casa y tener un empleo.

Además, estas nuevas madres animadas son mucho más dominantes que sus antecesoras, más modernas y liberales respecto a su vida sexual. A diferencia de las esposas de la sitcom tradicional, estas mujeres animadas no son asexuadas. Hemos visto a Marge seduciendo a Homer y a Donna compartiendo secretos de su vida privada con sus amigas y vecinas. Francine, antes de casarse, llevaba una vida de promiscuidad desproporcionada: por cada persona con la que se acostaba plantaba un rosal y así fue como consiguió poseer el "jardín del sexo" más grande del mundo. Lois protagonizó una película pornográfica cuando era más joven, lleva a cabo prácticas sadomasoquistas con su marido y son propios de ella comentarios como el siguiente:

Look, Meg, A, ear sex is just unnatural, and B... how do I say this? Vaginal intercourse is... it's just tops! It's the bee's knees Meg. Oh, when your rattle it around just right, oh my God! I mean, you remember when we had that old car with the bad shocks and I used to take the old dirt road on purpose! ("Prick Up Your Ears" [T5.E6]).

Y por si todo lo anterior fuera poco, Marge y Lois son adictas al juego, mientras que Francine y Donna ocasionalmente tiene problemas con la bebida y el cigarrillo. Incluso, en alguna oportunidad, hemos visto a Lois y Francine utilizando algún tipo de droga. Sin embargo, es preciso señalar, que el uso de dichas sustancias es retratado de forma esporádica y puntual. Por el contrario, el consumo de alcohol por parte de los padres es una práctica común. Homer (*The Simpsons*), Peter (*Family Guy*) y Cleveland (*The Cleveland Show*) aparecen en el bar tomando cerveza con sus amigos casi el mismo número de veces que en su propia casa. La escena recurrente de *King of the Hill* incluye a Hank y sus amigos bebiendo cerveza en el portal de su casa; mientras que Stam (*American Dad!*), el menos adicto de todos, ha aparecido en un par de ocasiones en un bar con sus colegas de trabajo. Como es evidente, el consumo de alcohol entre los padres, además de común, es una actividad social. Por el contrario, las madres aparecen en muy pocas ocasiones en compañía de otras mujeres y ninguna de ellas tiene una amiga de verdad. En algún episodio concreto, Marge, Peggy, Lois, Francine y Donna han hecho una nueva amistad o han presentado una antigua amiga del pasado;

no obstante, éstas no suelen ser personajes fijos de la serie como sí lo son los amigos de sus respectivas parejas. En “BFFs” (T3.E1), de *The Cleveland Show*, Donna pone de relieve este hecho cuando su marido, Cleveland, se lamenta de haber perdido contacto con sus amigos de Quahog:

Cleveland: Donna, I just don't understand. Why didn't Peter call when he was in town? He and I were BFFs.

Donna: Black and fat friends?

Cleveland: Yep. We even got these tattoos.

Donna: I'm sorry, baby. But Stoolbend is your home now, and you've got great friends here. More than me. I've lived here my whole life, and I don't have any friends. Seriously. Name one friend of mine.

Cleveland: I can't.

Donna: While you're at it, name one friend of Marge Simpson's.

Cleveland: Can't do it.

Donna: Or Lois Griffin's.

Cleveland: Nope.

Donna: Francine Smith?

Cleveland: Who?

Donna: See? So you should be happy with the friends you've got now and not worry about those guys back in Rhode Island.

Tal como evidencia el diálogo, ninguna de las madres de las series animadas analizadas tiene un círculo de amigos estable como el de su pareja. Ni siquiera Donna tiene más amigos que su marido, a pesar de que ella, a diferencia de Cleveland, siempre ha vivido en el mismo pueblo.

4.3.3. Los hijos

Entre los personajes principales de la sitcom clásica también figuran los hijos, que suelen tener entre 6 y 17 años. Al menos uno de ellos debe ser muy pequeño, el inocente y carente de experiencia que proporciona numerosos argumentos y complicaciones acerca del mundo que está conociendo. Por ejemplo, Kathy en *Father Knows Best* (CBS, 1954-60), Nick (Nicholas) en *Eight Is Enough* (ABC, 1977-81), Trisha en *The Donna Reed Show* (ABC, 1958-66), Cindy y Bobby en *The Brady Bunch* (ABC, 1969-74) y Rudy (Rudith) en *The Cosby Show* (NBC, 1984-92). Al mismo tiempo, debe haber otro lo suficientemente mayor para experimentar problemas con la adolescencia y la sociedad. Este hijo ya no solo aprende sobre el mundo, sino también sobre la gente que habita en él y experimenta problemas con los amigos, la familia, el sexo opuesto, el dinero, etc. Es el caso de Bud (James) en *Father Knows Best* (CBS, 1954-60), Connie en *Eight Is Enough* (ABC, 1977-81), Mary en *The Donna Reed Show* (ABC, 1958-66), Marcia y Greg en *The Brady Bunch* (ABC, 1969-74) y Theo (Theodore) en *The Cosby Show* (NBC, 1984-92). En definitiva, se trata de representar a todo el grupo familiar para atraer a un amplio espectro de espectadores.

Al igual que los padres, los hijos animados continúan teniendo características estereotipadas; por ejemplo, Lisa Simpson, Steve Smith y Cleveland Brown Jr. son tres empollones e inadaptados como Steve Urkel de *Family Matters* (ABC, 1989-97; CBS, 1997-98); mientras que Bart Simpson y Rallo Tubbs representan el típico “hijo problema” de la sitcom tradicional representado por Mike Seaver de *Growing Pains* (ABC, 1985-92) o T.J. Lambert de *Step by Step* (ABC, 1991-97; CBS, 1997-98). Sin embargo, los niños y adolescentes animados, de la misma forma que sus progenitores, son versiones exageradas de sus predecesores televisivos. Stewie Griffin es solo un bebé, y como tal, necesita ser alimentado, que le cambien los pañales y disfruta viendo *Teletubbies* (Children’s BBC, 1997-2001), pero posee una inteligencia sobrenatural que solo emplea con propósitos malvados: intentar dominar el mundo y eliminar a su madre. Lisa también disfruta con ciertos placeres de la infancia: ve *The Itchy and Scratchy Show*, juega con la Stacy Malibu¹⁵⁴, adora los ponis y es fan del ídolo juvenil Corey; pero también tienen un coeficiente intelectual y una madurez moral y emocional muy superiores a las de una niña de tan solo ocho años.

Los primogénitos de las cinco familias protagonistas son problemáticos y suelen tener ideas muy opuestas a las de sus padres, lo que los convierte en una decepción para estos últimos. Bart (*The Simpsons*) es conf ictivo y no para de hacer travesuras con las que avergüenza a sus padres; Roberta (*The Cleveland Show*) es una adolescente caprichosa y rebelde a quien su madre es incapaz de controlar y Meg (*Family Guy*) es el objeto de las bromas de toda su familia, carece de cualquier talento y sus padres la consideran el mayor fracaso de sus vidas. Por su parte, los casos de Hayley Smith (*American Dad!*) y Bobby Hill (*King of the Hill*) son más remarcables, pues no se trata de chicos conf ictivos, sino que su propia personalidad desafía constantemente las creencias de sus respectivos padres. Hayley es totalmente opuesta a su padre, Stan. Ella es liberal en todos los aspectos de la vida, mientras él es un republicano conservador de ultraderechas. Su relación recuerda a la de Alex P. Keaton (*Family Ties* [NBC, 1982-89]) con sus padres, pero a la inversa¹⁵⁵. Por su parte, Bobby desafía el ideal de masculinidad de su padre. Al contrario de Hank, Bobby no le gustan los deportes, no se preocupa por tener un cuerpo atlético y suele tener pasatiempos que su padre considera demasiado femeninos.

El segundo hijo o “hermano del medio”, como Lisa (*The Simpsons*), Steve (*American Dad!*), Cleveland Jr. (*The Cleveland Show*) y Chris (*Family Guy*), se caracterizan por ser inadaptados sociales. En el caso de los tres primeros, se trata de chicos sobresalientes en la escuela que intentan quitarse el estigma de “empollón”, mientras que en el caso de Chris el fracaso social se debe a su personalidad estúpida e irracional. Finalmente los hijos más pequeños, oscilan entre el típico bebé (Maggie, *The Simpsons*) y el monstruo malvado (Stewie, *Family Guy*), pasando por el preescolar enrollado (Rallo, *The Cleveland Show*).

154 Una muñeca que parodia a la Barbie de Mattel.

155 A diferencia de Hayley, Alex es un joven republicano que se enfrenta ideológicamente a unos padres liberales y exhippies.

4.3.4. Las mascotas

El galgo inglés Santa's Little Helper y el gato negro Snowball II de *The Simpsons*, así como la sabueso Ladybird de *King of the Hill*, son las típicas mascotas de familia: aparecen ocasionalmente en escena, han traído alguna alegría o desgracia a la familia a lo largo de los años y han protagonizado algún episodio. Sin embargo, las mascotas de *Family Guy* y *American Dad!*¹⁵⁶ están lejos de poder describirse como típicas.

Brian, de *Family Guy*, es un perro antropomorfizado¹⁵⁷: es bípedo, sabe hablar, leer, le encantan los martinis e incluso visita ocasionalmente a un psicoanalista. Es todo un caballero, adora la música clásica, habla francés muy fluido, es cinturón verde en taekwondo e indiscutiblemente el personaje más sensato y elocuente de la serie. Pero, aunque Brian suele comportarse como un humano, aún tiene un fuerte instinto animal. A pesar de su antropomorfización, Brian, como el resto de perros, come basura, se lame a sí mismo y se quita los piojos y garrapatas rascándose con una de las patas traseras. Aunque acostumbra a sentarse como una persona, algunas veces aparece sentado sobre sus patas posteriores como los demás perros. Le teme a los ruidos que hacen la aspiradora y el inodoro, por ello sus necesidades fisiológicas la hace fuera de casa.

Roger y Klaus, de *American Dad!* son personajes aun más excéntricos que Brian. Roger es un extraterrestre, inspirado físicamente en E.T. y los supuestos extraterrestres grises encontrados en Roswell, que se mudó con los Smith después de salvarle la vida a Stan. Roger es sarcástico, extravagante, egocéntrico y afeminado. Adora disfrazarse y en cada episodio adopta la identidad de un extraño personaje producto de su imaginación. Más que una mascota, Roger cumple con el rol de hijo problema: hace siempre lo que quiere, es caprichoso, infantil, obstinado y suele meter a la familia en problemas. Por su parte, Klaus Heissler es un atleta de elite alemán encerrado en el cuerpo de un carpín dorado. En las ficticias olimpiadas de invierno de 1986, la CIA cambió su cuerpo por el de un pez para evitar que Alemania del Este ganara la medalla de oro en la categoría de salto de esquí. Klaus añora su cuerpo humano más por sus capacidades sexuales que por las atléticas. Desde el inicio de la serie, hasta la tercera temporada, siente una gran atracción por Francine; sin embargo, como muestra de gratitud con Stan por haberle salvado la vida, decide dejar de intentar seducirla. Klaus suele ser ignorado y menospreciado por la familia, lo que lo ha convertido en un ser frustrado, solitario y egoísta.

A diferencia de Santa's Little Helper, Snowball II y Ladybird; Brian, Roger y Klaus cumplen un rol diferente al de la mascota de la familia, aunque en apariencia es eso lo que son. De la misma manera que los padres y las madres, las mascotas de la *domesticom* animada funcionan como parodias de los personajes clásicos y asumen roles más cercanos al de otros personajes, como el hijo rebelde, el amigo e incluso el padre.

156 Los Brown-Tubbs, protagonistas de *The Cleveland Show*, no tienen mascotas.

157 En el universo de *Family Guy*, solo Brian, y su primo Jasper (un personaje recurrente) son criaturas antropomorfizadas; el resto de los perros, como por ejemplo Biscuit, la madre de Brian, o Seabreeze, una de sus novias, son animales corrientes.

Como es evidente en todos los casos, desde los padres hasta las mascotas, al crear personajes a partir de estereotipos o parecidos y tomando rasgos tanto físicos como psicológicos de otros personajes famosos, las comedias animadas de prime time no buscan plagiar sino parodiar. Por medio de esta estrategia narrativa, dichas comedias consiguen establecer un vínculo de complicidad con la audiencia, al mismo tiempo que se ahorran tramas narrativas que de otra forma hubiesen tenido que desarrollar para conseguir el mismo fin. Por ejemplo, desde el primer episodio de *Family Guy* ya el público sabe que tipo de padre es Peter Griffin. No hace falta que ver una a una todas sus locuras para descubrir que es una parodia de Jim Anderson (*Father Knows Best* [CBS, 1954-60]) y una copia exagerada de Al Bundy (*Married... with Children* [Fox, 1987-97]).

4.4. Ubicación y espacialidad



The Simpsons



King of the Hill



Family Guy



American Dad!



The Cleveland Show

El escenario central de la *domesticom* clásica, como de la animada, es la vivienda familiar. Tal como destaca Buonanno (1999), dicho género es el único en “que la coincidencia entre casa y familia es total y constitutiva del mismo género” (117). La vivienda familiar es casi el único en el que aparecen las madres, mientras que los padres también suelen ser presentados en su sitio de trabajo y los hijos en un centro de enseñanza. Generalmente, en la residencia familiar se desarrolla la mayor parte de la historia y toman lugar los eventos más importantes de la trama; mientras que el resto de escenarios solo son presentados cuando son absolutamente necesarios para la narración del episodio. A diferencia de la *sitcom* de imagen real, las comedias animadas, dadas sus características técnicas, no tienen ningún inconveniente en incluir numerosos escenarios; sin embargo, todas las localizaciones siguen siendo secundarias en comparación a la residencia familiar.

Hacia finales de los años cincuenta, las familias de la televisión americana habían dejado la ciudad y se habían mudado a los suburbios de clase media. De hecho, la primera comedia animada de *prime time*, *The Flintstones*, estrenada en 1960, estaba ubicada en el barrio residencial de Bedrock. De igual forma, *Los Simpson*, *Los Hill*, *Los Griffin*, *los Smith* y *los Brown* viven en suburbios acomodados y alejados del bullicio de la gran ciudad.

La vivienda familiar en la *sitcom*, incluyendo las animadas, suele ser una casa grande, con jardín en la entrada y patio trasero, ubicada en una amplia calle residencial.

La televisión es uno de los elementos definitorios de las comedias animadas de *prime time*, por ello, la estancia interior de la casa que se presenta con mayor frecuencia es precisamente el salón principal o la sala de estar, en función de la ubicación del televisor. Suele ser el escenario en que se reúne la familia y en la que todos sus miembros comparten más tiempo juntos. El segundo espacio más recurrente suele ser la cocina. Por lo general, es un escenario liderado por la mujer, habitualmente ama de casa, en el que los hijos conversan y piden consejo a la madre. No obstante, como los padres de la comedia animada suelen tener problemas con la comida (por ejemplo, *Homer* y *Peter* sufren de sobrepeso) también aparecen en la cocina de forma muy recurrente.

En la *sitcom* tradicional, el desván, el garaje o el espacio habilitado como taller de trabajo eran escenarios típicamente masculinos que los que solo solía representarse al padre. Sin embargo, los padres de las comedias animadas tienen poca afición por los trabajos manuales y las reparaciones domésticas, lo que ha convertido el taller en un escenario muy poco frecuente, que únicamente aparece cuando se quiere dejar constancia o reforzar el hecho de que, precisamente, son hombres con escasas habilidades manuales.

La habitación de los padres no aparece con frecuencia en la *sitcom* clásica, sino que únicamente es presentada durante las discusiones más íntimas del matrimonio, que en todo caso, eran escasas. Por el contrario, los dormitorios de los hijos aparecen de forma recurrente y suelen emplearse para discusiones de naturaleza personal, sobre todo cuando los padres intentan ahondar en los problemas de sus hijos y ayudarles a encontrar una solución. En la comedia animada, sin embargo, todas las habitaciones aparecen en igual proporción y la vida íntima de la pareja ya no se considera un tabú.

En general, los escenarios son importantes en las comedias animadas como indicador de las secuencias, es decir, que cada cambio de escenario implica un cambio de secuencia, característica típica también de la *sitcom* tradicional. Normalmente, el cambio de secuencia inicia con una imagen del exterior del lugar donde ahora se lleva a cabo la acción y luego se pasa a la imagen del interior, donde efectivamente ocurren los hechos, siempre acompañados de una cortinilla musical (usualmente del mismo tema del inicio de la serie).

5. LA CITACIÓN INTERTELEVISIVA

Los Simpson, los Hill, los Griffin, los Smith y los Brown-Tubb viven cada semana diferentes y disparatas aventuras. Sin embargo, episodio tras episodio hay una escena que se repite: la familia, o alguno de sus miembros, aparece viendo la televisión. Este medio es la principal forma de entretenimiento para las familias animadas y su relación con ella, en la mayoría de los casos, roza con la adicción. Por ejemplo, en “Treehouse of Horror V” (T6.E6), Homer Simpson (*The Simpsons*) define la televisión como “Teacher, mother, secret lover” y en “There’s No Disgrace Like Homer” (T1.E4) afirma: “When will I learn? The answer to life’s problems aren’t at the bottom of a bottle, they’re on TV!”. De forma similar, Cleveland Jr. (*The Cleveland Show*), asegura en “Hurricane” (T.E. 5:55) que “TV always knows what’s best!”; mientras que Peter Griffin (*Family Guy*), otro adicto como Homer, afirma en “If I’m Dyin’ I’m Lyin’” (T2.E9) que daría a uno de sus hijos a cambio de nuevos episodios de *Star Trek* (NBC, 1966-69) y describe el cielo como un sitio en el que no hay comerciales ni repeticiones y los canales por cable son ofrecidos de forma gratuita.

Jonathan Gray asegura que todos los textos son intertextuales, pero que algunos estimulan más que otros la intertextualidad.

Textuality is always intertextuality, and the text is always an interactive, intersective phenomenon, but certain media and genres particularly encourage intertextuality and an intertextual reading strategy. Television and the television series are the current crown domains of intertextuality (Gray, 2006: 69)

Las comedias animadas de prime time, y en particular las cinco que se analizan en detalle, son una muestra de hecho. No obstante, a pesar de su infinita cantidad de referencia a textos cinematográficos, literarios, musicales, políticos, periodísticos, etc., más que de humor intertextual podemos hablar de humor “intertelevisivo”. Las numerosas horas que las familias animadas pasan en frente de la televisión explican y hacen posible un humor principalmente sustentado en las bromas sobre dicho medio. *The Simpsons*, *King of the Hill*, *Family Guy*, *American Dad!* y *The Cleveland Show* no solo se refieren a su propio medio como parodias de uno de sus formatos más populares, la sitcom clásica, sino que también bromean con toda la cultura televisiva que les rodea.

Las cinco series que conforman la muestra tienen una estrecha relación de referencialidad con el medio al cual pertenecen, la televisión. No obstante, *The Simpsons* y *Family Guy* son las que más destacan como comedias metalingüísticas.

Desde sus inicios como cortos, *The Simpsons* dio muestra de autorreflexión mediática. Su segunda entrega, “Watching TV” (13 de mayo de 1987), se centra en una pelea entre Bart y Lisa sobre cual canal de televisión ver. Al final de dicho corto, aparece toda la familia reunida frente al televisor y Homer dice: “Well, here we are. The whole family. All together, sharing, getting to know each other, exchanging ideas, stories and laughs, snuggling up, bonding together as only a tightly-knit family can. Why, we’re more than a...”. Pero justo antes de terminar, Bart lo interrumpe: “Dad, you can stop now. The commercial’s over. The show’s back on”. De esta manera, se sugiere que los

únicos momentos que Homer comparte con sus hijos son aquellos en que la televisión presenta anuncios comerciales. Posteriormente, cuando *The Simpsons* pasa de ser cortos y se convierte en una serie, su carácter metalingüístico queda ratificado desde su primera imagen: toda la familia reunida frente a la televisión al inicio de todos y cada uno de sus 508 episodios. Además su primer episodio completo, “Simpsons Roasting on an Open Fire” (T1.E1), tiene un desenlace en sintonía con la tradición televisiva, tradición que Bart pone de manifiesto al decir: “This could be the miracle that saves the Simpsons’ Christmas. If TV has taught me anything, it’s that miracles always happen to poor kids at Christmas. It happened to Tiny Tim¹⁵⁸, it happened to Charlie Brown¹⁵⁹, it happened to the Smurfs, and it’s going to happen to us!”. Y en efecto, los Simpson tienen su milagro de navidad, no como cualquier otra familia, sino como protagonistas de una serie televisiva.

De igual forma, *Family Guy* se muestra consciente de su condición de texto televisivo desde su secuencia de créditos iniciales. En dicha secuencia, aparece Lois tocando el piano y cantando con Peter igual que Edith y Archie al inicio de *All in the Family* (CBS, 1971-79). Además de una parodia, los créditos de inicio ponen de manifiesto la función metalingüística de la serie a través de la canción que entonan Peter y Lois (y más adelante el resto de la familia). La letra de dicha canción ironiza sobre los valores que la sitcom doméstica representaba y critica la situación actual de la televisión al decir:

It seems today, that all you see, is violence in movies and sex on TV, but where are those good old fashioned values, on which we used to rely? Luckily there’s a family guy, luckily there’s a man who positively can do, all the things that make us laugh and cry! He’s a family guy!

Una vez acabado el número musical, aparece la carátula de la serie. Tan solo hay que detenerse un instante y fijarse en su estética para darnos cuenta de la profunda relación que mantiene la serie con su propio medio transmisor, la televisión (**Figura 1**).



Figura 1

158 Timothy Cratchit, llamado también “Tiny Tim”, es un personaje de la novela de Charles Dickens *A Christmas Carol*.

159 Charlie Brown es el protagonista del primer especial de navidad animado presentado en prime time, *A Charlie Brown Christmas*, basado en la tira cómica *Peanuts* de Charles M. Schulz. El especial fue estrenado en 1965 por CBS y ha sido emitido durante la temporada navideña cada año, hasta 2000 por CBS y a partir de entonces por ABC.

Las diferentes referencias a la televisión pueden estar insertas de muchas maneras en la comedia animada de *prime time*: gags fortuitos, parodias, menciones, apariciones, alusiones, etc. Dada la complejidad de este nutrido grupo de referencias intertelevisivas, se ha desarrollado un inventario para clasificarlas y tipificarlas. En primer lugar, las referencias intertelevisivas se dividen en cinco grandes grupos: ficción y entretenimiento, publicidad, informativos, universo televisivo y autorreferencias. A su vez, cada una de estas categorías se subdivide en otras subcategorías. Para evitar confusiones, la explicación de cada una de las categorías anteriormente mencionadas está precedida de un cuadro sinóptico en el que se exponen todos los tipos de citación.

Ficción y entretenimiento	Parodias	Parodias icónicas Parodias verbales Parodias musicales Parodia extendida Imitación satírica o “parodia de género”	Títulos de crédito o prólogo Escena recurrente Personajes Otros elementos del relato Premisa argumental Humor verbal Estilo discursivo
	Detalles y referencias puntuales	Cita Mención Representación Alusión	Títulos y carátulas Elementos lexicales y estilísticos Verbales Recreación de escenas
Informativos	Personalidades	The Simpsons King of the Hill Family Guy American Dad! The Cleveland Show	

Publicidad	Estructura	Selección y priorización de las noticias	
		Espectaculización	
	Culto a la personalidad y la figura del presentador	Vida privada al descubierto	
		Integridad periodística	
		Discusiones en directo	
		Información vs. Opinión	
		El extraño caso de Dwayne Meighan	
	Reporteros del sensacionalismo		
	Las comedias animadas y Fox News		
	Estrategias		
	Anuncios	Infomerciales	
		Patrocinios	
		Celebridades y personajes	
	Parodia y recreaciones		
	Experiencia televisiva	Autopublicidad	
Universo televisivo	Referencias al universo televisivo	Cadenas y canales	Fox
		Censura	
Referencias autorreflexivas	Autorreferencias directas		
	Breaking the fourth wall		
	Autores y creadores	Intertextualidad restringida	
	Mise en abyme		

5.1. Ficción y entretenimiento

5.1.1. Parodias

La ausencia de un modelo para el estudio del discurso televisivo que permita clasificar las diferentes parodias que presentan las comedias animadas de *prime time* obliga, una vez más, a apoyarse en la teoría cinematográfica. El semiólogo y teórico cinematográfico Christian Metz señala que “el discurso cinematográfico inscribe sus configuraciones significantes sobre soportes sensoriales de cinco órdenes: la imagen, el sonido musical, el sonido fonético del diálogo, el ruido y el trazado gráfico de las menciones escritas” (Metz, 1973 [1971]: 35). De entrada, las parodias de las comedias animadas podrían ajustarse y clasificarse a partir de estas cinco categorías; no obstante, un detenido análisis de dichas parodias demuestra que dos de los cinco órdenes establecidos por Metz, el ruido o sonido analógico y el trazado o indicios gráficos, no son en ningún caso el elemento sobre el que se construye la parodia. El ruido y el trazado gráfico, si bien pueden estar incluidos en la secuencia, suelen funcionar como elementos de refuerzo de la parodia o empleados como mecanismos de alusión¹⁶⁰. De esta manera, sólo nos quedarían tres categorías: la imagen, el sonido musical y el sonido fonético del diálogo, lo que nos conduce a los tres tipos de mensaje que distingue Eco al referirse a la comunicación audiovisual: “nos hallamos ante un fenómeno comunicativo complejo, en el que intervienen a la vez mensajes verbales, sonoros e icónicos” (Eco, 1972 [1968]: 275). A partir de Metz y Eco definimos entonces una clasificación para las parodias de las comedias animadas: parodias icónicas o visuales, parodias verbales o dialogísticas y parodias musicales.

Las parodias de las comedias animadas hacen referencia a un texto televisivo en general e imitan más de un código o mensaje. Por ejemplo, en “And I’m Joyce Kinney” (T9.E9), de *Family Guy*, la clásica secuencia inicial es reemplazada por una recreación animada de los títulos de crédito de *The Incredible Hulk* (CBS, 1977-82). Stewie interpreta a Bruce Banner, mientras que Peter hace de Hulk y Tom Tucker del periodista investigador. Extraído casi literalmente¹⁶¹ de la serie original, escuchamos en voz over el siguiente fragmento:

Stewie Griffin...scientist, inventor, infant. Searching for a way to tap into the hidden strengths that all humans have. Then an accidental overdose of gamma radiation alters his body chemistry. And now whenever Stewie Griffin grows angry or outraged, a startling metamorphosis occurs. The creature is driven by rage and pursued by an investigative reporter. The creature is wanted for a murder he didn't commit. Stewie Griffin is believed to be dead. And he must let the world think that he is dead, until he can find a way to control the raging spirit that dwells within him.

¹⁶⁰ Ver apartado “Alusión” (en este mismo capítulo).

¹⁶¹ Únicamente se cambian los nombres de los personajes, es decir, Stewie Griffin en lugar de Dr. David Banner.

La voz está acompañada de escenas que reproducen, detalle a detalle, cada una de las que aparecen en la secuencia de entrada de la serie original; la única diferencia es que son interpretadas por personajes de *Family Guy* y en dibujo animado (**Figura 2**). Además, durante toda la secuencia, se escucha también de fondo el tema musical de *The Incredible Hulk*.



Figura 2

En definitiva, en este ejemplo, todos y cada uno de los códigos de la serie (icónicos, verbales y musicales) son imitados y reproducidos de forma literal. Sin embargo, el resto de parodias de las comedias animadas llaman la atención sobre uno de los códigos en particular y es a partir de dicho código o mensaje que se determinará su lugar dentro de la clasificación. Por ejemplo, los personajes son recordados a partir de sus versiones animadas y la música que se escucha de fondo puede ser el tema central del programa; no obstante, la secuencia paródica se centra en el diálogo que mantienen los personajes. Así pues, la parodia del programa contiene elementos visuales y musicales que recuerdan el original, pero en esencia es una parodia verbal o dialogística.

5.1.1.1. Parodias icónicas

5.1.1.1.1. Títulos de crédito o prólogo

Un buen número de parodias de otros programas de televisión en las comedias animadas están dedicadas a los títulos de crédito. En todos los casos, se trata de parodias principalmente icónicas (reiteración de personajes, escenarios y escenas típicas) dado que suelen carecer de diálogo y el acompañamiento musical suele ser secundario. Uno de los ejemplos paradigmáticos se encuentra al inicio del episodio “How the Test Was Won” (T20.E11) de *The Simpsons*. El gag del sofá¹⁶² de dicho episodio ofrece un recorrido por la historia de la sitcom americana. La familia protagonista aparece representando a diversos personajes míticos de comedias de situación de cuatro décadas diferentes:

¹⁶² Al final de la secuencia de créditos iniciales de la serie, la familia Simpson aparece sentada en el sofá del salón mirando la televisión, pero en cada episodio hay una ligera variación en la escena: la familia aparece disfrazada, el sofá ya está ocupado, etc.

The Honeymooners (CBS, 1955-56), *The Dick Van Dyke Show* (CBS, 1961-66), *The Brady Bunch* (ABC, 1969-74) y *Cheers* (NBC, 1982-93). En la primera escena, como es habitual, aparecen los cinco miembros de la familia Simpson corriendo en dirección a casa. Sin embargo, al final del recorrido no se encuentran en la sala de estar de su propia casa, sino en la cocina de los Kramden, el escenario más recurrente de *The Honeymooners*¹⁶³ (**Figura 3**). Homer aparece caracterizado como Ralph (Jackie Gleason) y Marge como Alice (Audrey Meadows), mientras que Bart y Lisa representan al matrimonio Norton, Edward Lillywhite (Art Carney) y Thelma (Joyce Randolph), respectivamente¹⁶⁴. Sin tener muy claro como han aparecido en ese lugar ni que hacen allí, todos huyen de la escena por la única puerta que encuentran y, de inmediato, aparecen en el salón de casa de los Petrie de *The Dick Van Dyke Show* (**Figura 4**). En una referencia a los títulos de crédito iniciales de la serie y a la torpeza sistemática del protagonista, Homer, como Robert Petrie (Dick Van Dyke), tropieza con un reposapiés y cae al suelo. Marge, Bart, Lisa y Maggie, interpretando a Laura Petrie (Mary Tyler Moore), Maurice Sorrell (Morey Amsterdam), Sally Rogers, Rose Marie y Richard Rosebud Petrie (Larry Mathews), respectivamente; se ríen de la situación pero, al ver que Homer no responde, echan a correr y desaparecen por la puerta principal, seguidos poco después por el propio Homer. De inmediato, y ahora en color, aparece toda la familia subiendo las famosas escaleras de casa de los Brady, de *The Brady Bunch* (**Figura 5**). Posando de la misma manera que la familia Brady al inicio de la secuencia de créditos iniciales, los Simpson se detienen en medio del recorrido y sonríen a la cámara. En ese preciso momento, Lisa, caracterizada como Jan (Eve Plumb), recibe un golpe en la nariz con un balón de fútbol americano, hecho que hace referencia a la mala suerte y las quejas constantes del personaje. Por su parte, Marge aparece vestida como Carol (Florence Henderson) y en brazos lleva a Maggie como Cindy (Susan Olsen), Bart interpreta a Greg (Barry Williams) y Homer a Mike (Robert Reed). Continúan subiendo las escales y en la siguiente imagen ya aparecen en otro escenario, esta vez entrando a *Cheers*, el bar de la serie del mismo nombre (**Figura 6**). En este caso, Homer adopta la identidad de Norman Peterson (George Wendt), Marge se convierte en Diane Chambers (Shelley Long), Lisa es Carla Tortelli (Rhea Perlman), Bart representa a Sam Malone (Ted Danson) y Maggi aparece caracterizada como Cliff Clavin (John Ratzenberger). De repente, entra al bar Sideshow Bob (eterno enemigo de Bart, que lo ha intentado asesinar en repetidas ocasiones) y todos huyen por la puerta trasera del bar. Ésta los conduce directamente al salón de su propia casa donde se acomodan en el sofá, como al final de cada secuencia de entrada de la serie, y suspiran aliviados de estar en casa. Los 34 segundos de la secuencia son un claro homenaje de *The Simpsons* a sus predecesores cómicos.¹⁶⁵

163 Curiosamente, y a pesar de ser una serie basada en la relación de un matrimonio sin hijos, el dormitorio de los Kramden nunca fue presentado.

164 Maggie no aparece caracterizada.

165 Es preciso señalar que cada una de las escenas está acompañada del tema musical de la serie original que recrea.



Figura 3



Figura 4



Figura 5



Figura 6

Otros ejemplos representativos de parodia en títulos de crédito son los de *The Office* (NBC, 2005-). Éstos han sido recreados en dos comedias animadas distintas: en el especial de Halloween de la vigésima segunda temporada de *The Simpsons* y en el episodio “Flirting with Disaster” (T6.E18) de *American Dad!*. En el primer caso, el episodio “Treehouse of Horror XXI”, al final de la secuencia inicial encontramos la parodia. De igual forma que en la serie original (**Figura 7**), en la parodia aparecen algunos personajes trabajando en una oficina. Las acciones que realizan dichos personajes son muy similares a las de la serie, algunas incluso exactamente iguales. Sin embargo, en el caso de la parodia no se trata de personajes comunes y corrientes sino de monstruos (**Figura 8**). De la misma manera, los títulos de inicio de “Flirting with disaster” también se basan en el inicio de *The Office*. En este caso, también se recrean las mismas imágenes pero esta vez relacionadas con el ámbito de la CIA, lugar de trabajo del protagonista de la serie (**Figura 9**). En ambos casos, la música y la estética de imágenes finales son iguales.



Figura 7



Figura 8



Figura 9

A diferencia de los títulos de crédito iniciales, los finales no varían de forma regular. Sin embargo, en algunas ocasiones estas secuencias también han dado lugar a alguna parodia. Por ejemplo, al final del episodio “Stewie Loves Lois” (T5. E1), de *Family Guy*, se parodia los títulos de crédito de *All in the Family* (CBS, 1971-79). Al igual que en la serie de los setenta, los nombres aparecen superpuestos sobre la escena de un travelling horizontal del vecindario de la familia protagonista. Además, de fondo se escucha el tema musical de la serie original y una voz *over* dice: “Family Guy was recorded and taped before a live audience”, una alusión al mensaje final de *All in the Family*¹⁶⁶. También, al final del episodio “The Real Housewives of Fat Tony” (T22.E19), de *The Simpsons*, se parodian los créditos finales de *Bonanza* (NBC, 1959-73): se muestra un mapa y éste empieza a arder por el medio al compás del tema musical de la antigua serie (**Figura 10**). En ambos casos, la recreación de la escena final es bastante sencilla, simplemente se trata de una reiteración de los elementos estilísticos para que el espectador distinga la similitud. Esto se debe al hecho de que los títulos de crédito finales son bastante más simples que los iniciales, además de que carecen de su notoriedad e importancia.



Figura 10

La forma más sencilla de parodia icónica es, sin duda alguna, la de la secuencia de títulos de crédito. Estas secuencias tienen la función de presentar el programa y por ello tiene todos los elementos lexicales, sintácticos y estilísticos bien definidos, lo que hace que sean fáciles de recrear para los animadores y de reconocer para el público. Sin embargo, también hay parodias icónicas que toman como referente la premisa general del programa, sus personajes o un elemento definitorio.

5.1.1.1.2. Escena recurrente

En el episodio “Jenny Fromdabloc” (T6.E16), de *American Dad!*, aparece una breve secuencia paródica de *Bewitched* (ABC, 1964-72) que esboza la trama de un episodio típico: Samantha se ve envuelta en una situación embarazosa por culpa de la magia. En el fragmento paródico, aparece Darrin (Dick York) preguntando a Samantha (Elizabeth Montgomery) si ha convertido a Larry Tate, su jefe, en un caballo. Samantha, sonriendo

¹⁶⁶ Al final de cada episodio de la serie se podía escuchar el siguiente mensaje: “All in the Family is filmed in front of a live studio audience”.

tímidamente, dice: “Well...” y el plano se amplía hasta que, en efecto, vemos un caballo en medio del salón de los Stephens (**Figura 11**). Samantha mueve la nariz, como cada vez que hace magia, y devuelve a Tate su aspecto original. Stan, que es quien ve la parodia en televisión, ríe a carcajadas con la escena y dice: “How great is *Bewitched*? I wish we lived in the ‘60s. Men wore suits and drank martinis all day long. Francine, starting tomorrow, I want you to greet me at the door with a martini when I get home from work”.



Figura 11

Al día siguiente, Francine espera a Stan con un Martini, pero éste bebe tanto que termina borracho. El siguiente día pasa lo mismo. Stan se vuelve a emborrachar y empieza a creer que Francine es una bruja, como Samantha de *Bewitched*. Asustado, sale corriendo de casa y ve una extraña figura en el cielo. Empieza a escucharse de fondo el tema musical de *Bewitched* y vemos que se trata de una bruja que pasea con su escoba, exactamente igual que Samantha en los créditos iniciales de la misma serie. Como en *Bewitched*, la bruja escribe en el cielo “*Bewitched*”, para luego traspasarlo. Sin embargo, a diferencia del original, Samantha no continúa volando hasta que desaparece del alcance de la vista, sino que choca contra un edificio, un accidente que recuerda el atentado terrorista del 11S. La pantalla se vuelve toda negra y, superpuesto, aparece un mensaje: “www.ItWasWitches.com”, acompañado de una voz que dice: “It’s time you knew the truth”. En este episodio de *American Dad!*, además de la parodia de un episodio y de los títulos de crédito de *Bewitched*, llama la atención el hecho de que Stan decida cambiar su vida a partir de las situaciones que aparecen representadas en televisión. Tal como se evidencia en este episodio, la televisión no es importante para las comedias animadas porque éste sea el medio a través del cual son transmitidas, sino porque además define y determina su contenido.

Otra parodia puramente icónica que apunta al argumento central de un programa se puede ver en “*The Scorpion Tale*” (T22.E15) de *The Simpsons*. La primera escena del episodio muestra una carretera en medio del desierto por la que un coyote persigue a un correcaminos, como en todos los episodios de *The Road Runner Show* (CBS, 1966-68; ABC, 1971-73). El plano se acerca al correcaminos, la imagen se congela y debajo de animal aparece un rotulo: “*Road Runner (Propertus Warnerbros)*”. Con el coyote sucede lo mismo, pero el subtítulo dice: “*Coyote (Copyrightus MCMXLIX)*”. De repente, aparece un camión en la carretera y atropella al coyote. El correcaminos para y se escucha un: “beep, beep”, pero antes que empiece a correr de nuevo también es

atropellado, en este caso por Otto, el conductor del autobús escolar. La imagen del rostro de Otto también queda congelada durante unos segundos y debajo se puede leer: “Otto the bus driver (Licensis suspendibus)”. La escena parodia la dinámica repetitiva del programa original, que a su vez parodiaba, según su creador, Chuck Jones, los tradicionales dibujos animados del gato que siempre persigue al ratón, como Tom y Jerry (Barrier, 2003:672).

5.1.1.1.3. Personajes

Uno de los elementos que hace más reconocible un texto paródico es la repetición de sus personajes originales. Por ejemplo, entre los casos de parodias de títulos de crédito, las más fáciles de identificar son las que incluyen recreaciones animadas de los protagonistas. Quizás, es por ello que abundan las parodias que se sustentan casi exclusivamente en la caracterización de un personaje. Éstas, como veremos a continuación, suelen ubicarse en un escenario familiar o incluir algún otro elemento característico del programa original, pero se alejan considerablemente de su argumento. Por ejemplo, la parodia de *Family Ties* (NBC, 1982-89) que aparece en el episodio “Brothers and Sister” (T9.E15) de *Family Guy*. La secuencia presenta al matrimonio Keaton, Steven (Michael Gross) y Elyse (Meredith Baxter-Birney), hablando en la cocina. Steve, con expresión preocupada, le pregunta a su esposa: “Elise, have you noticed how puberty has changed Jennifer?”, pero ella no le responde sino que rápidamente le dice: “Shh! Keep your voice down”. En ese momento aparece Jennifer, que ya no luce como una tierna y dulce niña rubia sino que es retratada como un minotauro (**Figura 12**), y dice: “I have a date with my boyfriend”. Steve aparenta estar alegre por ella y responde: “Well, uh, have fun”. Jennifer se dispone a marchar, pero antes advierte a sus padres: “You are to gather grapes for wine and prepare victuals for my return”. El segmento recrea uno de los escenarios de la serie y presenta a dos de sus personajes fijos para que podamos detectar que se trata de una parodia. No obstante, por medio del método de la inversión, le da un giro a la historia al transformar a otro personaje. Tina Yothers, actriz que interpretaba a Jennifer, inició su rol en la serie con tan sólo nueve años, es decir, que durante el transcurso de la serie (1982-89), Yothers atravesó la adolescencia y el público fue testigo de la transformación que vivió. La actriz dejó su aspecto infantil y se convirtió en una mujer corpulenta, de rasgos bruscos y poco femeninos, de allí la caracterización que le otorgan en la parodia.



Figura 12

También, en el episodio “Road to the North Pole” (T9.E7), de la misma serie, encontramos otra parodia de personajes. En dicho episodio, Brian, preocupado porque Stewie pueda descubrir que Santa Claus no existe, lo disuade de ir al Polo norte y le dice que es mejor no ir para evitar una posible decepción. Stewie, enojado, le responde que tiene una mala actitud y que esa es la causa de todos sus problemas, tal como le sucedía a Eeyore, personaje de *The New Adventures of Winnie the Pooh* (ABC, 1988–1991) y *My Friends Tigger & Pooh* (Disney Channel [Playhouse Disney], 2007–2010). De inmediato, la imagen de Stewie y Brian es interrumpida y vemos a Winnie the Pooh teniendo una conversación con Eeyore (**Figura 13**), en la que este último confiesa que su amargura radica en la chincheta que lleva pegada en el trasero:

Winnie the Pooh: *Come on, Eeyore, let’s go play.*

Eeyore: *I don’t feel like it.*

Winnie the Pooh: *Why are you always in such a bad mood?*

Eeyore: *I have a nail in my anus.*

Winnie the Pooh: *Oh.*



Figura 13



Figura 14

Otra parodia de personajes la protagoniza el “A-Team of Finland” en el episodio “Homer the Father” (T22.E12) de *The Simpsons*. En dicho episodio, el servicio secreto de Finlandia aparece retratado como una caricatura de *The A Team* (NBC, 1983–87), en efecto, aseguran llamarse “the A Team of Finland”. La furgoneta en la que viajan y el aspecto de los dos agentes recuerdan la serie original (**Figura 14**). Uno de ellos imita a John “Hannibal” Smith, jefe del equipo, mientras que el otro, llamado B.A. Backstrom, es una versión nórdica de B.A. Baracus. Para reforzar la similitud, durante el breve fragmento, de fondo, se escucha el tema musical central de la serie original.

En el episodio “Excellence in Broadcasting”, de *Family Guy*, también encontramos una parodia de personajes, así como de los de títulos de crédito finales. Al inicio de dicho episodio, aparece la familia Griffin viendo la televisión y Chris pregunta que ocurre con la pantalla. Brian le responde que ahora todos los programas están en formato panorámico y, por ello, ahora se puede ver todo lo que hay en los extremos, cosas que antes no se podía hacer. En la televisión, anuncian que están dando *The Brady Bunch*

y Brian procede a explicarle a Chris como funciona. Coloca las manos enfrente de la pantalla y dice: “See, look. Here’s what you used to see” y vemos al matrimonio Bunch en su cama de matrimonio dándose la buenas noches (**Figura 15**). Acto seguido, Brian quita las manos de la pantalla y dice: “And here’s the stuff you missed”. Ahora aparece la imagen completa y vemos que Mike y Carol dormían, cada uno, con un trío de afroamericanos (**Figura 16**). La imagen desaparece y vemos los títulos de crédito finales, con los seis personajes fijos de la serie, más los seis afroamericanos (**Figura 17**).



Figura 15



Figura 16



Figura 17

Por último, una parodia de personajes que se aleja de forma radical de su original aparece en “Like a Boss” (T2.E12), episodio de *The Cleveland Show*. Después de que Donna motive a Cleveland para que se postule como supervisor, Cleveland afirma: “I’ve got to be ruthless, like Bob the Builder before his morning coffee”. De repente, aparece una secuencia en blanco y negro, acompañada únicamente del ruido blanco del video maldito de la película *The Ring* (2002), en la que Bob, el protagonista de *Bob the builder* (CBBC, 1996; CBeebies, 2002-; Nick Jr. 2001-; Catoonito, 2001-), es retratado como un hombre corrupto y conflictivo, además de un asesino. Al inicio del segmento, se le acerca un hombre, probablemente un inspector, que parece decirle que no tiene alguno de los permisos necesarios para la construcción que se dispone a hacer. Bob intenta sobornarlo pero el hombre se niega y se marcha. Bob lo sigue y lo mata dándole un martillazo en la cabeza. Al principio se pone nervioso y no sabe qué hacer con el cadáver, pero al final, con las ayuda de sus herramientas y maquinaria

de construcción, entierra el cuerpo en el mismo terreno en que se disponía a hacer la obra y encima construye una pequeña casa. En este caso, el método paródico empleado es la inversión, ya convierte al personaje en su completo opuesto.

5.1.1.1.4. Otros elementos del relato

Además del argumento y los personajes, hay otros elementos característicos de un programa que se pueden parodiar. Por ejemplo, el fragmento paródico dedicado a *South Park* en el episodio “O Brother, Where Bart Thou?” (T21.E8), de *The Simpsons*, toma como referente una escena característica y recurrente de la serie. Bart, celoso de la estrecha relación entre Lisa y Maggie, pide a sus padres un hermano menor. Homer, como era de esperarse, se niega y Bart se enfada. En la siguiente escena, Bart aparece esperando en la parada del autobús de la escuela, acompañado de Milhouse, Nelson y Ralph (**Figura 18**). El sutil cambio en el tipo de animación, el vestuario de los niños y el escenario nos indican que se trata de una recreación de las numerosas conversaciones que han tenido los protagonistas de *South Park* en la parada de autobús¹⁶⁷. Bart está caracterizado como Stan Marsh, Milhouse como Kyle Broflovski, Nelson como Eric Cartman y Ralph como Kenny McCormick. Mientras esperan el autobús, Bart le explica a sus amigos que su padre ha dicho que no tendría un hermanito y Nelson le aconseja que engañe a sus padres para que tengan un bebé de la misma forma que su madre intentó engañar al ex jugador de baloncesto Charles Barkley. A Bart le gusta la idea de Nelson, pero confiesa que no sabe cómo hacerlo; entonces Martin, de la misma manera que Kenny McCormick de *South Park*, responde con una retahíla de obscenidades que, por suerte, su ajustado anorak censura. Sin embargo, sus palabras sí que son comprendidas por sus amigos, razón por la cual Bart le responde: “A romantic dinner? That’s a great idea!”. En ese momento, aparece el autobús escolar a gran velocidad y arroya a Kenny. Otto, el conductor, grita alarmado: “Oh, my God! I killed Kenny!”, pero Milhouse corrige diciendo: “No, Ralph”, a lo que Otto responde: “No, I killed Kenny yesterday”. La primera frase de Otto hace referencia a la forma en que gritan Stan y Kyle al final de cada episodio después de que Kenny sea asesinado¹⁶⁸, mientras que la segunda se refiere a la constante mezcla entre ficciones animadas y los constantes cameos de los personajes de una serie en otra.¹⁶⁹

Por otro lado, la parodia de *Married... with Children* (Fox, 1987-97) del episodio “Deep Space Homer” (T5.E15), también de *The Simpsons*, ofrece una breve y poco sutil muestra del humor de dicha serie. En el segmento aparecen Peg y Al Bundy sentados en el sofá del salón de su casa y ella le dice: “Al, let’s have sex!” y el, como es habitual,

167 Es preciso señalar que, la primera imagen del primer episodio de la serie toma lugar en esa parada y que a lo largo de los años y temporadas dicha parada se ha convertido en el escenario clave de la serie.

168 Al final de cada episodio de *South Park*, cuando moría Kenny, Stan gritaba “Oh my God, they/you/he/she/I/we killed Kenny!” y Kyle lo acompañaba diciendo “(You) bastard(s)!”.

169 En efecto, este episodio de *The Simpsons* es una respuesta al episodio “Simpsons Already Did It” (T6.E7), de *South Park*, en que Butters descubre que todos los ideas “originales” que se le ocurren ya han sido desarrolladas en algún episodio de *The Simpsons*.

responde: “Uh, no, Peg”. De fondo, escuchamos las risas y aplausos del público en vivo. A continuación, se amplía el plano y vemos junto al sofá, del lado de Al, un váter; él tira de la cadena y la audiencia empieza a reír a carcajadas (**Figura 19**). El segmento se refiere, de forma metafórica, al “toilet humour” o humor escatológico sobre el que giraba la serie, mientras que de forma literal la escena alude al hecho de que *Married... with Children* fue la primera serie en mostrar completamente un inodoro.¹⁷⁰



Figura 18



Figura 19

5.1.1.2. Parodias verbales

En el primer momento, la audiencia reconoce una parodia de otro texto televisivo a partir de la repetición del código icónico (la apariencia de un personaje, un escenario, etc.). Sin embargo, el objeto de la parodia puede no ser éste, sino el diálogo típico, las *catchphrases*, el humor verbal del programa, así como otros elementos que hacen parte del mensaje sonoro fonético.

5.1.1.2.1. Premisa argumental

El análisis de la muestra indica que el tipo de parodia más común entre las verbales está dirigida al típico diálogo entre personajes que revelan con facilidad la premisa general del programa y definen a cada uno de sus personajes. En pocas palabras, que funciona como una especie de episodio piloto. Por ejemplo, el episodio “Half-Decent Proposal” (T13.E10), de *The Simpsons*, presenta una parodia de *Sex on the City* que resume, en sus escasos 20 segundos de duración, el argumento de la serie. El nombre paródico es “Nooky in New York” (Sexo en Nueva York) y es definida por Patty, la hermana de Marge, como “a cable show about four single women who act like gay men”. En escena, aparecen las cuatro protagonistas de la serie, Carrie Bradshaw (Sarah Jessica Parker), Samantha Jones (Kim Cattrall), Charlotte York (Kristin Davis) y Miranda

170 A diferencia de lo que se cree, *Leaver it to Beaver* (CBS, 1957-58; ABC, 1958-63) no fue la primera serie en enseñar un inodoro, pues en verdad, en el episodio al que se suele atribuir este hecho, “Captain Jack” (T1.E3), únicamente se puede ver el tanque del inodoro. En dicho episodio era absolutamente imprescindible mostrar el inodoro, sin embargo no se pudo hacer como consecuencia de una restricción de la Federal Communications Commission (FCC). Esta misma restricción explica porque el lavabo de los hermanos Brady, de *The Brady Bunch*, aparentemente no tenía inodoro. Más adelante, en *All in the family* (CBS, 1971-79) únicamente se incluía el sonido de la cisterna.

Hobbes (Cynthia Nixon), comiendo en un lujoso restaurante:

Miranda: *If I'm not having sex by the end of this goat cheese quesadilla, I'm gonna scream.*

Charlotte: *I also enjoy sex.*

Samantha: *Since this morning, I've had sex with a New York Knick, two subway cops and a guy who works on Wall Street.*

Charlotte: *Broker?*

Carrie: *Nah, she's just really sore. (Todos, incluido el camarero que pasa junto a su mesa, ríen).*

Tal como queda retratado con cada una de las frases, Miranda es la cínica y neurótica; Charlotte, la inocente en busca del amor y el marido perfecto; Samantha, la experimentada sexual y Carrie, la divertida y bromista.

En el “How Do You Solve a Problem Like Roberta?” (T2.E11), de *The Cleveland Show*, aparece una parodia de este mismo tipo, aunque en este caso la estrategia paródica de la exageración es llevada al extremo en un diálogo que carece de sentido. En dicho episodio, Cleveland, intentando entender la mente adolescente de su hijastra Roberta, decide ver la serie televisiva *Glee* (Fox, 2009-). En la secuencia paródica aparecen, durante un ensayo del grupo musical, las versiones animadas de todos los protagonistas de la serie. No obstante, en la escena que vemos, sólo intervienen cinco de los diez personajes que aparecen y lo hacen de la siguiente manera:

William “Will” Schuester: *Journey and-and Beyoncé and-and Boyz II Men.*

Finn Hudson: *Girls and football, but singing?*

Kurt Hummel: *Broadway! Marc Jacobs jacket!*

Rachel Berry: *Aaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa! (cantando)*

Susan “Sue” Sylvester: *Boo!*

Para los televidentes que conocen *Glee* es evidente el objeto de la parodia: el diálogo cliché y la construcción de personajes estereotipados de la serie. A través del método paródico de la exageración, cada una de las frases, por corta que sea, intenta resumir la personalidad de cada uno de los personajes y señalar el rol semiótico que desempeñan. Por ejemplo, Will es el profesor enrollado que quiere dejar huella en sus alumnos; Finn, el popular jugador de fútbol americano del instituto y Kurt, el homosexual obsesionado con la moda.

En otro episodio de la misma serie, “The Essence of Cleveland” (T2.E18), aparecen Donna y Rallo viendo una serie llamada “Midder-aged slobs yelling at each other about building a motorcycle”, una clara parodia de *American Chopper* (Discovery Channel, 2003-07; TLC, 2008-10). En la secuencia que podemos apreciar del programa aparecen, inicialmente, dos hombres de entre 30 y 40 años discutiendo. El primero de ellos (con entradas pronunciadas y barba) pregunta: “What the hell are you doing with this chopper?!”; a lo que el segundo, que recuerda a Paul Teutul, Jr., protagonista de *American Chopper*, responde: “I’m waiting on a tire!”. El primero, insatisfecho con la respuesta, continua gritando preguntas: “When’s it coming in?!” y el segundo declara:

“I don’t know! Do I look like I work at the tire store?!”. De repente, aparece el padre del primer hombre y le dice al segundo (personaje que recuerda a Paul Teutul, Jr.): “Hey, knock it off!” Inmediatamente aparece el padre del segundo hombre, que a su vez recuerda a Paul Teutul, padre de Paul Teutul, Jr., y grita: “You knock it off!” (Figura 20). El primer hombre vuelve a tomar la palabra y se queja diciendo: “Damn it! Zachary Quinto needs this bike!”.



Figura 20

En ese momento, aparece Cleveland e interrumpe el programa apagando el televisor porque necesita hablar con Donna. Rallo, molesto, se dirige a su habitación diciendo: “Aw man. Now, I’ll never see them almost not finish the bike on time but then finish the bike on time!” Básicamente, la secuencia vista en televisión hace referencia al elemento más característico de *American Chopper*: las constantes discusiones entre padre e hijo protagonistas del programa por los plazos de trabajo para construir distintas motos personalizadas. Por su parte, el comentario final de Rallo hace alusión, de forma directa, al hecho de que, a pesar de todas las discusiones, siempre se termina entregando una moto perfecta al final de cada episodio. De forma indirecta, la frase de Rallo también señala el carácter predecible de los *reality show* del subgénero de actividades profesionales como *American Chopper*, o incluso de otros como los de transformaciones físicas (*Extreme Makeover*, ABC, 2002-2007) o renovación de espacios (*Changing Rooms*, BBC Two, 1996-2004) u objetos (*Pimp My Ride*, MTV, 2004-07), donde es obvio que al final del episodio todos acaban satisfechos, pues de lo contrario no se emitiría.

Las parodias de las series no sólo tienen lugar en las televisiones de los personajes, como hechos que le suceden a otras personas; sino que también puede ser insertada en el relato que explica el episodio de manera que los personajes sean participes o testigos de ellas. Por ejemplo, en el episodio “Fear of Flying” (T6.E11), de *The Simpsons*, Homer, después de ser expulsado del bar de Moe, se dedica a vagar por la ciudad en busca de un nuevo bar en el que disfrutar de su adorada cerveza. Uno de los muchos que visita recrea de forma literal el escenario central, precisamente un bar, de la serie *Cheers* (NBC, 1982-93). Homer se acomoda en una mesa cercana a la puerta y presencia una divertida y paródica escena. Detrás de la barra, hay un hombre y una mujer hablando. Ella es una caricatura de Carla Tortelli, el personaje interpretado por Rhea Perlman, y él de Sam Malone, interpretado por Ted Danson. Mientras Sam se peina enfrente de un espejo, Carla le dice: “Sammy, you’re too old to go on a date with two twins... on the same night you’re supposed to marry Diane without Rebecca

knowing”, a lo que él responde: “I’ll make you a bet. If this affects my major-league comeback, I’ll sell the bar”. Hay un movimiento de cámara y aparece un personaje que representa a Norm Peterson (George Wendt) pidiéndole a otro que caracteriza a Woody Boyd (Woody Harrelson) una cerveza. Woody, un poco dubitativo, le dice: “I think you’ve had enough, Mr. Peterson. My chiropractor says I can’t carry you home anymore”. Norm, muy enfadado por el comentario de Woody, empieza a gritar: “Just give me another beer, you brain-dead hick. I’ll kill you. I’ll kill all of you!”. Coge una botella de cerveza, la rompe contra la barra y amenaza a todos con el trozo de botella destrozado. Las caricaturas de Frasier Crane (Kelsey Grammer) y Cliff Clavin (John Ratzenberger) intenta contenerlo sujetándolo con fuerza, mientras uno de ellos (Cliff) le dice: “Settle down, Normie. Gotta save those pipes for karaoke”. Después de tal escena, Homer decide abandonar el bar y sale corriendo por las escaleras. Una vez Homer está fuera del bar, vemos a Norm, ahora calmado, abrazando a Cliff y Frasier mientras les dice entre lagrimas: “I love you guys”. Los tres amigos siguen abrazados durante unos segundos mientras de fondo escuchamos el tema musical de la serie original¹⁷¹. La escena, al igual que la del ejemplo anterior, captura en pocos segundos el argumento de un típico episodio de la serie y las reacciones de los personajes.

Tal como se señaló antes, los protagonistas de las comedias animadas también pueden ser partícipes de la parodias. Por ejemplo, en el episodio “Peterotica” (T4.E24), de *Family Guy*, Peter y Carter, el padre de Lois, protagonizan una parodia de *Dawson’s Creek* (WB, 1998-2003). En dicho episodio, Carter pierde parte importante de su fortuna y se ve obligado a buscar nuevas formas de hacer dinero. Peter le propone crear una serie de televisión y Carter acepta. La serie que intentan vender no es nada original, pues el argumento, la música y los personajes pertenecen a una serie anterior. El segmento paródico aparece en la tele de los Griffin, mientras Peter y Carter revisan la grabación. El título de la serie aparece escrito en letras blancas sobre un fondo negro: “Quagoh Creek”. A continuación, aparece Peter, vestido como Dawson (James Van Der Beek), de pie, sobre una barca, cantando el tema musical del inicio de la serie, aunque haciendo algunos cambios en la letra (inventa algunas partes por qué no las sabe). En la siguiente escena (**Figura 21**), aparecen sobre una cama Peter, como Dawson, en ropa interior y Carter, como Joey (Katie Holmes), caracterizado con una peluca, una camiseta rosa y unos vaqueros. Peter se acerca a Carter con actitud romántica y le dice que hagan el amor, pero Carter se niega diciendo que no está lista para perder la virginidad. Peter insiste y Carter, como Joey, le confiesa que se ha prometido a sí misma esperar hasta el día que se case. Peter dice que eso es una estupidez y que a su edad todo el mundo lo hace, Carter se empieza a irritar y le exige a Peter que respete su decisión. Peter lo ignora y continúa acercándose hasta que se coloca encima de él. Carter, enfurecido, ordena a Brian, que es quien graba la escena, que apague la cámara y le dice a Peter que se ha pasado de la raya. A pesar de que Dawson, a diferencia de Peter, nunca utilizó la fuerza para mantener relaciones con Joey, esta demanda por parte del personaje fue recurrente, así como la respuesta negativa de ella. Durante tres

temporadas, la joven pareja compartió la cama de él únicamente de forma platónica. En efecto, la negativa de Joey de perder la virginidad a la ligera fue el hecho que convirtió al personaje en uno de los más admirados y respetados de la televisión juvenil, así como constituyó uno de los temas sociales más comentado de la serie.

Otra parodia del argumento general de un programa, en este caso un *reality show*, aparece en el episodio “It’s the Great Pancake, Cleveland Brown” (T2.E4) de *The Cleveland Show*. En dicho episodio, Junior ve una parodia de *Undercover Boss* (Channel 4, 20019; CBS, 2010). En el segmento que aparece, vemos trabajar a un grupo de empleados de McDonalds, incluido el payaso Ronald McDonald (**Figura 22**). Este último, usando un bigote falso para intentar ocultar su identidad, lo cual es imposible, empieza a hacer preguntas al resto de empleado con el propósito de descubrir alguna irregularidad en el servicio: “I never wash my hands after I go to the bathroom. Do you?” y uno de los empleados le responde: “Why would I?”. El payaso, pasando por alto el hecho de que debe ir encubierto, grita: “Aha! You’re fired!”. Con esta frase, Ronald McDonald echa abajo la misión real del programa: conectar a los ejecutivos de multinacionales con sus empleados para conocerlos mejor y así mejorar sus condiciones de trabajo, recompensarlos como es debido y ofrecerles entrenamiento adicional. Paralelamente, esta parodia llama la atención porque apunta a Ronald McDonald, personaje ficticio e imagen publicitaria McDonald, como dueño o alto ejecutivo de la compañía, hecho particularmente curioso.



Figura 21



Figura 22

5.1.1.2.2. Humor verbal

Ahora bien, otro de los elementos que con mayor frecuencia se parodia de una serie es su humor verbal. Por ejemplo, en el episodio “A Picture Is Worth 1,000 Bucks” (T2.E11), de *Family Guy*, Lois comenta que le encanta el humor tópico. De inmediato aparece un segmento, como comentario *off-topic*, que parodia la comedia *Murphy Brown* (CBS, 1988-98). En ella vemos a su protagonista, *Murphy Brown*, y a sus colegas Jim Dial (Charles Kimbrough), Corky Sherwood (Faith Ford) y Frank Fontana (Joe Regalbuto) manteniendo una conversación ininteligible que, a través del método de la exageración, parodia el humor tópico y referencial que caracterizaba la serie.

Jim Dial: Hey, Murphy. Blah, blah, blah, blah, blah, blah, John Sununu.

Corky Sherwood: Murphy. Blah, blah, blah, blah, blah, blah, Tipper Gore.

Frank Fontana: Hey, Murph. You can't blah, blah, blah, blah, blah, blah, blah the Ayatollah.

Murphy Brown: Blah, blah, blah, Bishop Desmond Tutu. Blah, blah. (Risatas de fondo)

De la misma forma, Roberta, en el episodio "Ship'rect" (T2.E19) de *The Cleveland Show*, hace un video que parodia la serie 'Til Death (Fox, 2006-10). Ella lo define de la siguiente manera: "You see, what I've done is, I've acted out all the parts in the last three episodes of 'Til Death, except I inserted jokes". En el video, Roberta intenta demostrar sus habilidades actorales interpretando tanto a Joy Stark (Joely Fisher) como a Eddie Stark (Brad Garrett), los dos miembros de la pareja protagonista de la serie.

Joy: I can't believe you're going to spend our anniversary watching football! (**Figura 23**)

Eddie: Did you want to watch basketball? (**Figura 24**)

Joy: I'll show **you** a basketball! (en tono amenazante) (Se escucha un gran "Ohhhhhhhhhhh" por parte del público).

Eddie: I was on *Everybody Loves Raymond* (Se escucha un "Ahhhhh!" del público y luego una gran ovación).

El diálogo recreado por Roberta señala el humor predecible y la relación marido-mujer estereotipada de la que hacía gala la serie. Al final de la escena además, Roberta hace alusión a la serie anterior de Garret, *Everybody Loves Raymond*, en la que él interpretaba al hermano celoso del protagonista.



Figura 23



Figura 24

En el episodio "100 A.D." (T6.E1) de *American Dad!*, Steve y Roger ven una parodia del programa *Tracey Takes On...* (HBO, 1996-99). En dicho programa, la comediante Tracey Ullman protagonizaba una serie de sketches sobre un tema diferente que examinaba cada semana. Como ninguno de los dos personajes soporta el programa, es poco lo que podemos ver de éste, pues la secuencia se centra en la búsqueda del mando a distancia para cambiar de canal. En el fragmento que se presenta, Ullman aparece vestida con un sarape y un sombrero de charro y las únicas dos frases que alcanzamos a escuchar son "15 doughnuts, por favor" y "I'm so sleepy", que supuestamente definen a una persona mexicana. La parodia reflexiona sobre el humor del programa de sketches, que se sustentaba en la representación de múltiples etnias.

5.1.1.2.3. Estilo discursivo

Otro elemento de las series que suele ser objeto de burla es la forma en que se expresan los personajes y el tipo de discurso que los caracteriza. En “Excellence in Broadcasting” (T9.E2), episodio de *Family Guy*, Brian ve en televisión una parodia de *The Office* (NBC, 2005-). No obstante, el telespectador sólo puede escucharla, pues durante toda la secuencia se muestra al mismo Brian mientras la ve. En el breve segmento, oímos la voz del actor Rainn Wilson, que interpreta a Dwight Schrute en la serie, diciendo: “I know my staplers by sound and by weight. And that stapler, good sir, is a “Schrute””. Este comentario hace referencia a la egolatría del personaje y su absoluta dedicación laboral en una empresa de suministros y material de oficina. Por otro lado, el subsecuente comentario de Stewie, quien acompaña a Brian mientras ve la televisión, hace alusión a una técnica del *mockumentary*, formato al que pertenece el programa: “Ha! Look at John Krasinski look at the camera. He can’t believe this guy!”. Jim, personaje interpretado por John Krasinski, pasa la mayor parte del tiempo en la oficina gastándole bromas a Dwight, quien nunca se da por enterado. Jim, perplejo con la falta de sentido común y la incapacidad social y comunicativa de Dwight, acostumbra a mirar a la cámara buscando complicidad en la audiencia.

Pero no solo los personajes de series pueden ser objeto de este tipo de parodia, los presentadores de *talk shows* también pueden serlo. Por ejemplo, en “And I’m Joyce Kinney” (T9.E9), de *Family Guy*, aparece la familia viendo una parodia de *The Ellen DeGeneres Show* (NBC, 2003), programa presentado por la actriz y comedianta Ellen DeGeneres. La representación animada del personaje de DeGeneres, así como el plató en el que aparece, recuerdan el programa original. Sin embargo, el verdadero objeto de la parodia en este caso es el hecho de que DeGeneres constantemente interrumpe a sus invitados hablando al mismo tiempo que ellos. En el segmento que aparece en el episodio, DeGeneres entrevista a un supuesto actor de cine, pero cada vez que el chico intenta responder alguna de sus preguntas, ella comienza a hablar de sí misma.

Entrevistado: *So, you want to hear about my movie?*

Ellen: *I had a great weekend.*

Entrevistado: *We spent three months shooting in Louisiana.*

Ellen: *I danced all over my house.*

Entrevistado: *And, you know, it’s a thriller. It’s really a love story, too.*

Ellen: *I try to dance in every room at least once a week. I also listen to jazz while I vacuum, which is cool.*

Entrevistado: *Anyway, it comes out Friday. I got to work with Julianna Margulies. Could not have been nicer.*

Ellen: *My pets were going wild all weekend. I think there’s, like, something in the air. Like smog or pollen. Or pollinated smog, or...*

Entrevistado: *Are you just gonna talk over everything that I say?*

Ellen: *I love talking on TV. I’ll do anything to talk on TV.*

Otro ejemplo de parodias sobre el tipo de discurso de los presentadores de televisión aparece en “Your Show of Shows” (T2.E21), de *The Cleveland Show*. En dicho episodio, Cleveland tienen la oportunidad de presentar su propio programa de televisión. La primera propuesta de programa, “The relatively late show starring Cleveland Brown”, contiene numerosos elementos (formato, estilo de presentación y acompañamiento musical) de *The Tonight Show starring Johnny Carson* (NBC, 1962-92); aunque, la parodia de Jack Hanna, protagonizada por Lester, también recuerda las recurrentes apariciones de este curioso personaje en *Late night with David Letterman* (NBC, 1982-93) y *Late Show with David Letterman* (CBS, 1993-). El programa de Cleveland no consigue mucho éxito en su primera emisión y deciden hacer un cambio de propuesta. El siguiente programa, titulado simplemente “Cleveland”, también está inspirado en otro anterior, *The Oprah Winfrey Show* (syndication, 1986-2011). La secuencia paródica inicia con Cleveland sentado en un sillón, en medio de un oscuro escenario, diciendo: “Kids. Mothers. Shopping. Chocolate. White wine. Loneliness. Bulimia. Drapes. I know what women care about. I am...”. En este momento, se encienden las luces, Cleveland salta del sillón y grita: “Cleveland!”. El público, conformado únicamente por mujeres y hombres abiertamente homosexuales, grita entusiasmado y Cleveland añade: “Now, please welcome our first guest, my pancake-lovin’ stepdaughter, Roberta Benigni Tubbs!”. Roberta entra al escenario, abraza a Cleveland y él empieza a entrevistarla: “We want to talk about what all women want to talk about... your period!” (**Figura 25**). Roberta se sorprende pero Cleveland continua: “Now, do you roll your own tampons, or do you pay someone to roll them for you?” Roberta continua sin poder creer que le esté preguntando eso y se queja, pero una vez más Cleveland continua hablando y dice: “Relax, baby. We all know what goes on downtown, right, girlfriends?!” Cleveland pide la aprobación del público y éste responde de forma enérgica. Roberta, motivada por el público, decide responder: “Okay, okay! I roll my own! I... roll... my... own!”.



Figura 25

En la siguiente secuencia, Cleveland presenta el resultado de la transformación física de su vecina Kendra, una mujer que la obesidad la ha condenado a andar en silla de ruedas. La transformación sorprende positivamente a todos, a pesar de que la pobre Kendra parece disfrazada de payaso. Al final del programa, Cleveland anuncia: “You’ve been such a wonderful audience, and because I love you all so much, you’re all getting something fabulous! Look under your chairs!”. Las mujeres corren a buscar debajo de

sus asientos pero quedan muy sorprendidas y desilusionadas al ver que no hay nada. Cleveland, inicialmente, también se muestra sorprendido, pero luego vemos que es una estrategia que el mismo ha montado: “Oh, my goodness. Is there nothing under there? Hmm. Well, maybe that’s because... girlfriend, you need to stop looking for material things and start looking for the gifts inside yourselves!”. El público duda un segundo, pero de inmediato empieza a gritar emocionado “Cleveland! Cleveland!”.

La secuencia no solo parodia la estética del programa original (tipo de letra de los títulos, escenario, vestuario del presentador, ubicación del público, etc.), sino también el tipo de discurso. *The Oprah Winfrey Show* promovía un consumismo desenfrenado disfrazado de reivindicación femenina, que Cleveland, a su forma paródica, también intenta promover. Muchas de las mujeres que seguían el programa de Oprah necesitaban que les dijeran que hacer y eso es precisamente lo que hace Cleveland al final de la secuencia. Igual que en el programa original, Cleveland promete a su público un regalo especial al final de la emisión. Sin embargo, a diferencia de *The Oprah Winfrey Show*, el programa de Cleveland no tiene presupuesto para comprar regalos. Aun así, el presentador consigue la misma respuesta positiva del público con un discurso engañoso sobre la autoestima y diciéndoles a las mujeres lo que deben hacer.

5.1.1.3. Parodias musicales

Sin lugar a dudas, esta es la categoría de parodias menos frecuente, con tan sólo dos ejemplos en el periodo analizado. El reducido número de parodias a temas musicales indica cierta dificultad en su lectura. En el caso de la televisión, la musicalización parece no tener la misma relevancia que las imágenes y los diálogos y se olvida con mayor facilidad, lo que hace más difícil al público identificar la referencia original.

Los únicos dos ejemplos pertenecen al episodio “Homer the Father” (T22.E12) de la serie *The Simpsons*. El primero de ellos tiene lugar al inicio del episodio, mientras Homer ve una ficticia sitcom familiar de los ochenta, “Thicker than Waters”. Además de la estructura narrativa y los personajes, “Thicker than Waters” también parodia el tema musical de *Growing Pains* (ABC, 1985-92). “Cherish That Family Smile”, el tema musical de “Thicker than Waters”, no solo tiene la misma melodía que “As Long as We’ve Got Each Other”, canción tema original de *Growing Pains*; sino que además las letras de ambas inician de forma similar: “Show me that smile again” dice la original, mientras que la paródica versa “Cherish that family smile”. Igualmente, el resto de la letra hace referencia a la serie original y sus personajes.

El segundo caso, bastante más destacable, aparece más adelante en el mismo episodio. Entre los programas que emite Tube Town, canal al que se vuelve adicto Homer en dicho episodio, se encuentra uno titulado “UpscAlien¹⁷² in da House”. Del programa sólo vemos la secuencia inicial y una brevísima escena. Toda la información de la serie, así como de su protagonista, se obtiene a través del tema musical:

172 Un término híbrido entre *upscale* (exclusivo) y *alien* (extraterrestre).

There once was an alien, whose mother called him Trey,
from the fanciest planet in the Milky Way.
Stole his dad's ship, took it for a trip,
saw Lake Erie on his radar and he thought he'd take a dip!

La historia del personaje, Trey, está inspirada en la del protagonista de *ALF* (NBC, 1986-90), es decir, un extraterrestre que, por razones desconocidas, abandona su planeta, viaja a la tierra y decide instalarse aquí con una estereotípica familia americana. Sin embargo, la primera referencia que surge al iniciar la canción es *The Fresh Prince of Bel-Air* (NBC, 1990-97), dado que la melodía de la canción, así como las rimas de su letra, son las mismas del tema central de dicha serie.

5.1.1.4. Parodia extendida

Las parodias a las que se ha hecho referencia hasta el momento, es decir, las visuales, verbales y musicales, son puntuales y tienen lugar en un momento único y concreto del episodio. Sin embargo, también hay episodios completos dedicados a parodiar otros programas. En estos casos nos hallamos frente a una *parodia extendida*.

Un ejemplo destacable de este tipo de parodia aparece en el episodio “Brother From Another Series” (T8.E16) de *The Simpsons*. Dicho episodio explica como Sideshow Bob consigue salir, una vez más, de prisión y su reencuentro con su hermano Cecil. Kelsey Grammer da voz al personaje de Sideshow Bob, mientras que su hermano es interpretado por David Hyde Pierce, actor invitado del episodio. Estos dos actores cómicos compartieron escenario por más de diez años en la serie *Frasier* (NBC, 1993-2004), en la que también actuaban como hermanos, Frasier y Niles Crane, de allí el título del episodio¹⁷³. Como era de esperarse, la elección del actor que interpreta a Cecil no es casual sino que responde a las necesidades narrativas del episodio: hacer una parodia de *Frasier*, en concreto de la lucha constante entre los dos hermanos por demostrar que es mejor uno que el otro. A lo largo del episodio encontramos pequeños detalles que aluden al objeto parodiado. Por ejemplo, al inicio del segundo acto se introduce un intertítulo, con el mismo tipo de letra y estilo de los de *Frasier*, que dice: ““Frasier” is a hit show on the NBC Television Network”; también acompañado de música jazz, en este caso, el tema musical de *The Simpsons*. Además, cuando Bart salta sobre la espalda de Cecil gritando: “Guess who!” y Cecil responde: “Maris?”, se hace un paralelo entre la incapacidad de Cecil para ver a Bart y el hecho de que Maris, la esposa de Niles en *Frasier*, en realidad nunca fue presentada en la serie. Sin embargo, el elemento que mejor plantea la relación hipertextual entre ambos programas es la reiteración de los diálogos mordaces, sarcásticos e irónicos entre los hermanos Crane.

173 Como es evidente, el título del episodio también hace alusión a la película *The Brother from Another Planet* (1984).



Figura 26



Figura 27

Al igual que los Crane (**Figura 26**), los hermanos Underdunk Terwilliger (**Figura 27**) tienen gustos refinados, elevados intereses intelectuales, altas y excelentes opiniones sobre sí mismos y una relación turbulenta. Entre ellos hay una enorme rivalidad, fruto de una profesión compartida: ambos hermanos Crane son psiquiatras, mientras que los Underdunk Terwilliger son, entre muchas cosas, cómicos. En efecto, la rivalidad entre los dos últimos nace a partir del hecho de que Cecil se presenta en una audición para payaso asistente de “The Krusty the Clown Show”, el programa infantil con mayores niveles de audiencia en Springfield, pero al final es Bob, quien solo estaba acompañando a su hermano, el que consigue el puesto. El siguiente dialogo ilustra la rivalidad entre los hermanos, así como la dinámica fraternal que el episodio parodia:

Sideshow Bob: Well, I suppose I should ask you what you do if I’m to be working with you.

Cecil Terwilliger: For me, Bob. For me. I am Springfield’s chief hydrological and hydrodynamical engineer.

Sideshow Bob: Hydrological and hydrodynamical. Talk about running the gamut.

Cecil Terwilliger: Snigger all you like, Bob.

Sideshow Bob: Thank you. I believe I shall.

Cecil Terwilliger: But you’ll find one gets more respect as a humble civil servant... than as a homicidal maniac or a clown’s sidekick.

Sideshow Bob: Aha! I knew it! You’re still angry that Krusty picked me instead of you.

Cecil Terwilliger: I can’t imagine what you mean.

Sideshow Bob: Oh, come now! You wanted to be Krusty’s sidekick since you were five! What about the buffoon lessons? The four years at clown college?

Cecil Terwilliger: I’ll thank you not to refer to Princeton that way.

Sideshow Bob: The point is you obviously still blame me for what happened at your audition (introducción de un flashback).

Cecil Terwilliger: When that pie hit your face, I saw my dreams explode in a burst of cream and crust. But I suppose I should thank you. After all, it led me to my true calling.

Sideshow Bob: Cecil, no civilization in history has ever considered... chief hydrological engineer a calling.

(Cecil se aclara la garganta)

Sideshow Bob: Yes, yes. The Cappadocians. Fine.

Otro episodio, de la misma serie, que parodia una serie en general es “24 Minutes” (T18.E21). Tal como su nombre señala, la serie parodiada es 24 (Fox, 2001-10). Desde el inicio, el texto primario en el que se apoya el episodio queda evidenciado a través del formato de los títulos de crédito, que es el mismo (**Figura 28**).



Figura 28

Además, por si quedaba alguna duda o parte de la audiencia no conoce la estética de la serie original, la voz *over* que presenta el episodio dice: “Previously on 24... I mean The Simpsons” y da paso a una serie de imágenes que resumen los episodios anteriores.¹⁷⁴

El argumento del episodio gira alrededor de la búsqueda por parte de la CTU (Counter Truancy Unit) de una poderosa bomba fétida creada por Jimbo y sus amigos; de la misma forma que durante la quinta temporada de 24, la CTU (Counter Terrorist Unit) persigue a los responsables del Sentox, un peligroso gas nervioso¹⁷⁵. Sin embargo, la parodia está principalmente sustentada en los elementos estéticos y estilísticos característicos de la serie. Hay una reiteración de la forma en que son presentados los personajes¹⁷⁶ y los intertítulos que indican los espacios de tiempo en los que toma lugar los hechos narrados¹⁷⁷. Además, hay un uso exagerado e invertido del efecto de edición de pantalla dividida¹⁷⁸. Completan la parodia Kiefer Sutherland y Mary Lynn Rajsck que dan voz a las versiones animadas de sus personajes, Jack Bauer y Chloe O’Brian, respectivamente.

174 A diferencia de 24, *The Simpsons* no suele incluir una introducción en la que se resumen los episodios anteriores, ya que su estructura en episodios los hacen irrelevantes en las siguientes historias. Este segmento se emplea en el episodio en cuestión, además de parodia, para presentar las historias que se explicaran a continuación.

175 Los contendores de ambas bombas también son iguales.

176 Como en la serie original, se congela un primer plano del rostro del personaje, se sitúa a la izquierda de la pantalla y a la derecha sobre un fondo negro y letras amarillas, se indica su nombre y su rango en la organización.

177 Al inicio y final de cada acto, aparece un reloj digital, como el de los títulos de crédito, en medio de la pantalla. En cada una de las cuatro esquinas se mantiene una imagen de cada una de las historias que se cuentan de forma simultánea.

178 Mientras Skinner pacta con Bart, se incluye este efecto aunque ambos están en el mismo salón. De esta manera, cuando Skinner se acerca a Bart para decirle algo al oído, podemos verlo en ambos cuadros: en el de la izquierda, la cabeza y en el de la derecha, el cuerpo. Más adelante, cuando Martin alerta a Jimbo por teléfono de que lo están siguiendo, se emplea nuevamente el efecto de pantalla dividida. Al final de la conversación, para que la historia continúe en casa de Jimbo, éste le pide a su cómplice que haga desaparecer su lado de la pantalla (“Thanks, mole. Now make your split-screen vanish”).

En *Family Guy* también hay diversos casos de parodia extendida. Por ejemplo, el episodio “To Love and Die in Dixie” (T3.E12) contiene numerosas alusiones a la serie de finales de los setenta y principios de los ochenta *The Dukes of Hazzard* (CBS, 1979-85). En dicho episodio, la familia Griffin es incluida en el programa de protección a testigos y reubicada en un pequeño pueblo del “Deep South”, una región cultural y geográfica de Estados Unidos de América dentro de la que se encuentra Georgia, estado en que tomaba lugar *The Dukes of Hazzard*. Una vez instalados en el sur, Peter decide pintar un zero y un uno en las puertas de su coche y una bandera confederada en el techo del mismo, de manera que sea igual al Dodge Charger de los primos Duke. Además, Peter ordena a todos que suban al coche por las ventanas, como debían hacer los Duke debido a que las puertas de su coche estaban soldadas. Al igual que en la mayoría de episodios de la serie original, “To Love and Die in Dixie” contiene una escena de persecución en coche. En medio de la secuencia, la imagen se congela en uno de los espectaculares saltos del coche y de fondo se escucha la voz de Waylon Jennings, en su última aparición televisiva, diciendo: “Them Griffin boys better grow some wings, or start f appin’ their arms”. Congelar la imagen era una técnica recurrente en *The Dukes of Hazzard*. Normalmente, en cada episodio, antes del último corte comercial, la imagen se congelaba en una escena decisiva o de tipo cliffhanger y Waylon Jennings, el narrador omnisciente de la serie, hacía un comentario divertido o analizaba la situación.



Figura 29

Mientras, el episodio “Brian Goes Back to College” (T4.E15) está dedicado a *The A Team* (NBC, 1983-87). Después de ganar un concurso de disfraces, Peter, Cleveland, Quagmire y Joe se convencen de su respectivo parecido con John “Hannibal” Smith, Bosco B.A. (Bad Attitude) Baracus, el Teniente Templeton “Faceman” Peck, y el Capitán H.M. “Howling Mad” Murdock, protagonistas de *The A Team*, y deciden dedicarse a defender a los menos favorecidos tal como hacía este singular equipo. El episodio contiene numerosas referencias a esta serie de Steven Cannell. Además de los protagonistas y la furgoneta (**Figura 29**), en repetidas ocasiones se escucha el tema musical de la serie y hay una reproducción exacta de los títulos de crédito iniciales de *The A Team* (**Figura 30**).



Figura 30

Más allá de los detalles y los elementos estilísticos, la parodia reflexiona sobre uno de los aspectos más comentados de la serie: el uso desproporcionado de armas de fuego y los numerosos accidentes de coche que, en ningún caso, dejan heridos o acaban con la vida de alguien. En una de sus “misiones”, el equipo de Peter se dirige al parque Roger Williams para evitar que sea destruido y en su lugar se construya un centro comercial. Al verlos llegar totalmente armados, uno de los operarios de la obra les pregunta que si los matarán para impedir su trabajo. Peter, absolutamente sorprendido, responde que no y añade: “We wouldn’t do that. We’ll probably shoot the ground around you to make you scared. Then you’ll jump in your truck, speed off, hit something and do a flip”. El operario dice que eso los mataría, pero Peter se apresura en responder: “No, you’ll just roll out and dust yourself off and lumber to your hideout, defeated”. En efecto, era así como terminaban todos los enfrentamientos y disputas en *The A Team*. Los malos, después de muchas balas y golpes, decidían marchar para nunca volver y curiosamente nunca había víctimas.

5.1.1.5. Imitación satírica o “parodia de género”

Otro tipo de parodia en las comedias animadas, muy escaso pero destacable, es la “parodia de género”, denominada imitación satírica en la obra de Genette. A diferencia de las explicadas anteriormente, dichas parodias no se construyen a partir de un programa específico, sino que toman como referencia un género televisivo completo. Este es el caso de “Wheels and the Legman”, un dúo detectivesco creado por Steve y Roger en *American Dad!* “Wheels and the Legman” no es propiamente un programa dentro de otro programa, son sólo las aventuras de dos personajes de la serie. Sin embargo, debido a la influencia de la televisión en la vida de ambos personajes y en la concepción original del dúo, tiene una secuencia de títulos de crédito que suele aparecer cada vez que Roger y Steve se enfrentan a un caso. La creación del dúo detectivesco inició en el episodio “Haylias” (T3.E5), después de que Steve y Roger vean un programa ficticio, “Tex ‘n’ Mex”, en Sleuth Channel¹⁷⁹. “Tex ‘n’ Mex” está protagonizado por Tex, un científico, y su compañero, Mex, un jornalero mexicano, y

¹⁷⁹ Sleuth Channel, llamado Cloo a partir del 15 de agosto de 2011, es un canal por cable enteramente dedicado al género policiaco.

es una parodia de otros programas protagonizadas por extrañas parejas de detectives como *Starsky and Hutch* (ABC, 1975-79) y *Jake and the Fatman* (CBS, 1987-92). Roger y Steve empiezan a diseñar sus propios personajes pero las disputas inician cuando ambos deciden que quieren ser un detective en silla de ruedas, como Robert T. Ironside, protagonista de *Ironside* (NBC, 1967-75). Al final, Steve consigue quedarse con el personaje de la silla de ruedas y Roger tienen que conformarse con caminar, de allí el nombre del duo “Wheels and the Legman”.



Figura 31

Dos temporadas después, en el episodio “Wife Insurance” (T4.E15), como dúo consolidado, Steve y Roger introducen la secuencia de títulos de “Wheels and the Legman” después de que Hayley les pregunte si han visto su iPod. La secuencia está conformada por diversas escenas de acción nunca antes vistas en la serie (**Figura 31**) y la música de fondo está compuesta de extraños sonidos que hacen con la boca Roger y Steve. El supuesto creador de la serie no podía ser otro que Stephen J. Cannell, creador y productor de más de 40 series, la mayoría de ellas dramas policiales¹⁸⁰. En el episodio en cuestión, Roger y Steve discuten sobre cuál de los dos debería ser el policia bueno y el malo, dado que, una vez más, ambos quieren ser el mismo: el policia malo. En esta oportunidad gana Roger, pero las discusiones se prolongan hasta el final del episodio, cuando definitivamente consiguen definir sus personajes:

Steve: *I’m good cop, and Roger’s bad cop. I make the wisecracks, but Roger can be sarcastic, as long as it’s not too schticky.*

Roger: *I get to have the troubled past, but Steve always gets the girl.*

Steve: *Unless she’s a bad guy, in which case, Roger gets her, so she can betray him, leading to a gunfight on the roof of an opera house.*

180 Entre ellas destacan *Ironside* (NBC, 1967-75), *Columbo* (NBC, 1971-78), *Magnum, P.I.* (CBS, 1980-88), *The A Team* (NBC, 1983-87), *Hunter* (NBC, 1984-91), *Wiseguy* (CBS, 1987-90), *21 Jump Street* (Fox, 1987-90; syndication, 1990-91), *Cobra* (syndicated, 1993-94) y *Castle* (ABC, 2009-).

Minutos después, justo antes de los créditos finales, Steve y Roger también clasifican su “programa” en función a otras series sobre detectives:

Roger: *This is like a cable crime. We're network.*

Steve: *Yeah, no one dies on our show.*

Roger: *Right. Let's face it: On our darkest day, we're Scooby-Doo.*

Steve: *Maybe Quincy.*

Roger: *Maybe Quincy.*

Finalmente, en “100 A.D.” (T6.E1), reaparece el dúo detectivesco cuando se pierde el mando a distancia de la televisión. Roger y Steve se entusiasman con la idea de volver a la acción pero Klaus los interrumpe diciendo: “Every “Wheels and The Legman” is the same. You pick some boring case, you bicker, then you solve it. The solution usually being that Roger is the culprit”. Y en efecto, Roger siempre es el culpable: es quien cogió el iPod de Hayley en “Wife Insurance” (T4.E15) y quien lleva pegado en el trasero el mando de la televisión de manera que nadie lo pueda encontrar.

En la misma serie, en el episodio “In Country... Club” (T5.E1) se mezcla la trama del episodio con la producción televisiva y se introduce el programa dentro del programa “Mind Quad!”. Su protagonista, John Q. Mind (compañero de Steve en la habitación del hospital), es un ex soldado que compensa la carencia de todas sus extremidades, tanto superiores como inferiores, con un enorme poder mental. Al final del episodio, un misterioso hombre aparece en el hospital buscando a Mind, pero éste ha escapado. Acto seguido vemos a Mind conduciendo una moto, controlada por su mente, en una carretera a pocos kilómetros del Pentágono. Más adelante, en “School Lies” (T6.E14), hacia el final del episodio, Mind reaparece e intenta ayudar a Jimmy Boombox. Jimmy sufre de esclerosis lateral amiotrófica y es injustamente inculcado de robo a mano armada. El chico, asustado, escapa de la policía y en un oscuro túnel se encuentra con Mind.

John Q. Mind: *You on the run, too, huh?*

Jimmy: *I was framed. Who are you?*

John Q. Mind: *My name's Johnny. Johnny Mind.*

Voz over: *Mind Quad!*

John Q. Mind: *Now, get in. We have good deeds to do in quirky small towns all across America.*

Con el poder de su mente, Mind pone a Jimmy en el sidecar de su moto y emprenden su viaje juntos. De fondo, escuchamos una voz *over* que nos informa de que se trata de una serie televisiva: “You’re watching the season premiere of “Mind Quad!” Sign on to mindquad.org to get the scoop on Johnny’s new pal, the differently-abled Jimmy BoomBox”. “Mind Quad!” es presentada como un drama de aventuras, con toques de ciencia ficción, muy similar a *The Six Million Dollar Man* (ABC, 1974-78), *The Bionic Woman* (ABC, 1976-77; NBC, 1977-78) y otras series similares de los setenta; aunque la historia del fugitivo recuerda a *Renegade* (syndication, 1992-96; USA Network, 1996-97).

Por último, y de la misma serie, el episodio “White Rice” (T6.E5) presenta un programa dentro del programa de igual nombre que el episodio, “White Rice”. La serie se trata de una sitcom familiar protagonizada por la misma Francine, quien durante su juventud fue monologuista cómica. La comedia explica la historia personal de Francine, una mujer caucásica que fue adoptada por una pareja de chinos americanos, de allí el nombre de la serie. Durante el episodio, Stan, el marido de Francine, ve en televisión el anuncio del estreno de la serie. En escena, aparece la imagen de la carátula de la serie y de fondo se escucha:

What happens when an adopted white girl is raised by a Chinese family? This fall on Fox. Francine Ling and P.D. Wang star in White Rice. Chopstick around. It's egg foo fun for the whole family.

“White Rice” hace referencia al género cómico en general, no tiene un referente televisivo único y determinado. Sin embargo, es cierto que alude a un tipo de comedia más específica, aquéllas en que se pone de manifiesto las enormes diferencias entre padres e hijos adoptados, como en *Punky Brewster* (NBC, 1984-86; syndicated, 1987-88) y, en especial, aquéllas en las que además hay un notable contraste racial como *Diff'rent Strokes* (NBC, 1978-85; ABC, 1985-1989) y *Webster* (ABC, 1983-87; syndication, 1987-89).

5.1.2. Detalles y referencias puntuales

Tal como hemos visto en capítulos anteriores, son diversas las formas y métodos en que un texto se refiere a otro. A partir de las clasificaciones presentadas por Genette (1989 [1982]), Eco (1988 [1985]) y Harries (2000), a continuación se desarrolla una tipología de referencias intertelevisivas en función de las características propias de la sitcom animada y el grado de dificultad que representa cada una de ellas para el lector.

5.1.2.1. Cita

Según Genette, el método más explícito y literal de establecer una relación intertextual es la cita (1989 [1982]: 10). Sin embargo, la apropiación directa o inclusión creativa, como la llama Ott y Walter (2000), es poco muy común en los textos audiovisuales por razones de *copyright* y derechos de autor. Con mayor frecuencia, suelen presentarse recreaciones de la secuencia de otros textos¹⁸¹. En la muestra analizada solo existen dos casos de citación literal a otro contenido televisivo, ambos en la serie *Family Guy*. El primer caso ocurre en “New Kidney in Town” (T9.E8), en el que Peter decide faltar a su cita en el hospital para la diálisis y quedarse en el bar para ver la serie *Charles in Charge* (CBS, 1984-85; syndication, 1987-90). En la televisión del bar, aparece toda la secuencia original de títulos de crédito iniciales de la serie (**Figura 32**) y de fondo se oye a los personajes comentándola. El otro caso de inclusión de material original aparece en “Foreign

181 Ver, por ejemplo, el caso de reproducción de los títulos de crédito iniciales de *The Incredible Hulk* en el episodio “And I’m Joyce Kinney” (T9.E9), de *Family Guy*, explicado en el apartado “Parodias” (en este mismo capítulo).

Affairs” (T9.E17), en el que se reproduce por completo el video musical de *Dancing in the Street* (1985) de David Bowie y Mick Jagger.



Figura 32

5.1.2.2. Mención

En el universo audiovisual, la forma de referencia más cercana a la cita literal es la mención, ya que se refiere de forma clara y concreta al otro texto televisivo. Sin embargo, la mención también puede ser más o menos explícita: se puede llevar a cabo por medio del nombre de sus personajes o actores protagonistas o a través del mismo título de la serie.

El tipo de mención más directo es el del título de la serie. Por ejemplo en “And Then There Were Fewer” (T9.E1), de *Family Guy*, Derek le explica a su esposa Jillian que James Wood, actor invitado del episodio, no es un tiburón¹⁸² sino que era el protagonista de la serie *Shark* (CBS, 2006-08). En “Halloween on Spooner Street” (T9.E4), de la misma serie, Lois ve a Stewie disfrazado de patito y le dice que está adorable. Stewie la corrige en su error y le dice que va disfrazado de pato vampiro, pero de pato vampiro moderno de los que salen con Anna Paquin y conducen Mercedes negros. Brian, desconcertado con la explicación de Stewie, le pregunta que de que va todo eso y Stewie simplemente le responde: “It’s *True Blood*”, la famosa serie de vampiros de HBO (2008-).

En “Friends of Peter G” (T9.E11), de *Family Guy*, después de que Brian le diga a Peter que va a casa de una amiga a conocer a sus gatos, Peter lo llama “cat dog” y empieza a cantar el tema musical de la serie animada *Catdog* (Nickelodeon, 1998-04). Dicha serie contaba las aventuras de un perro y un gato siameses que estaban unidos por el vientre (**Figura 33**), lo que hace que Peter se pregunte: “Hey, where’s... you know, where’s all the poop go when the cat... when the... in a... in a cat dog...? When the cat poops... what, does it come out of the dog’s mouth? And... and vice versa?”. También en “There Will Be Bad Blood” (T6.E6), de *American Dad!*, Steve se queja de que su armario es muy pequeño y dice que quiere uno como el de Carrie en *Sex and the City* (HBO, 1998-04).



Figura 33

En “Mona Leaves-a” (T19.E19), de *The Simpsons*, Homer compara a Mona, su madre, con la serie *Scrubs* (NBC, 2001-08; ABC, 2009-10) al decir: “Mom, I can’t believe you’re here. You keep disappearing and reappearing and it’s not funny. You’re just like that show *Scrubs*”. En “Funeral for a Fiend” (T19.E8), de la misma serie, Marge dice que con el Tivo¹⁸³ ha conseguido grabar *Lost* (ABC, 2004-10), *ver Rome* (BBC, HBO, RAI, 2005-2007) en un día y reducir *Two and a Half Men* (CBS, 2003) a dos minutos y medio. Bart y Homer, en “Elementary School Musical” (T22.E1), solicitan un televisor en la corte para ver la evidencia en el caso de Krusty. El conserje, que es quien lo instala, le dice al juez que lo necesita antes del final del día para ver *The Real Housewives of Atlanta* (Bravo, 2008-). En “A Midsummer’s Nice Dream” (T22.E16), también de *The Simpsons*, el presentador Kent Brockman explica la trayectoria del duo de Cheech y Chong y menciona la serie *Nash Bridges* (CBS, 1996-01). Bart, sin saber de qué hablan en la tele, pregunta a su padre quienes son Cheech y Chong y Homer le responde: “Bart, Cheech and Chong were the Beavis and Butthead of their day”. Bart asegura ignorar quienes son Beavis and Butthead y Homer se lamenta de haber hecho mal su rol como padre. Esta última mención hace referencia a uno de los sucesores más exitosos de la serie, *Beavis and Butthead* (MTV, 1993-97); mientras que “Serves Me Right for Giving General George S. Patton the Bathroom Key” (T13.E15), de *King of the Hill*, recuerda a sus antecesores. En dicho episodio, Lucky, Hank, Bill y Dale miran el motor del coche de Bill y Lucky dice que lo mejor que pueden hacer es sacar el moto y convertirlo en un choche como el de *The Flintstones*, es decir, impulsado por el propio conductor.

También, en “Ain’t Nothin’ But Mutton Bustin’” (T2.E10), de *The Cleveland Show*, Rallo le dice a la oveja que monta en el rodeo que se retire en la cima, como *The Simpsons*. Cleveland se queja de que hagan otra temporada de *The Bachelor* (ABC, 2002-) en “Fat and Wet” (T2.E6) y Lester dice haber visto el episodio de *Glee* (Fox, 2009-), tributo a Madona, titulado “The Power of Madonna” (T1.E15) en “Little Man on Campus” (T2.E5). En “Your Show of Show” (T2.E21), Lloyd Waterman, el jefe de Cleveland, le pregunta si aparece en la serie *CSI* (CBS, 2000-), confundiéndolo con Laurence Fishburne. Y en “A Short Story and a Tall Tale” (T2.E13), Kevin Garnett, el jugador de baloncesto, le dice a Cleveland que se parece a Stanley Hudson de *The Office*. En

183 TiVo es una tecnología que permite grabar contenido televisivo, pero que, a diferencia de los grabadores de vídeo tradicionales, guarda la información en un disco duro que permite almacenar entre 80 y 300 horas de programación.

ese mismo episodio, el padre de Cleveland, LeVar Brown, asegura odiar el mismo programa. Este último ejemplo es especialmente representativo porque Craig Robinson, quien da voz al mismo LeVar, además tiene un papel recurrente en la serie *The Office* (NBC, 2005-).¹⁸⁴

En algunas ocasiones, con que el nombre de la serie es el mismo nombre del personaje protagonista, la citación es igual de directa que en el caso anterior. Por ejemplo, en “Strangeness on a Train” (T12.E19), de *King of the Hill*, Lucky se refiere constantemente al teniente Columbo y la forma en que el resolvería el misterio del tren; mientras que en “Big Little Girl” (T18.E12), de *The Simpsons*, Willie dice que las toallitas húmedas están más tiasas que las ironías del mismo teniente. En cualquiera de los dos casos, es indiscutible que ambos personajes se están refiriendo a la serie *Columbo* (NBC, 1971-78), a través de su protagonista. Otro ejemplo de este mismo tipo de citación ocurre en “The Essence of Cleveland” (T2.E18), de *The Cleveland Show*, cuando Rallo baja las escaleras de casa, tras escuchar unas carcajadas, y pregunta si es que está en casa “Nurse Jackie”, refiriéndose a la protagonista de la serie de igual nombre (Showtime, 2009-).

En los casos en los que difiere el título del programa y el nombre de su protagonista, la referencia no es evidente pero sí muy cercana. Por ejemplo, en “Road to the North Pole” (T9.E7), de *Family Guy*, Brian confiesa a Stewie que Santa no existe y Stewie, incrédulo, le pregunta si también negara la existencia de Elmo, *SpongeBob SquarePants* y *Curious George*, personajes de *Sesame Street* (NET, 1969-70; PBS, 1970-), *SpongeBob SquarePants* (Nickelodeon, 1999-) y *Curious George* (PBS, 2006-), respectivamente. También, en “Brother and Sisters” (T9.E15), de la misma serie, Carol, la hermana de Lois, asegura haber estado casada con Doggie Daddy Stone, personaje de *The Quick Draw McGraw Show* (syndication, 1959-62). En “Dia-Bill-ic Shock” (T13.E1), de *King of the Hill*, Dave dice que Bill no puede mantener las manos lejos de el azúcar, igual que Winnie the Pooh, protagonista de las series animadas *The New Adventures of Winnie the Pooh* (ABC, 1988–1991) y *My Friends Tigger & Pooh* (Disney Channel [Playhouse Disney], 2007–2010), que, según Dave, es diabético como Bill.

En otros casos, la referencia a la serie puede estar dada por la mención del nombre de uno de los actores que participaba en ella. En todos los casos, evidentemente, se trata de actores fácilmente identificables con la serie (protagonistas, su primera aparición en televisión, serie que lo lanzó a la fama, etc.). Por ejemplo, en “Ain’t Nothin’ But Mutton Bustin’” (T2.E10), de *The Cleveland Show*, Rallo dice que Cleveland es tan gracioso como Bill Cosby, haciendo referencia a la sitcom *The Cosby Show* (NBC, 1984–1993), la producción cómica más reconocida de dicho actor. En “White Rice”, de *American Dad!*, Roger afirma haber sido el agente de todos los vecinos y personajes secundarios de las sitcoms de los ochenta, entre ellos, Mindy Cohn, quien tuvo el único papel importante de su carrera en *The Facts of Life* (NBC, 1979–88); Willie Aames, famoso por sus papeles protagónicos en *Eight Is Enough* (ABC, 1977–81) y *Charles in Charge* (CBS, 1984–

85; syndication, 1987-90) y Chris Burke, actor con Síndrome de Down, mejor conocido por su papel de Gorky en *Life Goes On* (ABC, 1989-93). Y en “Jenny Fromdabloc” (T6. E16), de la misma serie, Roger compara a Snot con Paul Reiser, protagonista de *Mad about You* (NBC, 1992-99); mientras que Steve asegura que en su mejor día se acerca a Rob Morrow, actor principal de *Northern Exposure* (CBS, 1990-95) y *Numb3rs* (CBS, 2005-2010).

5.1.2.3. Representación

La representación animada de personajes o actores de otros textos televisivos también es una forma frecuente de citarlos. Por ejemplo, en “Halloween on Spooner Street” (T9. E4), de *Family Guy*, Brian se pinta todo de rosa como forma de disfraz para Halloween. Mientras está en la calle, recogiendo golosinas con Stewie, aparece la Pantera Rosa, protagonista de *The Pink Panther Show* (NBC, 1969-78; ABC, 1978-79), y le dice: “Welcome to Hell”. En el recital de piano de “Wasted Talent” (T2.E20), de la misma serie, Peter interpreta el tema musical de la serie *The Mary Tyler Moore Show* (CBS, 1970-77). Entre la audiencia que lo escucha, aparece la protagonista de dicha serie, Mary Richards, quien se levanta de su asiento y lanza su boina al aire de la misma manera que lo hacía en los créditos de apertura de la serie original (**Figura 34**). También, en “Business Guy” (T8. E9), aparece Gregory House (Hugh Laurie), protagonista de *House* (Fox, 2004-), como el médico de Carter, el padre de Lois.



Figura 34



Figura 35

En la feria que visitan Cleveland y Rallo en “Ain’t Nothin’ But Mutton Bustin’” (T2. E10), de *The Cleveland Show*, podemos ver muñecos de regalo de Stewie y Brian, de *Family Guy*, y de Bart, de *The Simpsons*. En “Hot Cocoa Bang Bang” (T2.E22), de la misma serie, aparece el personaje de Jeff Albertson, más conocido como Comic Book Guy, de *The Simpsons*. Y en “To Live and Die in a VA” (T2.E17) aparece Worf, de *Star Trek: The Next Generation* (syndication, 1987-94), en medio de un atasco. Sus pensamientos son reproducidos en forma de subtítulos, pero manteniendo su lengua nativa, el Klingon (**Figura 35**).

En “Home Wrecker” (T6.E17), de *American Dad!*, después de que Stan diga que la idea de separa la casa por la mitad y ajustarla a las necesidades de cada uno la tomo de *The Brady Bunch* (ABC, 1969-74), aparece Roger vestido como Alice Nelson (Ann B. Davis), la ama de llaves de la familia Brady, y dice: “I’ve got a date with Sam the Butcher. He’s gonna bring me his big, uncut salami”¹⁸⁵. De fondo, se escuchan risas pregrabadas igual que en la serie original. También, en “Elementary School Musical” (T22.E1), de *The Simpsons*, aparecen Rachel Berry (Lea Michele), Finn Hudson (Cory Monteith) y Mercedes Jones (Amber Riley), personajes de *Glee* (Fox, 2009-), como compañeros de campamento de Lisa, y en “Aquatic Wife” (T18.E10) vemos a *SpongeBob SquarePants*, de la serie del mismo nombre, como una verdadera especie submarina expuesta en un museo.

La representación de personajes es mucho más frecuente que la de actores, sin embargo existen algunos casos. En “Road to the North Pole” (T9.E7), de *Family Guy*, Stewie y Brian, durante su travesía al Polo Norte, creen ver la Aurora Boreal pero en realidad se trata de la “Aurora Boreanaz” (**Figura 36**), en la que se puede ver y escuchar a David Boreanaz, protagonista de *Angel* (The WB, 1999-2004) y *Bones* (Fox, 2005-). También, en “And I’m Joyce Kinney” (T9.E9), aparece Tina Fey, personaje principal de *30 Rock* (NBC, 2006-) diciendo que es mejor persona que Jesucristo, y en “Brian Griffin’s House of Payne” (T8.E15) vemos a Charlie Sheen, Jon Cryer y Angus T. Jones, protagonistas de *Two and a Half Men* (CBS, 2003-), en el salón de los Griffin, el día del estreno de la serie de Brian. Y en “You Debt Your Life” (T6.E12), de *American Dad!*, Andy Dick, de *NewsRadio* (NBC, 1995-99), se muda a casa de los Smith para reemplazar a Roger.



Figura 36

5.1.2.4. Alusión

Genette señala que la menos explícita y literal de las formas en que se manifiesta la intertextualidad es la alusión (1989 [1982]: 10). La alusión es una figura retórica, mediante la cual se evocan ideas, situaciones, personas, obras, etc., sin ser expresamente mencionadas, sino a través de otras que hacen pensar en ellas. En la clasificación de

¹⁸⁵ En el universo de la serie, Alice tenía un novio, Sam, que era el propietario de una carnicería.

Eco (1988 [1985]: 140-44), el término alusión es reemplazado por el de cita irónica del topos, que igualmente, se refiere a la reiteración de elementos muy particulares y definatorios del género o el texto. En todo caso, en ambas tipologías es preciso que exista una relación ampliamente conocida entre lo que se dice o muestra y la noción a la que se alude. De lo contrario, la intención del autor pasaría desapercibida ya que el lector no sería capaz de identificarla.

Las alusiones hacen referencia a una multitud de elementos del texto, por ello, antes de abordarlas es conveniente clasificarlas en función del tipo de elemento al que se refieren. Así pues, las alusiones se clasifican de la siguiente manera: 1) alusiones a los títulos y carátulas, 2) alusiones lexicales y estilísticas, 3) alusiones verbales y 4) alusiones por medio de escenas específicas.

5.1.2.4.1. Títulos y carátulas

En cada episodio de una de las cinco series analizadas, en mayor o menor medida, hay un despliegue de numerosas referencias a otros textos televisivos. Dicho despliegue inicia muy pronto en cada episodio, en algunos casos, en el mismo título. Por ejemplo, “Your Show of Shows” (T2.E21), episodio de *The Cleveland Show*, recuerda por su nombre el programa de variedades de principio de los cincuenta *Your Show of Shows* (NBC, 1950-54) y “The Real Housewives of Fat Tony” (T22.E19), de *The Simpsons*, es una alusión directa a *The Real Life of Housewives of Orange County* (Bravo, 2006-) y el resto de *reality shows* derivados de este mismo programa en otras ciudades. También, el título del episodio “Manger Baby Einstein” (T13.E17), de *King of the Hill*, está inspirado en la serie de videos infantiles “Baby Einstein” de Walt Disney Company.

En otras ocasiones, la alusión a otros productos televisivos por medio de su título original no es, a su vez, incluida en el título del episodio, sino a lo largo de éste. Por ejemplo, en “Best Little Horror House in Langley Fall” (T6.E3), de *American Dad!*, Francine se refiere a Stan como “The Fresh Prince of Bell-Scare”, clara alusión a *The Fresh Prince of Bel-Air* (1990-96). Y en el episodio “Funeral for a Fiend” (T19.E8), de *The Simpsons*, el TiVo reseña varios programas ficticios: “Snuggle and the city” en vez de *Sex and the City* (HBO, 1998-2004); “The dog talk-to-er” como *Dog Whisperer with Cesar Millan* (National Geographic 2004-11; Nat Geo Wild, 2001-); “Pimp My Laundry Room” a cambio de *Pimp My Ride* (MTV, 2004-2007) y “Opal” en vez de *The Oprah Winfrey Show* (syndicated, 1986-2011).

Las alusiones a los títulos pueden contener además algunos rasgos estéticos del programa original si se presentan a través del uso de carátulas. En algunos casos, el juego de palabras que se hace con el título original puede ser insertado en una imagen representativa del programa.

Por ejemplo, en “A Piñata Named Desire” (T6.E11), de *American Dad!*, aparecen las versiones infantiles de los protagonistas de *Entourage* (HBO, 2004-11), comprando en la misma tienda que Steve y sus amigos. De repente, la imagen se congela, se tiñe de azul y debajo aparece el título “Lil’ entourage” (**Figura 37**). También en “Murray Christmas” (T2.E8), de *The Cleveland Show*, después de que Murray se mude de incognito a la habitación de Rallo y diga: “We’re like a sitcom”, la imagen se paraliza y se convierte en la carátula de una serie ficticia “Jew and a half man”, clara parodia de *Two and a Half Men* (CBS, 2003-).



Figura 37

En el episodio “Homer the Father” (T22.E12), de *The Simpsons*, Homer se vuelve seguidor de un canal llamado Tube Town, una parodia de TV Land, que repone sitcoms clásicas, principalmente de los ochenta. A lo largo del episodio, mientras vemos a Homer viendo la televisión, son presentadas diferentes series. Entre ellas, “Sheriff Wholesome”, “Failed Geena Davis Sitcom 1986”, “The Voiceover Years” y “Hannigan, M.F.A.”.

La fecha original de emisión de “Sheriff Wholesome” no se señala con exactitud, pero al ser emitida en blanco y negro se presume que es de finales de los cincuenta o principios de los sesenta. Gracias a la imagen y el título (**Figura 38**), es fácil deducir que el programa se centra en su protagonista, el sheriff de un pequeño pueblo. Estas dos pistas indican que probablemente se trata de una parodia de *The Andy Griffith Show* (CBS, 1960-68). “Failed Geena Davis Sitcom 1986” (**Figura 39**), por su parte, es una clarísima alusión a *Sara* (NBC, 1985), una sitcom protagonizada por Geena Davis que únicamente tuvo 13 episodios¹⁸⁶. “The Voiceover Years” está inspirada en *The Wonder Years* (ABC, 1988-93). El título hace referencia a la técnica de la voz over popularizada por la serie; los adolescentes besándose en el sofá recuerdan a Kevin Arnold y Winnie Cooper, sus protagonistas (**Figura 40**), y la imagen que aparece en el televisor data de la Guerra de Vietnam¹⁸⁷, contexto político en el que se ubicaba de *The Wonder Years*. Por

¹⁸⁶ Además, la carátula ficticia es una obvia parodia de la imagen promocional de *Sara*. La única diferencia, es que los personajes de Rozalyn Dupree (Alfre Woodard) y Marty Lang (Bill Maher) aparecen caracterizados como niños.

¹⁸⁷ La imagen es una recreación de la foto de Eddie Adams, durante la Guerra de Vietnam, ganadora del premio Pulitzer en 1969 en la categoría “Spot News Photography”.

último, “Hannigan, M.F.A.” recuerda al teniente Frank Columbo de Columbo (NBC, 1971-78). Hannigan, como Columbo, viste como policía detective o investigador privado (**Figura 41**); aunque, por el título¹⁸⁸ y la imagen, se podría deducir que se especializa en casos relacionados con el mundo del arte.



Figura 38



Figura 39



Figura 40



Figura 41

188 La abreviatura M.F.A. significa Master of Fine Arts.

5.1.2.4.2. Elementos lexicales y estilísticos

Algunos elementos como los nombres de un personaje, el vestuario, los escenarios, los temas musicales y las técnicas de edición también pueden servir para hacer alusión a otros textos televisivos. Entre los elementos lexicales está, por ejemplo, el disfraz de Chris (**Figura 42**), de *Family Guy*, en “Halloween on Spooner Street” (T9.E4). El disfraz está inspirado en Heathcliff Huxtable (Bill Cosby), protagonista de *The Cosby Show*, que se caracterizaba por usar jerséis con estampados muy llamativos. En “Son of Stan” (T6.E2), de *American Dad!*, el clon de Steve es bautizado por Stan como Steve-A-Rino como referencia al personaje de Vincent “Vinnie” Barbarino (John Travolta) de *Welcome Back, Kotter* (ABC, 1975-79) y en “Jenny Fromdabloc” (T6.E16) el sótano de casa de Snot está basado en el sótano de los Forman (**Figura 43**), escenario principal de *That 70’s Show* (Fox, 1998-2006). También, en el gag del sofá del episodio “Homer Scissorhands” (T22.E20), de *The Simpsons*, el sofá de los Simpson aparece expuesto en el museo del Smithsonian Institution (**Figura 44**) de la misma forma que el sillón de Archie Bunker, de *All in the Family* (CBS, 1971-79).



Figura 42



Figura 43



Figura 44



Figura 45

Ahora bien, en cuanto a los elementos estilísticos, destaca el uso frecuente de los temas musicales originales para hacer referencia a los programas. Por ejemplo, en “And Then There Were Fewer” (T9.E1), de *Family Guy*, mientras buscan a Muriel por la mansión, Brian y Stewie juegan a adivinar el tema musical de serie televisiva que el otro tararea. Entre los temas referidos están el de *Lost in Space* (CBS, 1965-68), *The Dick Van Dyke Show* (CBS, 1961-66) y *Dynasty* (ABC, 1981-89). En “Go Stewie Go” (T8.E13), de la misma serie, el

inusual tema musical de *Seinfeld* (NBC, 1989-98)¹⁸⁹ se escucha cuando Meg descubre a Lois, su madre, a punto de tener relaciones sexuales con su novio, Anthony. También en el episodio “Love Is a Many Strangled Thing” (T22.E17), de *The Simpsons*, después de que aparezca el título de la serie de entre las nubes, vemos la nave Planet Express de *Futurama* (Fox, 1999-03; Comedy Central, 2008-) sobrevolando el cielo de Springfield, acompañada del tema musical de la serie. En “Fat and Wet” (T2.E6), de *The Cleveland Show*, cuando Cleveland Jr. decide ponerse la máscara de oxígeno que le recetó el médico, se escucha de fondo la canción “I’m Popeye the Sailor Man”, de la serie animada *Popeye the Sailor* (syndication, 1960-62; CBS, 1978-83; CBS, 1987-88), tal como sucedía en la serie original cada vez que Popeye comía espinacas. Y en “Harder, Better, Faster, Browner” (T2.E1), de la misma serie, se hace alusión a numerosas series animadas por medio de un ranking musical ficticio, el “Billboard Hot 100 Cartoon Songs”, en el que figuran números musicales interpretados por diferentes personajes animados; entre ellos, “Bag of weed” de Brian y Stewie en el episodio “420” (T7.E12) de *Family Guy*, “Balls deep” de Cleveland Jr. en “Love Rollercoaster” (T1.E11) de *The Cleveland Show* o “Eeep opp, Ork, Ah Ah” de Jet Screamer del episodio “A Date with Jet Screamer” (T1.E2) de *The Jetsons*.

Otros elementos estilísticos mediante los cuales también se hace alusión son las secuencias de transición o de títulos de crédito. Por ejemplo, en “The Scorpion’s Tale” (T22.E), de *The Simpsons*, en el segmento en que el abuelo Simpson aparece compartiendo habitación con cada uno de los miembros de la familia, una escena da paso a la siguiente por medio de la superposición de la cara del abuelo, que ocupa la mayor parte de la pantalla, desplazándose de derecha a izquierda. De forma muy similar, pero moviéndose en forma circular, el símbolo de Batman funcionaba como elemento de transición entre las secuencias de la serie televisiva (*Batman* [ABC, 1966-68]). Al final de la segunda historia explicada en “Three King” (T7.E15), de *Family Guy*, aparece sobreimpresa, en la imagen congelada, el rotulo: “executive producer DONALD P. BELLISARIO” (**Figura 45**); con el mismo tipo de letra y en la misma posición que en los créditos finales de *Magnum, P.I.* (CBS, 1980-88). Por último, en “Home Wrecker” (T6.E17), de *American Dad!*, mientras Steve y sus amigos esperan al director Lewis en el coche, ven que en la entrada del club de striptease se refleja una silueta igual a la de Alfred Hitchcock en el inicio de *Alfred Hitchcock Presents* (CBS, 1955-60; 1962-64; NBC, 1960-62; 1964-65).

5.1.2.4.3. Alusiones verbales

En “Big Man on Hippocampus” (T8.E10), de *Family Guy*, después de que Peter pierda la memoria, Lois, su esposa, vuelve a presentarle a todos los miembros de la familia. Cuando le dicen que Meg es su hija, Peter exclama: “D’oh!”, expresión popularizada por Homer Simpson. Lois se apresura en explicarle a Peter que esa no es su *catchphrase* y Peter se disculpa diciendo que no recuerda nada. La referencia anterior demuestra que

189 El tema musical de *Seinfeld* era una de las firma de la serie. A diferencia de la mayoría de temas musicales de serie, el de *Seinfeld* se trataba de un solo de bajo creado con un sintetizador, acompañado de una pista de percusión, sonidos bucales y chasquidos.

la reiteración de frases, *catchphrases* o expresiones características de un programa también es una forma de alusión entre los textos televisivos. Otro ejemplo de este mismo tipo aparece en el episodio “Little Man on campus” (T2.E5), de *The Cleveland Show*. Casi al final, Cleveland le dice a Donna que se siente satisfecho aun sin haber ganado el partido y añade: “Clear conscience, full heart, can’t lose”. La frase es casi igual a “Clear eyes, full hearts, can’t lose”, el cantico de las animadoras de *Friday Night Lights* (NBC, 2006-2011). También, en “Your Show of Show” (T2.E21), de la misma serie, durante un descanso en el trabajo, Cleveland hace un decálogo con expresiones divertidas. Cuando llega al número ocho dice: “Rooby, Rooby Roo”, imitando el característico aullido de Scooby-Doo (*Scooby-Doo, Where Are You!* y otros títulos: CBS, 1969-70; 72-73; ABC, 1976-78; 1979-80; 1980-82; 1983-84; 1985; 1988-91; The WB, 2002-05; The CW, 2006-2008; Cartoon Network, 2010-). En “How Do You Solve a Problem Like Roberta?” (T2.E11), después de la discusión entre Donna y su hija Roberta, aparece Cleveland y anuncia un “Final Thought”:

*Now my final thought. Is it too late to do a Jerry Springer reference? Hasn't he been done to death?
And why the hell was he ever famous to begin with? It's because of you people! You're all trash! We'll be
right back.*

El “Final Thought”, tal como sugiere el mismo Cleveland, es el segmento con el que Jerry Springer concluye su programa, *The Jerry Springer Show* (syndication, 1991-), y en el que expresa su punto de vista acerca del debate presentado en cada episodio. De la misma manera que en el programa original, mientras Cleveland habla, escuchamos de fondo personas que gritan el nombre del presentador y vemos como los guardias de seguridad intentan controlar la pelea entre los invitados al programa, en este caso, Donna y Roberta.

Por último, en el episodio “The Cleveland-Loretta Quagmire” (T4.E5), de *Family Guy*, Peter y Brian protagonizan una escena que en la que se parodia el tipo de comunicación humano-canina representada en *Lassie* (CBS, 1954-73). En dicha serie, su protagonista, un *rouge collie* de increíble inteligencia, solía avisar a sus amos, por medio de ladridos, si alguna persona se encontraba en peligro o había ocurrido algún accidente. Tal como señala el diálogo de *Family Guy*, reproducido a continuación, *Lassie* tomaba lugar en un entorno rural y los accidentes solían estar relacionados con animales peligrosos, cambios meteorológicos, herramientas de arado, etc.

Brian: *Do you heart that?*
Peter: *What?*
Brian: *Sounds like someone screaming.*
Peter: *What is it, boy? What are you triying to say?*
Brian: *It sounds like Loretta screaming.*
Peter: *Trouble at the old mill?*
Brian: *What are you, insane?*
Peter: *Someone fall on ice?*
Brian: *It summer.*

Peter: Bobcat?

Brian: (Ladra repetidas veces)

Peter: Oh, Loretta's in trouble? Come on, boy.

El efecto paródico de la escena radica en el hecho de que Brian es un perro como Lassie; sin embargo, tiene la capacidad para comunicarse como un humano, lo que hacía totalmente innecesario que tuviera que explicarle a Peter lo que había escuchado por medio de ladridos.

5.1.2.4.4. Recreación de escenas específicas

Probablemente, el tipo de alusión más difícil de detectar es el que se hace por medio de la reproducción de escenas determinadas de un episodio o capítulo del texto televisivo en cuestión¹⁹⁰. Por ejemplo, las escenas del episodio “Ties for Two” (T9.E14), en que Quagmire dicta un curso sobre como conquistar mujeres, son reminiscencias del episodio “Frenemies” (T3.E16), de *Sex in the City* (HBO, 1998-2004), en el que Carrie lidera un seminario sobre como ligar. En el episodio “The Hand that Rocks the Wheelchair” (T9.E12), de la misma serie, la escena en que aparece el Stewie malvado en la maquina teletransportadora es exactamente igual, incluidas la música y la iluminación, a la del episodio “The Enemy Within” (T1.E5), de *Star Trek* (NBC, 1966-69), en el que es presentado el gemelo malvado del Capitan Kirk.

Otro ejemplo de este tipo de alusión aparece en el episodio “Fifteen Minutes of Shame” (T2.E12) de *Family Guy*. Los productores de “The Real Live Griffin”, el *reality show* que protagoniza la familia Griffin en dicho episodio, crean un “plan B” para anunciar la salida de Meg del programa. El “plan B” consiste en recrear de manera detallada la escena final del episodio “Abyssinia, Henry” (T3.E24), de *M*A*S*H* (CBS, 1972-83), en la que Radar O'Reilly anuncia que el avión en el que viajaba el teniente coronel Henry Blake ha sido derribado. En la reproducción animada, Brian interpreta a O'Reilly y repite la dramática frase original: “I have a message. Lieutenant Coronel... Henry Blake's plane... was shot down... over the Sea of Japan. It spun in... there no survivors”; no obstante, cambia “Lieutenant Coronel Henry Blake” por “Meg Griffin”.

La escena en que Cleveland aparece en el funeral de David Carradine, en el episodio “It's the Great Pancake, Cleveland Brown” (T2.E4), también es exactamente igual a la protagonizada por Mary Richards (Mary Tyler Moore) en el funeral de Chuckles The Clown del episodio “Chuckles Bites the Dust” (T6.E7), de *The Mary Tyler Moore Show* (CBS, 1970-1977). Cleveland incluso aparece sentado junto a Ted Baxter (Ted Knight), Georgette Franklin (Georgia Engel), Sue Ann Nivens (Betty White), Lou Grant (Edward Asner) y Murray Slaughter (Gavin MacLeos), todos personajes de la serie original (**Figura 46**).

190 En efecto, no se incluye en el apartado de parodias porque, aunque es una recreación de la serie, pertenece a un momento puntual difícil de reconocer para la audiencia en general.



Figura 46



Figura 47

Por último, el ejemplo más destacado de recreación de escenas determinadas lo encontramos en “Road to Rupert” (T5.E9) de *Family Guy*. Después de destruir el televisor de su casa, Peter decide crear una sitcom en su mente y así divertirse sin la ayuda del electrodoméstico. Sin embargo, dado que su imaginación se ha visto menguada por tantos años de tener como único entretenimiento la televisión, Peter no es capaz de inventar su propia serie original sino que hace una especie de pastiche con las más populares. El resultado es la secuencia de títulos iniciales de la sitcom ficticia “My Black Son” (**Figura 47**). La secuencia incluye escenas de los títulos de crédito iniciales *Punky Brewster* (NBC, 1984-86; syndication, 1987-88) (**Figura 48**); *Family Ties* (NBC, 1982-89) (**Figura 49**); *Laverne and Shirley* (ABC, 1976-83) (**Figura 50**); *Perfect Strangers* (ABC, 1986-93) (**Figura 51**); *Bosom Buddies* (ABC, 1980-82) (**Figura 52**); *Who’s the Boss?* (ABC, 1984-92) (**Figura 53**) y *Three’s Company* (ABC, 1977-84) (**Figura 54**).



Figura 48



Figura 49



Figura 50



Figura 51



Figura 52



Figura 53

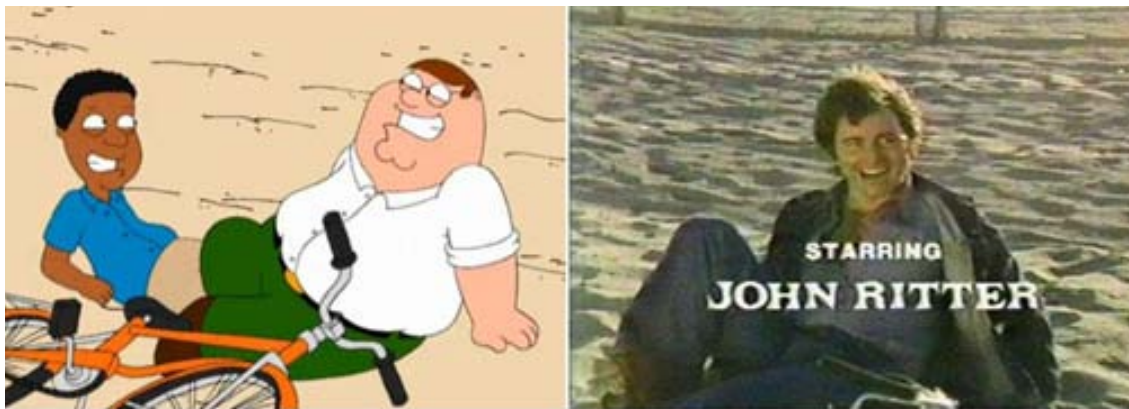


Figura 54

5.2. Informativos

The Simpsons, *King of the Hill*, *Family Guy*, *American Dad!* y *The Cleveland Show* incorporan de forma recurrente escenas del informativo local y sus presentadores suelen ser personajes recurrentes de la serie y vecinos de la familia protagonista. La introducción de segmentos del informativo en la serie suele responder a dos modalidades: la secuencia explica parte de la trama del episodio o la familia o alguno de sus miembros protagoniza alguna noticia. En todo caso, el objetivo de la inserción siempre es comentar y criticar el entorno periodístico.

En *The Simpsons*, como de *Family Guy*, el informativo juega un importante papel en la estructura narrativa de la serie y se han dedicado numerosos episodios a la vida privada de los periodistas que trabajan para dicho informativo. *King of the Hill* presenta una relación desigual con los programas de información. Uno de los personajes principales, Nancy Gribble, es presentadora de noticias y a través de ella se han introducido diversas temática periodísticas; sin embargo, los segmentos de informativos dentro de la serie son poco habituales. En *American Dad!*, el informativo no aparece con tanta frecuencia como en *The Simpsons* y *Family Guy*, pero como Greg y Terry, sus presentadores, viven en frente de los Smith (la familia protagonista de la serie), las referencias al universo periodístico no escasean. Finalmente, en *The Cleveland Show*, las alusiones a los informativos son esporádicas y la aparición de presentadores y periodistas es puntual.

La parodia, como vimos en el capítulo 3, Intertextualidad y parodia, representa una relación de similitud y diferenciación: el texto paródico ofrece un comentario crítico sobre el texto original, pero las semejanzas entre ambos deben de ser lo suficientemente claras como para que el lector pueda reconocer como hipertexto al texto parodiado. Por ello, las parodias de los informativos en las comedias animadas reproducen con detalle las características de la puesta en escena de dicho género. Al igual que en los informativos reales, el fondo en el que son mostrados los presentadores tiene la figura de un mundo que gira e imágenes superpuestas de los acontecimientos que ocurren en diferentes puntos de éste. Además, la manera en que está dispuesto el mobiliario, los rótulos con los nombres de los periodistas y la disposición de las imágenes a lado del rostro del presentador son una copia fiel de un informativo real. Por el contrario, el contenido sufre una notable transformación y es modificaco en aras de señalar una tendencia mediática: la tabloidización.

Con el fin de facilitar la lectura y la identificación de personajes, el análisis de las referencias de la comedia animadas al género informativo está precedido de una breve presentación de los profesionales del periodismo de las cinco series que conforman la muestra. A continuación, se aborda la estructura de los informativos desde dos factores claves: la selección y priorización de las noticias y la creciente tendencia a su espectacularización. Uno de los elementos más importante de dicha tendencia es la figura del presentador y el culto a la personalidad. Este último aspecto se analizará en función de las principales características de los presentadores de las comedias animadas, es decir, la presentación delante de las cámaras de sucesos de su vida privada, su falta de integridad periodística y control de las situaciones, las discusiones e insultos a otros miembros del equipo en directo y la expresión de opiniones personales. Además, se examinará el oficio del reportero en el proceso de espectacularización de las noticias y, finalmente, la relación entre las comedias animadas de Fox y el canal de noticias de la misma cadena: Fox News.

5.2.1. Profesionales del periodismo

The Simpsons

El equipo de noticias de Canal 6, canal ficticio de *The Simpsons*, está liderado por Kent Brockman (**Figura 55**). Brockman conduce la edición diaria del informativo, ya sea desde el estudio de grabación o desde el lugar mismo en que ocurre la noticia, dado que además de presentador, es reportero del informativo. Brockman se considera a sí mismo un periodista polifacético y presenta una larga lista de programas: “Smartline”¹⁹¹, “That’s Kent-Ertainment!”¹⁹², “Eye on Springfield”¹⁹³, “Bite Back! With Kent Brockman”¹⁹⁴ y el segmento “My Two Cents”¹⁹⁵. Brad Bird, creador del personaje de Kent Brockman, asegura haberse inspirado en los presentadores Hal Fishman y Jerry Dunphy para definir la forma de presentar de Brockman; mientras que el físico está basado en el también presentador Ted Koppel (*Nightline*, 1980-2005).¹⁹⁶

Únicamente se conocen dos miembros más del resto del equipo informativo del Canal 6: Stephanie Brockman, esposa de Kent y ex chica del tiempo, y Arnie Pye, reportero del tráfico (emite en directo desde un helicóptero) y presentador del segmento “Arnie in the Sky”.



Figura 55

191 *Smartline* es un *late-show* de debate entre ciudadanos de Springfield. Usualmente Brockman presenta el programa dejando clara su opinión personal y evidenciando de que parte del debate está. El programa parodia otros productos televisivos como *Nightline* [ABC, 1980-] o *Dateline* [NBC, 1992-].

192 *That’s Kent-Ertainment!* es un programa de entretenimiento sobre noticias de las celebridades. La secuencia de títulos de crédito iniciales es un collage de recreaciones de escenas famosas de películas, entre ellas, *Pulp Fiction* (1994), *Gone with the Wind* (1939) y *The Godfather* (1972).

193 *Eye on Springfield* es un programa de entretenimiento que parodia otros como *Eye on L.A.* (KABC-TV, 1980-), *Entertainment Tonight* (syndication, 1981-) o *Access Hollywood* (syndicated, 1996-). Al inicio de cada episodio, Brockman dice: “Hello. I’m Kent Brockman, and this is *Eye on Springfield*” y, a continuación, aparecen diversas imágenes de chicas en bikini en los diferentes monumentos de Springfield y escenas de Brockman viviendo como una celebridad

194 *Bite Back! With Kent Brockman* es una parodia de *Fight Back! With David Horowitz* [syndication, 1980-92, un programa dedicado a defender los derechos de los consumidores.

195 “My Two Cents” aparece justo después del informativo. Durante el corto segmento Brockman da su opinión sobre un problema en el pueblo y la que él considera debería ser la solución.

196 Comentarios incluidos en la versión en DVD de la primera temporada.

King of the Hill

El equipo periodístico del informativo del canal 84, canal local de Arlen, está conformado por Miguel Hernández y Nancy Hicks Gribble (presentadores), Don Ringle (sección deportes) e Irv Bennett (meteorólogo). Sin embargo, en el único personaje en que se profundiza es en el de Nancy (**Figura 56**), esposa de Dale, uno de los protagonistas de la serie. Durante las primeras ocho temporadas de la serie, Nancy fue la chica del tiempo. Sin embargo, después de fallar un pronóstico y ser reemplazada por un meteorólogo titulado, Nancy se las ingenia para llegar a ser copresentadora del informativo e incluso contratada por la cadena de noticias más importante de Texas, aunque por una breve temporada.



Figura 56

Family Guy

Aunque los actuales presentadores de “Channel 5 Action News”, informativo de *Family Guy*, son Tom Tucker y Joyce Kinney, no han sido ellos quienes ha protagonizado los mejores momentos del informativo. La predecesora de Kinney, Diane Simmons, ocupó su posición durante las primera ocho temporadas de *Family Guy* y obtuvo mucho mas reconocimiento (Tom Tucker acompañado de Diane Simmons en la **Figura 57**). No obstante, en el episodio “And Then There Were Fewer” (T9.E1), Diane es asesinada después de urdir un plan para inculpa a Tom Tucker de homicidio y desaparece de la serie. Durante sus años como compañeros de trabajo, Tom y Diane se dedicaron a difamarse el uno al otro y deshonorar el oficio periodístico. El equipo periodístico de “Channel 5 Action News” es completado por Ollie Williams, el meteorólogo, y Tricia Takanawa, la reportera asiática.



Figura 57

American Dad!

Terry Bates y Greg Corbin (**Figura 58**), además de compañeros sentimentales, son los presentadores de las noticias locales del canal 3. Ambos se caracterizan por ser incapaces de mantener la compostura y tener una fuerte inclinación a hacer comentarios sobre su vida privada delante de las cámaras del informativo. Greg es moreno y Terry rubio, Greg es republicano y Terry demócrata, Greg ronda los cuarenta y Terry no llega a los treinta; no obstante, son una pareja feliz y tienen una hija en común, Liberty “Libby” Belle.



Figura 58

The Cleveland Show

Dwayne Meighan (**Figura 59**) es el presentador del informativo local de Stoolbend en el canal 6. Meighan sufre de estrabismo y parece sufrir una ligera discapacidad cognitiva; no obstante, se las ingenia para informa sobre todo tipo de temas: desde guerras hasta bodas de famosos, pasando por eventos deportivos y la previsión meteorológica. Su tono de voz es muy suave, monótono e indica falta de motivación. De su vida fuera del informativo no sabemos casi nada, solo que también trabaja para una línea telefónica de información deportiva llamada “Stoolbend Sports Chat”. El único compañero de Meighan que hemos visto en pantalla es el reportero Larvell, quien comparte con Meighan su falta de motivación.



Figura 59

Juntos, todos estos personajes protagonizan las parodias de las comedias animadas sobre los informativos. A través de ellos se presentan las críticas y comentarios a la falta de sinceridad y el desparpajo de los presentadores y a la amplificación, frivolidad, sectarismo y mercantilización del periodismo, particularmente en las noticias televisivas. En conjunto, representan lo peor de la profesión: no son parciales, ni objetivos, emiten juicios de valor y opiniones personales en directo, adulan al mejor postor, exageran las noticias y están dispuestos a presentar cualquier cosa y hacer sensacionalismo barato sólo por conseguir aumentar los niveles de audiencia.

5.2.2. Estructura

5.2.2.1. Selección y priorización de las noticias

En el entorno de la comunicación de masas, un hecho cobra importancia de forma proporcional a la cobertura, el espacio y el tiempo que se le destine. En este sentido, es notorio y habitual que los informativos de Springfield (*The Simpsons*), Quahog (*Family Guy*) y Langley Falls (*American Dad!*) presten excesiva atención a los acontecimientos más banales y que no revisten ni la más mínima importancia. Por ejemplo, en “North by North Quahog” (T4.E1), de *Family Guy*, Tom Tucker informa sobre el arresto de tres chicos que se emborracharon en una fiesta del instituto. Es evidente que el hecho carece de relevancia, pero es presentado porque uno de los chicos arrestados es Jake Tucker, el hijo del presentador. En “Chick Cancer” (T5.E7), de la misma serie, mientras Brian y Stewie ven la TV, Tucker presenta la historia de un hombre, en New Orleans, al que por fin se le han secado los calcetines. La noticia es simplemente una referencia a las secuelas del Huracán Katrina, pero ejemplifica la forma en que el mismo informativo puede también transformar un suceso relevante en una trivialidad.

Greg y Terry, presentadores del informativo de *American Dad!*, también suelen informar sobre hechos de nula trascendencia periodística. Por ejemplo, en “A Smith in the Hand” (T1.E9), Terry explica la noticia de un mono que recibió unos azotes y fue castigado en el zoológico de la ciudad: “The zookeeper said the saucy simian needed some tough love after breaking his tiny unicycle”. Y en “For Whom the Sleigh Bell Tolls” (T6.E8), Greg anuncia que, a pesar de ser el día antes de navidad, muchas personas afirman no sentirse como si estuvieran en dicha época del año. Greg, desde el estudio, conecta con Terry que está en una estación de servicio entrevistando a un hombre: “Sir, if I asked what month it felt like to you, what would you say?” El hombre responde que deben estar a mediados de octubre y Terry le pregunta en qué trabaja. El señor asegura que se dedica a hacer calendarios y Terry concluye su reportaje diciendo: “Well, there you have it, Greg. There’s no feeling of holiday spirit out here at all. It’s almost as if someone has killed Santa Claus”.

Kent Brockman (*The Simpsons*), por su parte, anuncia a los televidentes, en “You Kent Always Say What You Want” (T18.E22), que en la emisión de “Smartline” de ese día el reportaje sobre Oriente Medio finalmente no será presentado y que a cambio se

entrevistará en directo al hombre que compró un helado premiado, Homer Simpson. Y añade: “Of course, that has nothing to do with the fact that the ice cream parlor and this station are owned by the same company, but I digress”. El comentario final de Brockman indica que, en contra de su voluntad, tiene que dejar de lado una historia trascendente para presentar una ridiculez. Este único comentario podría hacer pensar que Brockman, a diferencia del resto de presentadores animados, es un profesional honesto, responsable y con una fuerte convicción periodística. Nada más lejano a la realidad. Brockman también se caracteriza por informar sobre hechos frívolos y convertir en noticia sucesos absolutamente cotidianos. Por ejemplo, en “Lisa the Simpson” (T9.E17), Brockman reporta sobre una ola de golpes con toallas enrolladas (“Authorities believe the wave of towel snapping will get worse before it gets better”), en “Whacking Day” (T4.E20) informa sobre un campo nudista para animales (“Tomorrow: A nudist camp for animals. Some call it a “farm.” This reporter calls it shameful. We investigate”) y en “Girly Edition” (T9.E21) aparece presentando una nota sobre la desinstalación de un carrusel infantil.¹⁹⁷

En “Ice Cream of Margie (with the Light Blue Hair)” (T18.E7), Kent hace un reportaje sobre las esculturas que hace Marge con palitos de madera de polos y presenta el segmento diciendo: “I’m here with local sculptoress Marge Simpson who works in, of all media, Popsicle stick. Our viewers want to know two things: why, and how come?” Marge, nerviosa y mirando a la cámara, responde: “Why did cavemen paint on walls? Why do you scratch your name on Tupperware? So when you die, something’s left behind that says, ‘I was here, I mattered. That’s my Tupperware’”. Aparece un primer plano del rostro de Brockman, quien concluye el reportaje sentenciando: “Human feelings, expressed by a human”. Brockman hace el último comentario en un tono ceremonial como si se tratara de una frase dura y conmovedora, de las que hace reflexionar al espectador. Sin embargo, no lo es, dado que el reportaje mismo carece de tema y realmente habla sobre una persona común y corriente haciendo algo igual de común y corriente.

Brockman, así como Tom y Diane y Terry y Greg, no sólo informa sobre hechos desprovistos de importancia sino que también es capaz de dejar en segundo plano sucesos de alta trascendencia. Por ejemplo, en “Treehouse of Horror IX” (T10.E4) de *The Simpsons*, Brockman deja en evidencia su incapacidad para priorizar correctamente las noticias y presentarlas en función de su grado de relevancia. Mientras presenta el informativo, anuncia: “... and the fluffy kitten played with that ball of string all through the night. On a lighter note, a Kwik-E-Mart clerk was brutally murdered last night” (cursiva propia). De igual forma, en “Lisa vs. Malibu Stacy” (T5.E14), después de que se ha despedido de la audiencia del informativo dice: “Oh, and the President was arrested for murder. More on that tomorrow night. Or you could turn to another channel... Oh, do not turn to another channel!”. Más adelante, en ese mismo episodio,

197 Delante del carrusel, Brockman informa: “Hear that? It’s the sound of children’s laughter... silenced. That’s because tomorrow, this old carousel, which has delighted young Americans for lo these past six years, will be torn down, to make way for the future: a store that sells designer mouse pads”.

se vuelve a hacer referencia a la poca habilidad de Brockman para detectar verdaderas noticias. Después de descubrir la muñeca Lisa Lionheart, Brittany Brockman, la hija del presentador, le pide a su padre que haga un reportaje sobre su maravillosa muñeca. Brockman se niega y añade “Daddy’s job is to bring people important news. Right now I’m busy preparing a report about the fortieth anniversary of Beetle Bailey”. Brittany insiste una y otra vez hasta que su padre finalmente acepta dicienco: “Well, you were right about the Berlin Wall”. Tal como señala el segmento, Brockman solo informaría sobre nimiedades si no fuera por su hija de 8 años.

Para aumentar la expectación y los niveles de audiencia, Brockman también es capaz de retrasar el anuncio de una noticia urgente. En “Bart Gets Famous” (T5.E12), por ejemplo, presenta el informativo diciendo: “I’m Kent Brockman. On the eleven o’clock news tonight, a certain kind of soft drink has been found to be lethal, we won’t tell you which one until after sports and the weather with funny Sonny Storm”. De esta manera, Brockman pospone una información vital solo para evitar que los telespectadores cambien de canal y tengan que ver todo el informativo hasta el final.

La estructura de “Channel 5 Action News”, informativo de *Family Guy*, también ejemplifica la forma en que los medios priorizan sus contenidos y su aparente incapacidad de dibujar una línea de separación entre lo relevante y lo insignificante. La técnica del “cebo”, es decir, anunciar el desarrollo de una noticia impactante después de los deportes, el tiempo o la publicidad para aumentar el interés del telespectador y retenerlo hasta el final, también es satirizada en *Family Guy*. Durante el informativo en “Love Thy Trophy” (T2.E5), Tom anuncia que se ha encontrado al verdadero asesino de la ex mujer de O. J. Simpson, pero que su identidad sólo será revelada después de un reportaje de Tricia sobre el festival de la cosecha. También, al final de “Barely Legal” (T5.E8) se invita a la audiencia a seguir el informativo en la edición de las 23:00 horas anunciando que se explicarán los resultados de una encuesta sobre por qué los niños son tímidos en la ducha y la revelación de si Annette Bening es de cuero (*leather*).

En “Channel 5 Action News” son incluso capaces de interrumpir una nota realmente importante para introducir un comentario gracioso. Durante la transmisión de las noticias en “Hell Comes to Quahog” (T5.E3), Tom anuncia un apagón general en la ciudad. De inmediato, Diane recibe una nota de un compañero desde detrás de las cámaras y señala que trata de un mensaje de la compañía de energía. De repente, Diane grita “Heyyyyyy, you guyyyyyys!!” y se da paso a una recreación animada de los títulos de crédito iniciales de *The Electric Company* (PBS, 1971-77), un programa infantil de PBS.

El argumento del episodio “The King is Dead” (T2.E7), también de *Family Guy*, se desarrolla a partir del anuncio en el informativo de la muerte del director del teatro del pueblo. No obstante, esta noticia es presentada después de la del rescate de un pequeño pez en un pozo congelado. El despliegue informativo es impresionante. La zona está completamente rodeada de cámaras y periodistas dispuestos a informar minuto a minutos sobre el desarrollo de la noticia. Incluso, se ha enviado una unidad

móvil de primeros auxilios para, una vez se tuviera el pez fuera del agua, intentar reanimarlo con un desfibrilador. A pesar de los esfuerzos, el pez muere y es con este hecho que Diane ligar una noticia con otra y explica el fallecimiento del director de teatro.

Los casos anteriores indican que una parte importante de la parodia que las comedias animadas ofrecen sobre los informativos se sustenta en la prevalencia de las “noticias ligeras” y el desprecio por acontecimientos e informaciones realmente importantes, que normalmente son relegados a un segundo plano y tratados solo superficialmente. De esta manera, las comedias animadas señalan un aumento en la trivialización y banalización de la información, fenómeno que tiene como principal consecuencia la distorsión de la visión del mundo de los telespectadores.

5.2.2.2. Espectacularización

En la labor de convertir simples acontecimientos cotidianos en importantes noticias, los periodistas de las comedias animadas se ven obligados a caer en la exageración, el sensacionalismo y el sobredimensionamiento. En el proceso, las noticias se transforman en espectáculo, de manera que dejan de interpelar a los espectadores como ciudadanos y simplemente los conciben como consumidores y puntos en los niveles de audiencia. Los dos presentadores más longevos, Brockman y Tucker, son también los mayores profesionales de la “espectacularización” de las noticias.

El episodio “Homer Badman” (T6.E9) de *The Simpsons*, uno de los más analizados de la serie, presenta una de las parodias sobre el sensacionalismo periodístico más representativas. En dicho episodio, Homer es acusado de abuso sexual después de rescatar del trasero de la niñera una pastilla de goma (gominola) que se le ha pegado. El pueblo entero se pone en contra de Homer después de que la chica lidere una cruzada contra él y los medios lo inculpan antes de celebrarse un juicio justo. Las cámaras del canal 6 se instalan alrededor de casa de los Simpson para controlar todos los movimientos de Homer, violando así la privacidad de la familia. Frente a la casa de los Simpson, Kent Brockman reporta:

This is hour 57 of our live, round-the-clock coverage outside the Simpson estate. Remember, by the way, to tune in at eight o'clock for highlights of today's vigil, including when the garbage man came, and when Marge Simpson put the cat out... possibly because it was harassed, we don't know. Of course, there's no way to see into the Simpson home without some kind of infrared heat-sensitive camera. So let's turn it on!

Se enciende el dispositivo infrarrojo y dentro de la casa se pueden distinguir dos importantes fuentes de calor: las figuras de todos los miembros de la familia viendo la televisión en el sofá del salón y un pollo rostizándose de la cocina, dentro del horno. Aunque la imagen es clara, el afán de Brockman por mantener la noticia viva y atrapar al espectador es tal que asegura: “Now, this technology is new to me, but I'm pretty sure that's Homer Simpson in the oven, rotating slowly”. La cámara hace un acercamiento al pollo y Brockman añade: “His body temperature has risen to over

400 degrees. He's literally stewing in his own juices!" De repente, aparece Brockman en el estudio de grabación del informativo diciendo: "Now, here are some results from our phone-in poll: 95% of people believe Homer Simpson is guilty. Of course, this is just a television poll which is not legally binding. Unless proposition 304 passes, and we all pray it will". No existe ninguna prueba real para inculpar a Homer, pero tal como señala el segmento final, nadie cree en su inocencia, en parte, gracias a las especulaciones y opiniones tergiversadas de un supuesto profesional del periodismo.

El episodio "Lisa on Ice" (T6.E8) también ofrece una valiosa muestra del sensacionalismo de Kent. En dicho episodio, después de enseñar la carátula del informativo (una secuencia de imágenes de explosiones), aparece Brockman corriendo hasta su silla. Agitado y enérgico, el presentador anuncia: "Hello, I'm Kent Brockman. Our top stories tonight a tremendous explosion...". Brockman hace una pausa y continua diciendo: "...in the price of lumber, President Reagan dyes...". A continuación, hace una pausa bastante más larga que la anterior y añade: "...his hair says Gary Trudeau in his new musical comedy review but first check the death count from the killer storm bearing down on us like a shotgun full of snow". El chico del tiempo se acerca al mapa y anuncia: "Well Kent as of now the death count is zero. But it is ready to shoot right up". Como es evidente, el informativo no cuenta con ninguna noticia importante; por ello Brockman se ve obligado a recurrir a diferentes estrategias para llamar la atención de la audiencia: emplea un tono de voz muy alto, explota su expresividad facial, se acerca a la cámara (**Figura 60**), organiza las palabras de manera que se cree tensión y hace largas pausas antes de continuar. En "She Used to Be My Girl" (T16.E4), por el contrario, se deja de rodeos, es mucho más directo y atrae a la audiencia diciendo: "Channel Six News rocks. A car chase every night, or the weather girl wears a tube top. And if she doesn't, you win a pizza".



Figura 60

Además de la especulación y las estrategias de presentación, Brockman tiende a emplear la exageración para mantener a la audiencia interesada. Por ejemplo, en "Lisa's Sax" (T9.E3) informa sobre la ola de calor en Springfield diciendo: "And so Springfield's heat wave continues, with today's temperature exceeding the record for this date, set way back 4 billion years ago when the earth was just a ball of molten lava" y en "To Surveil with Love" (T21.E20) anuncia la noticia de la explosión plutonio y añade:

“The explosion released enough radiation to create 17 Hulks and one Spider-Man, according to this artist rendering”. La exageración es una forma muy eficaz de atraer a la audiencia pero puede ocasionar un amplio abanico de efectos colaterales, cosa que a Brockman parece no preocuparle. Por ejemplo, en “Deep Space Homer” (T5. E15), Homer viaja en una nave espacial y su glotonería lo conduce a provocar un grave accidente. Sin planearlo, rompe el cristal del terrario de hormigas y, al no haber gravedad, éstas empiezan a fotar por toda la nave. En una transmisión en directo desde el interior de la nave, las hormigas, al estar más cerca de la cámara, parecen más grandes que los miembros de la tribulación y el video aterroriza a toda la audiencia. La comunicación con la nave se corta repentinamente y Brockman se ve obligado a continuar con el informativo. Sin haber contrastado la información y siendo consciente de la alarma social, el caos y el pánico general que provocara su anuncio, Brockman se arriesga a asegurar:

Ladies and gentlemen, er, we've just lost the picture, but, uh, what we've seen speaks for itself. The Corvair spacecraft has apparently been taken over, "conquered" if you will, by a master race of giant space ants. It's difficult to tell from this vantage point whether they will consume the captive earth men or merely enslave them. One thing is for certain. There is no stopping them; the ants will soon be here. And I, for one, welcome our new insect overlords. I'd like to remind them that as a trusted TV personality, I could be helpful in rounding up others to toil in their underground sugar caves.

En “Kamp Krusty” (T4.E1), Brockman da otra muestra de su ilimitada inventiva y su enorme capacidad para generar el pánico de forma gratuita. En dicho episodio, informa sobre la revolución que han liderado los niños de un campamento de verano contra sus responsables por haberlos empleado como mano de obra. En medio del campamento y vestido como reportero de guerra, Brockman intenta magnificar la noticia diciendo:

Ladies and gentlemen, I have been to Vietnam, Afghanistan and Iraq, and I can say without hyperbole that this is a million times worse than all of them put together. A group of school-aged Spartacuses have taken the camp by force. Three counsellors are missing, and presumed scared.



Figura 61

También, en “The Fool Monty” (T22.E6), Brockman informa sobre una epidemia de gripe gatuna: “House cat fu is coming, people! The center of Disinformation for

Disease predicts with some degree of probability that House Cat Flu might spread in the following theoretical outbreak pattern. So better beware, that warm body on your lap might just might be ready to destroy your tender vittles”. En la siguiente escena, para añadir dramatismo y terminar de alertar a la audiencia, Brockman aparece con un traje especial para evitar contagios en caso de epidemia (**Figura 61**) y añade: “Springfielders are advised to stay tuned for more information if they experience any of the following symptoms: mild thirst, occassional hunger, tiredness at night...” y demás sensaciones que experimenta un ser humano normal cada día de su vida.

Y en “At Long Last Leave” (T23.E14), Brockman inicia la edición vespertina del informativo anunciando: “Good evening. It is with great sadness I inform you that America and China have declared war, and a massive nuclear attack is expected to reach our shores within the hour”. Sin embargo, la audiencia se aterroriza en vano porque al momento Brockman empieza a reír y añade: “That’s the sort of hypothetical emergency today’s disaster preparedness drill is designed to get us ready for”. El estado de emergencia desaparece del hogar Simpson y Brockman continúa informado: “Now remember, this is only a drill”. Pero de repente, empieza a gritar: “Ah! The missiles really are coming!”. Sube sobre la mesa, se coloca en posición fetal y añade: “The so-called drill is just a way to get you into shelters without causing total chaos!”. Al terminar, se tira al suelo y se esconde debajo de la mesa. Pasados unos segundos, aparece nuevamente, absolutamente relajado y anuncia: “Is what I would say, if this weren’t a drill”; pero de inmediato se vuelve a poner histérico y grita: “This is not a drill!”. En conclusión, la audiencia nunca acaba de saber si es un simulacro o no, si mantener la calma o dejarse llevar por el pánico.

Siguiendo los pasos de Brockman, Tom Tucker también busca siempre amplificar la noticia. Por ello, en “E. Peterbus Unum” (T2.E18), por ejemplo, mientras informa del conflicto entre Estados Unidos y el nuevo estado de Petoria, hace ruidos con un silbato y un plástico de burbujas para intentar simular el sonido de bombas y metrallas y así aparentar que está en medio de una guerra. También en “The Kiss Seen Around the World” (T3.E8)], Tucker anuncia: “A teacher caught molesting children”, hace una larga pausa y añade: “with crackpot theories. Full story at 11”. La verdadera noticia es que el profesor era arrestado por enseñar una teoría de la evolución no aprobada en Estados Unidos de América; pero como dicho suceso carecía de emoción, Tucker decide atraer al público agravando las razones del arresto y mencionado el abuso a menores.

Pero Tucker no es sólo capaz de exagerar noticias, sino también de inventárselas completamente. En “Wasted Talent” (T2.E20), con el objetivo de disuadir a los habitantes de Quahog para que dejen de buscar un premio dentro de las botellas de cerveza y así tener más oportunidades de ganar él, inventa que todos los premios ya han sido encontrados y entregados. También, en “Breaking Out Is Hard to Do” (T4.E9), para gastar una broma a Diane, anuncia durante el informativo que, según un estudio realizado por científicos, si una persona tiene las manos más grandes que la cara es que tiene cáncer. Disimuladamente, Diane intenta medir su cara con la mano,

pero antes de que pueda hacerlo Tom le sujeta la mano con fuerza, se la estampa en medio de la cara y le dice riendo: “Got you! Ah! Oh, that’s not even really news”. Y en “The Kiss Seen Around the World” (T3.E8) asegura haber entrevistado a celebridades cuando es totalmente falso. En dicho episodio, presenta a los becarios del informativo la versión final de su supuesta entrevista a Dustin Hoffman. En realidad, la entrevista consiste en un montaje de escenas de Tucker haciendo preguntas y de fragmentos de las películas *The Graduate* (1967), *Rain Man* (1988) y *Hook* (1991) con el que se intenta dar la sensación de que Hoffman responde a las preguntas de Tucker (**Figura 62**).



Figura 62

A primera vista, puede parecer que las comedias animadas exageran demasiado ciertos aspectos de los informativos y que se sobrepasan en su crítica. Sin embargo, los ejemplos anteriores señalan una creciente tendencia a la transferencia de los códigos de la prensa sensacionalista al universo televisivo, sobre la que también han advertido diversos estudios académicos. Kevin Glynn (2000), en *Tabloid culture: trash taste, popular power, and the transformation of American television*, señala una clara predisposición de las técnicas periodísticas a la “hipervisibilidad” de cualquier tipo de evento, tendencia que desde principios de los setenta ya anticipaban del informativos locales. Andrew Calabrese (2000), en *Political Space and the Trade in Television News*, llama la atención sobre la forma en que se desdibuja la histórica línea de separación entre información y entretenimiento. Según Calabrese, la “tabloidización” no es un sector del periodismo televisivo, sino una tendencia que actúa sobre toda la profesión. “Today, there is widespread concern that tabloid television is not just a niche-market phenomenon, but rather that its principles and practices are infecting the mainstream” (Calabrese, 2000:45). Lo que, por supuesto, incluye a las tres grandes cadenas norteamericanas: “The major television networks –ABC, NBC, CBS- have moved progressively into the tabloid genre, with its emphasis on human drama, celebrity, scandal, and crime” (45).

En el panorama español, la tabloidización también es una realidad y los estudios así lo confirman. Díaz Nosty (2006) destaca que el centro de las emisiones informativas es el entretenimiento basado en el espectáculo. Esta tendencia, asegura Díaz Nosty, se advierte en el peso relativamente menor que la información de referencia (información

nacional, internacional, economía y cultura) tiene en comparación a otra asociables a valores periodísticos más ligeros (sucesos, sociedad, espectáculos y deportes), que es en definitiva la que marca la agenda. En la última década, advierte el autor, han adquirido mayor relieve informativo los sucesos (violencia doméstica, siniestralidad vial, asuntos judiciales relacionados con crímenes pasionales), la crónica rosa y el deporte. El objetivo de la banalización de los noticiarios, según Díaz Nosty, responde a fines comerciales: un aumento en la captación de audiencia. No obstante, el cambio de tendencia no ha conseguido la meta trazada y, por el contrario, en los últimos diez años la caída de los espectadores de los informativos resulta sorprendente.

Teodoro León Gross (2006), en el informe “La agenda de los noticiarios”, apunta a que tres cuartas partes del tiempo del informativo líder (Antena 3, edición del mediodía) está dedicado a la información “popular” (sucesos, sociedad, deportes y espectáculos), relegando así la agenda “de referencia” o información de calidad, compuesta por las secciones de internacional, nacional, economía y cultura.

Algunos autores como John Langer (2000 [1998]) defienden el valor del periodismo popular o, como él mismo les llama, las “otras noticias”, es decir, noticias sobre incendios, accidentes de tráfico, actos heroicos, tragedias personales, etc. Langer argumenta que en el estudio del periodismo las “otras noticias” deben ser consideradas con el mismo interés que el resto. La veracidad de dicha argumentación es innegable. Sin embargo, también es innegable que el marcado predominio de las noticias de sucesos, sociedad, deportes y espectáculos disminuye el espacio para presentar el resto de la información, lo que pone en peligro la capacidad de los informativos de ofrecer un escenario significativo para el discurso democrático. Tal como dice Jonathan Alter, “If everything’s for entertainment, everything shrinks in significance, and we risk losing ourselves in the new American wilderness of noise” (Alter, 1999: 15).

5.2.3. Culto a la personalidad y la figura del presentador

El culto a la personalidad es un elemento esencial del proceso de tabloidización de los informativos (Calabrese, 2000). La incorporación de la lógica de los programas de entretenimiento en los informativos ha cambiado drásticamente el rol de los presentadores de noticias. Incluso, los más conservadores¹⁹⁸, han sucumbido ante el cambio de paradigma y han pasado de ser dinamizadores de la opinión pública para convertirse en entretenedores. Según Jonathan Alter, “Year by year the anchors of news give away to the ringmasters of talk” (Alter, 1999: 15).

Calabrese señala que, en América, las encuestas indican una clara preferencia de la audiencia por los informativos con presentadores atractivos y reporteros heroicos; lo que ha suscitado un cambio en el criterio de selección de los profesionales: el atractivo físico se impone a la trayectoria profesional.

198 Alter comenta los casos de presentadores emblemáticos como David Brinkley y Dan Rather, quienes también han redefinido su figura de presentador.

The average local newscast, almost anywhere in the country, is a kind of succotash served in dollops and seasoned by bantering between anchorpersons, sportspersons, weatherpersons, and person-persons. And these people had better be good-looking, sparkling or cute weathermen with party charm, anchorladies with good teeth and smart coiffures, sportscasters with macho charisma. It doesn't matter if they have a news background or not (Corwin, 1986: 33. Citado en Calabrese, 2000: 52)

En las comedias animadas, el mejor ejemplo de “físico sin sustancia” es Nancy Hicks Gribble. Nancy es una mujer vanidosa y presumida que sabe a ciencia cierta las razones por las cuales trabaja en el informativo. En “The Trouble with Gribbles” (T5.E18), Nancy cumple 40 años y es reemplazada por Luanne, una chica mucho más joven que ella, como presentadora del tiempo en la edición más importante del día. Nancy es relegada a la última emisión del día y cae en una depresión. Frente al espejo de su habitación, la misma Nancy reconoce que era chica del tiempo gracias a su atractivo y que sin éste su carrera se ha acabado; razón por la que decide hacerse una ritidectomía. Ni Nancy ni su marido, Dale, tienen dinero para costear la operación; pero, al final del episodio, Nancy vuelve a presentar el segmento del tiempo gracias a una demanda que presenta Dale, en contra de la cadena, por discriminación generacional. También, más adelante en “Hair Today, Gone Tomorrow” (T11.E10), Nancy experimenta una súbita pérdida de cabello y el hecho que más la afecta es su salida inminente del informativo, ya que, una vez más, Nancy asegura que su trabajo se lo debe a su físico, en concreto a su preciosa melena. Y en “Gone with the Windstorm” (T9.E13), Nancy se defiende a sí misma frente a las acusaciones de fallar el pronóstico meteorológico asegurando que su trabajo, como chica del tiempo, es pronunciar bien, no predecir.

De la misma manera que Nancy, el resto de presentadores en la serie animada suelen preocuparse por su aspecto y ser considerados atractivos. Por ejemplo, Greg y Terry, de *American Dad!*, son metrosexuales y Tom Tucker, de *Family Guy*, es objeto de deseo de la mayoría de mujeres de Quahog. Suele caminar muy lentamente, como si fuera a cámara lenta, para parecer más atractivo y se presenta a sí mismo como “handsome mustachioed man [who] recaps news in pleasing baritone” (“North by North Quahog” [T4.E1]). Incluso Kent Brockman, quien representa al periodista veterano y consagrado, se preocupa por su aspecto físico. Por ejemplo, se inyecta toxina botulínica (botox) o se ata las arrugas con pinzas de la ropa para parecer más joven.

Brockman, Tucker, Simmons, Hicks Gribble, Bates y Corbin han copiado el tono de voz y la entonación de presentadores ampliamente reconocidos, las pausas, los comentarios habituales y las clásicas frases como “volvemos con...”, “y ahora vamos con...”, “vamos con la nota de...”¹⁹⁹. No obstante, su afán por ser siempre el centro de

199 Es preciso señalar que Tom Tucker emplea este tipo de frases incluso en su vida privada. Por ejemplo, en el episodio “Mother Tucker” (T5.E2), después de descubrir a Tucker en la misma cama que su madre, Peter grita sorprendido y Tom añade: “We'll have more of this new developments after this”. Más tarde, en ese mismo episodio, aparecen todos reunidos en el salón de los Griffin y Thelma, la madre de Peter, confiesa no ver ningún problema en su relación con Tom y él la apoya diciendo: “I don't see the problem either, but let's go with Ollie Williams and see the indeed analysis”. De repente, aparece Ollie y dice: “The lady has right”. La imagen vuelve a Tom, quien agradece la opinión de Ollie y cede la palabra a Peter. Todos continúan discutiendo un rato más y al final Tom concluye diciendo: “She understand me, maybe with time you will do too. Thanks for

atracción, gracias a su físico o su sensacionalismo, hace que su profesionalidad y ética periodística sea absolutamente reprochable. La bien trabajada imagen del presentador como profesional conocedor, asertivo, honesto, responsable, imparcial y comedido es parte del pasado. Estos supuestos profesionales utilizan el informativo para fines personales, son vulgares e incapaces de controlar sus emociones delante de las cámaras, editorializan las noticias y conducen al caos y al pánico a la audiencia. En definitiva, desmitifican la figura del presentador de noticias.

5.2.3.1. Vida privada al descubierto

El escaso profesionalismo de nuestros presentadores se evidencia, entre otras cosas, en el mal uso que hacen del informativo como medio de comunicación masiva. En varias oportunidades hemos sido testigos de cómo es utilizado para mandar mensajes privados o con fines personales. Por ejemplo, en “Mr. Saturday Knight” (T3.E9), de *Family Guy*, Tom Tucker aprovecha que está presentando el informativo para avisarle a una chica que ha perdido su número de teléfono: “Our top story: Doreen, I lost your phone number. We met at the Sky Lounge last night. Call me”. Y en “Ready, Willing, and Disabled” (T3.E15) lee en directo una lista de todas las personas que se burlaron de él en la escuela y anuncia que al día siguiente presentará a las que hacían lo mismo en secundaria.

También Brockman ha empleado el informativo para hacer anuncios poco relacionados con el universo periodístico y poner en duda su profesionalidad y ética periodística. Por ejemplo, en “Bart’s Comet” (T6.E14) dice: “Now, over the years, a newsman learns a number of things that for one reason or another, he just cannot report. Doesn’t seem to matter now, so... the following people are gay” y rápidamente aparece una larga lista de personas que según él son homosexuales. Y en “See Homer Run” (T17.E6), se postula como candidato a la alcaldía de Springfield y para asegurar votos anuncia durante el informativo: “In other news, a common household fabric can kill you. Find out which one when you vote for Kent Brockman!”. Por su parte, los anuncios de Nancy Hicks Gribble tienen como objetivo conseguir productos gratis. Al inicio de “Gone with the Windstorm” (T9.E13) la presentadora aparece probándose unas elegantes botas nuevas y uno de sus compañeros le pregunta cómo ha podido pagarlas. Ella responde que durante su segmento meteorológico menciona marcas diversas y así consigue que dichas marcas le regalen productos. De igual forma, su compañero, el

watch me, I’m Tom Tucker”. Inesperadamente, saca un grupo de hojas de papel de detrás de Peter y empieza a alinearlas mientras la imagen se oscurece y se escucha el tema de fondo de un informativo. El fragmento, además de ser una clara referencia a la forma en que hablan los presentadores y sus bien conocidas frases, es una parodia a la estructura de los informativos, la forma en que nos remiten a otras personas y la manera en que suelen finalizarse (la imagen se oscurece, los presentadores organizando los folios que tienen en sus manos, hablan y sonríen entre ellos sin que los escuchemos). Al igual que Tucker, Brockman emplea su forma de presentar las noticias en su día a día. Por ejemplo, en “The Homer They Fall” (T8.E3), al ser abucheado por una multitud después de ser presentado como una de las celebridades que asisten al combate entre Homer Simpson y Drederick Tatum, Brockman se pone la mano cerca del oído, simulando que recibe información por el intraauricular, y grita: “This just in: Go to hell!”.

presentador de las noticias, le confiesa que cada día en el informativo deja ir el nombre de un restaurante (Barbacoa Hot), para comer gratis allí.

Tucker, Brockman y Hicks Gribble han puesto delante de las cámaras aspectos de su vida privada; pero, sin lugar a dudas, Greg es un verdadero profesional en la materia. Greg, además de compañero de trabajo, es pareja sentimental de Terry y no tiene ningún reparo en hacerlo notar a los telespectadores. “Threat levels” (T1.E2), episodio en el que aparece por primera vez el informativo, abre con la secuencia de inicio del “Channel 3 Noon Report”. Sobre una bandera de arcoíris, aparece el nombre del informativo en color rosa claro. En off se oye una voz que anuncia: “The Channel 3 Noon Report, with anchor partners Greg Corbin and Terry Bates. News that’s independent, proud and unashamed”. Pasados escasos segundos de su primera aparición, ya podemos deducir que Terry y Greg son homosexuales. Y menos de un minuto después, ya han evidenciado que son pareja. Terry presenta el informativo y Greg anuncia la noticia más importante del día: “The threat level has been lowered, prompting reductions in security. The threat level is now blue, same as my handsome coanchor’s eyes”. Aludido, Terry le pide a Greg que pare y él le responde: “Come on, now. Learn to take a compliment”.

En “All about Steve” (T1.E9), Greg informa que un terrorista informático ha vuelto a atacar y Terry añade: “This time he hacked into the computer system of the largest refinery on the East Coast essentially shutting down all oil production”. Greg, dejando en evidencia, una vez más, su falta de profesionalidad, sentencia: “Oh, I hope that doesn’t include olive oil. Someone promised to make me paella this weekend”. Mientras habla, Greg mira de reojo a Terry, lo que evidencia que ese “alguien” es él. Terry, molesto, responde: “Great. Now it seems like an obligation instead of a treat”. También, en “Roger ‘n’ Me” (T1.E20), Terry informa que la semana siguiente el concurso televisivo “Best Buddiez!” será grabado desde Langley Falls y el premio mayor será de 200,000 dólares. Por su parte, Greg anuncia que Terry y él participarán como concursantes y añade: “Because, after all, we are just buddies, according to the government. And Terry’s father”.

5.2.3.2. Integridad periodística y el control de las situaciones

Una parte importante de la vida privada de los presentadores y su falta de competencia profesional también quedan en evidencia como resultado de sus reacciones frente las cámaras. Por ejemplo, en “Stannie Get Your Gun” (T1.E14) y “Surro-Gate” (T3.E7), Terry y Greg emplean el informativo con fines personales y, al hacerlo, dejan al descubierto su fragilidad emocional. En “Stannie Get Your Gun” (T1.E14), Terry inicia el informativo, notablemente alterado, diciendo: “Our top story. A car was broken into on Cherry Street this afternoon... my car. The suspect was 6 foot 2 and a bastard!”. Llegado a este punto, Terry ha abandonado su tono de voz habitual y, de pie, grita a la audiencia. Greg le pide que se controle y Terry le responde, también gritando: “No, I work hard for my things!” (**Figura 63**). Greg le acerca una taza de té, le pide que beba y le pregunta si quiere que anuncie una pauta publicitaria. Terry asiente con la cabeza

y Greg añade: “Let’s cut to commercial”. Ahora bien, en el segundo caso, en “Surrogate” (T3.E7), la pareja de presentadores informa sobre el secuestro de su bebé recién nacido. Greg, intentando no llorar, explica: “A baby was reported missing today from Langley Memorial Hospital. The incident occurred at...”, pero Terry lo interrumpe gritando: “He took our baby!”. Greg, incapaz de seguir controlándose, tira los papeles que tiene en las manos y también grita: “He just took her!”. Terry, desesperado, pide a Greg que enseñe a la audiencia una foto del bebé y Greg responde que aún no tiene ninguna. Terry le ordena entonces que la describa, pero Greg solo puede decir: “She looks like an angel!”. Terry se pone de pie y dice a sí mismo: “What am I doing? I was a reporter, for God’s sakes! I’ll track her down!”, pero Greg lo increpa añadiendo: “Terry, you were a food critic”. Terry, quien no se da por vencido, asegura “You don’t think I can find her? I found a decent beignet at the airport, I can find a baby!”. Los dos casos señalan que aunque Greg es más propenso a hacer comentarios sobre su relación de pareja, Terry es más vulnerable a mostrar sus sentimientos delante de las cámaras.



Figura 63

Tom Tucker y Kent Brockman tampoco reprimen sus emociones durante la transmisión del informativo. Por ejemplo, en “Death Lives” (T3. E6), de *Family Guy*, Diane informa sobre un terrible accidente: “A tragic accident today in the north Providence area. A family of four lost their lives when their mini van swerved off the road and into a ravine, exploding on impact”. De repente, Tom empieza a reír y Diane le pregunta que tiene de divertido lo que acaba de explicar. Tom asegura no reírse de la tragedia, sino de algo que le ocurrió esa misma mañana: accidentalmente se puso la camisa al revés. Y, al final de la explicación, añade: “So what were you saying about a... fashion show?”. Además de ser incapaz de mantenerse serio y guardar la compostura, la escena indica que Tom Tucker ni siquiera presta atención a las noticias que presenta su compañera. En “Bart Gets Famous” (T5.E12), de *The Simpsons*, Brockman se niega, en directo, a presentar el informativo hasta que no le devuelvan su pan danés. De brazo cruzados y con gesto de enfadado, Brockman sentencia: “Yeah, I know I’m on. But I don’t care. I don’t read the news until I get my Danish”. Y, con actitud retadora, añade: “Go ahead, try to find a replacement”. Anteriormente, en ese mismo episodio, Brockman hace otro despliegue de su inmensa profesionalidad. Mientras revisa las noticias antes de empezar el informativo, Brockman descubre una que informa sobre la muerte de 120 personas como consecuencia de un tsunami en Kuala Lumpur. Brockman intenta leer

en voz alta la noticia varias veces pero es incapaz de pronunciar correctamente “Kuala Lumpur”. Sin ningún tipo de reparo, Brockman decide hacer un “ligero” ajuste a la noticia y cambia la capital malaya por Francia.

5.2.3.3. Discusiones e insultos con otros miembros del equipo

Una de las consecuencias del poco control sobre sí mismo de los presentadores animados y de su mala actitud son las discusiones con otros compañeros del equipo periodístico en directo. Dwayne y Larvell (*The Cleveland Show*) son buenos amigos. Greg y Terry (*American Dad!*) dejan ver a la audiencia algunas de sus rencillas de pareja, pero no se insultan frente las cámara. Sin embargo, Kent y Tom son especialistas en enemistarse con su equipo de trabajo.

Kent tiene una relación muy mala con todos sus compañeros de trabajo²⁰⁰, especialmente con Arnie Pye, quien envidia a Brockman por ganar más dinero y ser bastante más popular que él. Pye canaliza su odio hacia Kent siendo irónico y burlándose de él, mientras que Brockman se dedica a ignorarlo una y otra vez. Por ejemplo, en “Mr. Plow” (T4.E9), mientras Arnie informa sobre el estado del tiempo, pierde el control del helicóptero y empieza a gritar: “Mayday! Mayday! I think I’m flying into a mountain! Tell my wife I lo...”. En ese momento, se pierde la señal y el mensaje es interrumpido drásticamente. Todo indica que Arnie ha tenido un terrible accidente; sin embargo, la imagen vuelve a Kent y lo único que este dice es: “Kent: That’s great, Arnie!”. Por ello, no es extraño que en posteriores apariciones Arnie insulte a Brockman, tal y como sucede en “Pray Anything” (T14.E10). En dicho episodio, Brockman informa sobre la marcha del reverendo Lovejoy del pueblo y establece conexión con Arnie, quien reporta desde el helicóptero, para preguntarle: “How is our community coping with this spiritual vacuum? Arnie responde a Brockman con una pregunta: “You want to know what I see, Kent?” y añade: “I see a slow news day with nothing to fill it!”. Brockman, molesto por la impertinencia de Arnie, afirma: “Arnie, you’re supposed to be filming people coping with the loss of their church”, a lo que un Arnie también molesto responde: “And how am I supposed to do that? Do I have a magic lens that can see into people’s souls? Well, yours would be black, Kent! Black as the ace of spades!”. También, en “Children of a Lesser Clod” (T12.E20), mientras Arnie sobrevuela el accidente provocado por Homer, Brockman le pregunta por el estado de los niños que iban dentro del vehículo. Arnie, como siempre, no pierde la oportunidad de ser irónico y burlarse de Brockman y responde: “I can’t see through METAL, Kent!”. Una sola frase que resume años de controversia profesional y personal.

Aunque su relación con Brockman merece particular atención, Pye no es el único empleado del Canal 6 que se lleva mal con Kent o al que éste haya insultado. En “The Springfield Files” (T8.E10), mientras presenta la noticias, Brockman anuncia: “The alien has appeared in the Springfield Forest for the last two Friday nights. Will it

200 La única con quien ha tenido buena relación ha sido con Stephanie, la antigua chica del tiempo y actual esposa.

appear again this Friday? The entire Channel 6 News Team will be there, except for Bill, the boom mike operator, who's getting fired tomorrow". Como venganza por el comentario, Bill deja caer sobre la cabeza de Brockman el micrófono de boom. Brockman, enfadado, le responde: "Very unprofessional, Bill". También, en "Gone Maggie Gone" (T20.E13), Brockman informa sobre un eclipse de sol e indica a los televidentes como construir un artefacto para poder mirarlo. Kent busca bajo su mesa el dispositivo pero en cambio encuentra los materiales: una caja de zapatos, un tubo de papel higiénico, tijeras y cinta para pegar. Kent Brockman, enfadado, dice: "This... was supposed to be pre-made. Fine, I'll do it myself. Where's the end of the frickin' tape?! Forget it! We'll do it next week!". Sin embargo, el camarógrafo le indica que el eclipse es ese mismo día y Brockman furioso responde: "There's an eclipse when I say there's an eclipse!". Por último, en "Lisa the Beauty Queen" (T4.E4), Brockman anuncia que Lisa ya no es "Little Miss Springfield": "Lisa Simpson is no longer Little Miss Springfield. She was stripped of her crown in a ceremony earlier today". En ese momento desaparece Kent de la pantalla y es reemplazada por la imagen de un cabrito bebiendo leche de un biberón. La imagen vuelve a Kent, quien confirma que la imagen no era la correcta y se disculpa frente a la audiencia. Brockman continua con la noticias y más adelante anuncia: "And now, my exclusive interview with His Holiness, Pope John Paul II". Brockman espera que introduzcan el video de la entrevista pero vuelve a aparece la imagen del cabrito. Brockman no lo soporta y grita enfurecido: "That's it. I cannot work under these conditions. If anybody wants me, I'll be downstairs at McDougal's. Call the weekend guy, I don't care!".

Brockman tampoco tiene ningún problema en decir vulgaridades o emplear lenguaje ofensivo en televisión y, en más de una ocasión, ha sido despedido por ello. Por ejemplo, en "Krusty Gets Kancelled" (T4.E22), Brockman es destituido por murmurar "That oughta hold those SOBs²⁰¹", cuando creía que la transmisión del informativo había acabado y, en "You Kent Always Say What You Want" (T18.E22) por decir una grosería nunca antes mencionada en televisión, después de que Homer le tire café caliente encima.

Tom Tucker y Diane Simmons también suelen ser insultantes y ofensivos, sobre todo entre ellos mismo. Por ejemplo, en "The Father, the Son, and the Holy Fonz" (T4.E18), Diane anuncia que la iglesia de Saint Phillips tiene graves problemas. Tom confirma la información y la amplía señalando que un envío de agua bendita contaminada a puesto en peligro la vida de numerosos recién nacidos. Diane aprovecha la oportunidad y se burla de Tom diciéndole: "Sounds dangerous, Tom. Be careful next time you're at confession telling the priest about cheating on your wife with that Filipino drag queen". Y Tom le devuelve el insulto afirmando: "Well at least you're in no danger Diane since you only visit church to leave yourself delivered, unwashed, half dead newborns on the back step". También en "The King is Dead" (T2.E7), Diane anuncia la noticia más importante del día: "Our top story tonight, I have been cast as the lead

201 *Son of a bitch*

in the Quahog Players' production of *The King And I*". Tom, envidioso por el aumento de popularidad de Diane, le responde: "Thanks Diane. In other news, I won't be going to the play because I'm sure it will be lousy". Diane, simulando que recibe una última hora por el intraauricular (pinganillo), asegura: "Tom, I'm getting late word that you're a petty, jealous closet case". Tom, quien siempre tiene que tener la última palabra, responde: "In a bit of breaking news, we now go live to Diane being a bitch. Diane?".

Desde la muerte de Diane, Tom no ha cambiado mucho. Aun no insulta a Joyce porque no sabe detalles de su vida privada, pero desde su entrada en el equipo del informativo siempre que puede intenta dejarla en ridículo. Por ejemplo, después de presentarla en "Excellence in Broadcasting" (T9.E2), rápidamente Tucker insiste en desprestigiarla y dice que es evidente su nerviosismo, aunque en realidad la chica solo ha dicho "Thanks, Tom" y no ha dado ninguna señal de estar nerviosa.

El nivel de profesionalismo de Diane Simmons no era comparable al de su colega y compañero Tom Tucker; sin embargo, en diversas oportunidades también protagonizó situaciones en las que se rebajó a su nivel. Por ejemplo, en "I Never Met the Dead Man" (T1.E2), Tom informa que, como consecuencia de un avería en la antena central, el pueblo se ha quedado sin señal televisiva y todas las transmisiones serán canceladas por una periodo aun indeterminado. Siendo consciente de que sin señal nadie estará escuchando lo que informa, Tom añade: "Of course, no one can see this news program, so it doesn't really matter what we say. I'm the Lord Jesus Christ. I think I'll go get drunk and beat up some midgets, how about you, Diane?". Su compañera se une al juego y responde: "Well, Tom, I just plain don't like black people". No obstante, en ese momento el camarógrafo notifica a los presentadores que, aunque en Quahog no hay señal, el informativo se sigue recibiendo en Boston. Al final de ese mismo episodio, Tom y Diane no parecen escarmentar y vuelven a quedar en ridículo. Seguros de que en esta ocasión no están apareciendo en Boston, Tom le dice a Diane: "Well Diane, that last report was so good I think you deserve a spanking". Diane, en tono de burla, responde: "Oh Tom, I don't think your wife would appreciate that", a lo que Tom contesta: "Haha, that frigid old cow lives in Quahog. She can't hear a word I'm saying". Pero justo en ese mismo instante el camarógrafo anuncia: "Actually, we're back on the air in Quahog" (**Figura 64**). Otro momento poco profesional de Dianne aparece en "If I'm Dyin', I'm Lyin'" (T2.E9). En dicho episodio, Tom inicia el informativo diciendo:



Figura 64

“This is an action news 5 news break. I’m Tom Tucker” y Diane añade: “And I’m Diane Simmons. Tom has dared me to do the news topless. I’ve got the goods, but have I got the guts? Find out at 11:00”. A continuación, Tom informa sobre la cancelación de la serie “Gumbel2Gumbel” y acaba sentenciado: “The full story and maybe Diane’s boobs tonight at 11:00”.

5.2.3.4. Información vs. Opinión

En el proceso de tabloidización de los medios, cada vez más, con mayor frecuencia e intensidad, los presentadores y reporteros editorializan y adoptan tonos de voz alta y rápida, con énfasis dramáticos. En las comedias animadas, los informativos también privilegian la personalización y la dramatización en la cobertura de cualquier tipo de acontecimiento.

Tom y Kent, los dos presentadores más longevos y reconocidos, se caracterizan por presentar sus opiniones personales dentro del informativo. Por ejemplo, en “Lethal Weapons” (T3.E7), Tom, como todo el pueblo, cansado de que cada año miles de neoyorquino invada la ciudad para ver la caída de las hojas en otoño, sentencia: “Well, I believe I speak for everyone when I say all the New Yorkers can go fornicate themselves with a steel rod”. Por su parte, Brockman, en “Marge on the Lam” (T5.E6), informar sobre la persecución policiaca en la que se han visto involucradas Marge Simpson y su amiga Ruth Powers y, desconociendo las causas de ésta, se arriesga a afirmar: “At the risk of editorializing, these women are guilty, and must be dealt with in a harsh and brutal fashion. Otherwise, their behavior could incite other women leading to anarchy of biblical proportions”. También, en “The Otto Show” (T3.E22), sobre unos disturbios en un concierto, asegura:

Of course, it would be wrong to suggest this sort of mayhem began with rock-and-roll. After all, there were riots at the premiere of Mozart’s “The Magic Flute.” So, what’s the answer? Ban all music? In this reporter’s opinion, the answer, sadly, is ‘yes’.

Y en “Bart’s Comet” (T6.E14) sentencia: “I’ve said it before, and I’ll say it again: democracy simply doesn’t work”, como respuesta a la derogación en el congreso de la moción a favor de evacuar Springfield por la amenaza de un meteorito.

5.2.3.5. El extraño caso de Dwayne Meighan

Dwayne Meighan, el presentador de las noticias locales de Stoolbend, tampoco puede presumir de profesionalidad entre los presentadores animados. Sin embargo, sus carencias son diferentes a las del resto. Meighan no se cree una gran estrella del mundo periodístico, no presume de una gran carrera, ni emplea el informativo para fines personales. Simplemente no está realmente preparado para presentar las noticias. Continuamente hace pausas sin sentido y parece ir improvisando la información que va presentando. Por ejemplo, en “Harder, Better, Faster, Browner” (T2.E1), Meighan explica la historia de una persona que cae a un pozo de la siguiente manera:

Hi, I'm Dwayne Meighan. News flash. It had been in Goochland County. Apparently, somebody a person had been playing around or standing too close with a well. A news flash indicate it was a small girl. Maybe perhaps playing with her doll or maybe wanted to see down her reflection on well. Uh-oh, fell in. This had had been the news.

Meighan explica el hecho noticioso al final del segmento, cuando dice que la niña ha caído al pozo; mientras que el resto del tiempo lo emplea para hacer conjeturas sobre lo que pudo haber estado haciendo antes la niña para terminar cayendo. En “Yemen Party” (T3.E5), Meighan informa sobre unas protestas en Yemen; sin embargo, ni siquiera es capaz de indicar el nombre real del país sino que dice: “There had had been a protests in the street of a Middle East country called foreign land as seen in Aladdin. Women had burqa for the sheet over their face look like ghost but you can see eyes peek-a-boo...”. Los telespectadores de *The Cleveland Show*, y de su informativo, conocemos el lugar concreto al que se refiere Meighan porque aparece escrito debajo de una imagen de las protestas (dicha imagen está ubicada justo al lado de la cara del presentador mientras anuncia la noticia).

En “Fat and Wet” (T2.E7), explica todo el funcionamiento del proceso electoral sólo para anunciar al final que la propuesta Brown/Krinklesac²⁰² no ha sido aprobada en el referéndum:

Everybody went and said what they had about a measure called the Brown/Krinklesac for the fat people or the fat individual. They had people that you were signed your name on a sheet, and then you could say yes or no and that was for you, but everybody got to say yes or no. At this juncture, several people, on a voluntary basis, had counted what they had called a ballot, that was what they had said yes or no. They had made one pile for yes and another pile for those who said no. Both piles were then counted, double-check, as a result for which was made official. Word had been the measure had been actually defeated.

En ese mismo episodio es presentado Larvell, el reportero del informativo (**Figura 65**). En medio de la transmisión, Meighan conecta con Larvell que aún se encuentra en el centro electoral. Es evidente que Larvell no tiene nada preparado y empieza a buscar gente a su alrededor para preguntarle si ha participado en las votaciones. En su segunda aparición, “The Hurricane” (T3.E2), Larvell aparece igual de despistado, pero en esta ocasión como reportero del tiempo. Su previsión meteorológica es la siguiente: “So, this is wild, man. What I heard was, due to global warming, the storm’s gonna be here for a while, then in Quahog about in like a half-hour, then supposedly after that, it’ll go to American Dad! town”.

5.2.4. Reporteros del sensacionalismo

Tricia Takanawa (**Figura 66**), reportera de “Channel 5 Action News”, informativo de *Family Guy*, representa a la perfección el corresponsal sensacionalista que describe Calabrese (2000): es enviada a cualquier sitio, por remoto que sea, para aportar espectacularidad

202 Cleveland Brown Jr. y Kendra Krinklesac, dos personajes con sobrepeso, deciden proponer una ley que condene las bromas a personas gordas u obesas.

al informativo; es siempre la primera en llegar al lugar de los hechos; es capaz de cualquier cosa por conseguir una historia y de hacer una nota sobre cualquier cosa, puesto que en dichas notas la relevancia informativa no es imprescindible.



Figura 65



Figura 66



Figura 67

Tricia, a diferencia del resto de sus compañeros, siempre tiene una actitud muy seria, estoica y nunca se deja llevar por las emociones delante de las cámaras, lo que implica un gran esfuerzo por su parte, ya que el hecho de ser reportera de campo la obliga a enfrentarse cada día a cosas muy diversas. Sin embargo, éste es el único indicio de profesionalidad de la reportera. En la mayoría de sus apariciones, Tricia ha informado sobre hechos carentes de importancia. Por ejemplo, en “North by North Quahog” (T4.E1), informa sobre la inauguración de un lujoso hotel; en “Peter’s Daughter” (T6.E7) entrevista a un hombre que va a todas partes en su bicicleta de 10 velocidades; en “Mr. Saturday Knight” (T3.E9) hace una entrevista al bufón de la Feria Medieval y en “It Takes a Village Idiot, and I Married One” (T5.E17) informa sobre la purificación del Lago Quahog, desde donde entrevista a Jason Voorhees (protagonista de la saga de películas *Friday the 13th*), vecino de la localidad. Incluso, cuando informa sobre acontecimientos relevantes, presenta segmentos insustanciales y carentes de profundidad de análisis y perspectiva. Por ejemplo, en “Stewie Loves Lois” (T5.E1) le asignan hacer un reportaje sobre la epidemia de gripe que está azotando Quahog. Sin embargo, como ella misma tiene la gripe, la nota consiste en verla a ella vomitando en el váter de su casa. En “One If by Clam, Two If by Sea” (T3.E4), cubre un huracán en pleno desarrollo; no obstante, a los tres segundos de haber iniciado la transmisión, Tricia es arrollada por un coche que pasa volando, gracias a la fuerza del huracán, y el reportaje termina repentinamente (**Figura 67**). En definitiva, Tricia es “all presentation and no substance”²⁰³, tal como la define Alex Borstein, actriz que le da voz al personaje.

Tal como se mencionó arriba, Tricia también representa a los reporteros capaces de cualquier cosa por informar. Por ejemplo, “Brian in Love” (T2.E4) mantiene relaciones sexuales con un desconocido (Quagmire) para hacer un reportaje sobre sexo anónimo. Además, es la primera en llegar al lugar de la noticia, incluso cuando ésta está en pleno

203 Borstein, A (2003) “Contenidos adicionales”. En *Family Guy*. Vol 1 (Temporadas 1 y 2) [DVD]. Twentieth Century Fox.

desarrollo. Así pasa en “To Love and Die in Dixie” (T3.E12), episodio en el que Tricia informa de la fuga de un prisionero de la cárcel de Quahog mientras dicha fuga está teniendo lugar. Tricia aparece presentando desde el lado exterior de la reja que rodea la cárcel, junto a un agujero en el suelo. De éste, sale el presidiario y Tricia lo entrevista rápidamente. El hecho que la reportera supiera el sitio exacto por el que saldría el fugitivo y el que no aprovechar las circunstancias para evitar su fuga demuestra que las ansias de Tricia por tener una primicia están por encima de cualquier cosa, incluso la seguridad pública.

La presencia de Tricia Takanawa, así como la de Ollie Williams, es una parodia de la falsa política de integración de minorías o “tokenismo racial” en los informativos de televisión. Ninguno de los dos aparece con tanta frecuencia como Tom o Diane y sólo lo hacen para llenar tiempo y espacio, tal como asegura Tom en “Ready, Willing, and Disabled” (T3.E15) cuando dice: “Finally we got to Asian reporter Tricia Takanawa for 60 seconds of filler”.

Nancy Hicks Gribble es otra reportera del sensacionalismo. En el episodio “Gone with the Windstorm” (T9.E13), Nancy falla una predicción del tiempo y la cadena recibe numerosas quejas. Nancy se molesta y reclama al director los equipos necesarios para hacer su trabajo, aunque se trata solo de una excusa, ya que no tiene ni la más remota idea de cómo funcionan. El presentador del informativo, Miguel Hernández, propone que le dejan utilizar el radar meteorológico que tanto promocionan en los anuncios del informativo, pero el director de éste dice que es de mentira y que sólo aparece en los anuncios porque todas las demás cadenas ya tiene uno y saben que los equipos de última tecnología ayudan a captar más audiencia. Al final, la cadena decide contratar a un meteorólogo titulado, de manera que Nancy es degradada a operadora de la línea telefónica del tiempo y relegada a estar detrás de las cámaras. Pocos días después, se desata un incendio cerca de Arlen, localidad donde toma lugar *King of the Hill*, y todo el equipo periodístico es enviado a la zona, menos Nancy. No obstante, Nancy no se da por vencida y junto a su marido, Dale, y su mejor amiga, Peggy, urden un plan para informar también de la noticia: roban una furgoneta de la cadena, equipada con todos los instrumentos de transmisión; se saltan las medidas de seguridad y acceden a la zona más afectada por el incendio. Desde allí, la audiencia vive minuto a minuto el desastre forestal y es testigo del estado de desesperación y agonía al que llega Nancy, al creer que morirá abrasada por las enormes llamas (**Figura 68**).



Figura 68

Al final, Nancy y sus acompañantes son rescatados y las imágenes del incendio conseguidas por Nancy baten los récords de audiencia de la cadena, razón por la cual es ascendida de chica del tiempo a copresentadora del informativo. Mientras Nancy se encuentra en medio de la catástrofe, vemos, desde la central de la cadena, que la señal de la transmisión es inestable. El director del informativo pide a todo el personal que haga todo lo posible para no perder la imagen ya que, el mismo asegura, ésta pondrá a la cadena en lo más alto. De hecho, da la orden de que dichas imágenes se conviertan en el buque insignia de la cadena y aparecen en todas las pautas promocionales hasta navidad.

En “Nancy Does Dallas” (T13.E13), Nancy es enviada a realizar un reportaje en una escuela local sobre un niño y su mascota. Cansada de informar siempre sobre mascotas adorables que no hacen ganar premios Emmy, Nancy decide cambiar el tono de su reportaje de forma repentina. Después de presentar al niño y a su zarigüeya, Nancy pregunta al niño como consiguió pasar los controles de seguridad de la escuela. El niño, sorprendido, le pregunta que cuales controles y, a partir de aquí, Nancy abandona su dulce tono de voz. Mirando a la cámara, con actitud preocupada, Nancy asegura que la pregunta que acaba de hacer el niño es la misma que se hacen muchas escuelas: ¿Dónde están los controles de seguridad? Con música dramática de fondo, Nancy continua su reportaje afirmando que Billy (el niño) y Orange (la zarigüeya) representan el recuerdo de la terrible tragedia que podía haber ocurrido hoy en la escuela: “If this boy had been an intruder and this marsupial a gun, the tale would be much different”. El reportaje, tal y como indica Hank que lo ve desde casa, es una concatenación de suposiciones y conjeturas sin sustento alguno. Sin embargo, todo el pueblo encuentra la nota muy convincente, la cadena consigue 12 nuevos afiliados y Nancy es contratada por KUMT, el canal de noticias más importante del estado.

Según Calabrese (2000), la introducción de musicalización, efectos visuales como cámaras subjetivas, tomas cortas y rápidas, cámara lenta, efectos de sonido y recursos de diseño y edición, reduce considerablemente el tiempo de los reporteros para informar, lo que los obliga a ser más interpretativos y emotivos de lo que han sido jamás (Calabrese, 2000: 48). Y esto es precisamente lo que hace Nancy, emplea recursos de forma y de fondo que apelan a los sentimientos y a los sentidos más que a la razón, se deja llevar por sus emociones para así emocionar también al público y mantenerlo enganchado a un hecho sobre el que en realidad no está siendo informado. Tal como resume Kent Brockman en unos de sus momentos de lucidez: “Reporters used to expose corruption and corporate greed. Now, like toothless babies, they suckle at the teat of misinformation and poop it into the diaper called the six-o’clock news” (“You Kent Always Say What You Want” [T18.E22]).

5.2.5. Las comedias animadas y Fox News

Las comedias animadas, además de parodiar los informativos en general, también bromean a costa del equipo periodístico de Fox News, canal especializado en

información de la misma cadena que emite todas las series analizadas. Por ejemplo, al inicio de “Excellence in Broadcasting” (T9.E2), episodio de *Family Guy*, Lois, Chris y Stewie ven el informativo y se enteran de que Rush Limbaugh está en Quahog firmando su último libro. Chirs, confundido, dice: “But I thought Rush Limbaugh is a fictional character played by Fred Savage”. Lois le pregunta donde ha escuchado eso y Chris responde que en Fox News. A su vez, Lois le responde: “Then it’s a lie. Everything Fox News says is a lie”, pero Chris le recuerda que ella misma es testigo de eso, pues en efecto, fue ella la reportera que descubrió la historia dos temporadas atrás en el episodio “Fox-y Lady” (T7.E10). Lois, empeñada en asegurar que todo lo que dice Fox News es mentira, añade: “Even true things, once said on Fox News, become lies”.

The Simpsons también se ha mostrado crítico con Fox News. El episodio “The Fool Monty” (T22.E6) abre con la imagen de un helicóptero del canal informativo con un rotulo que dice: “Not racist, but #1 with racists”. El helicóptero se acerca a la cumbre de la Estatua de la Libertad y de él desciende un ejecutivo de la cadena, hecho que desestabiliza el helicóptero y el piloto cae gritando: “We’re unbalanced! It’s not fair!”, frase que mofa el eslogan de Fox News, “Fair and balanced”. También en “How Munched Is that Birdie in the Window” (T22.E7) el mismo helicóptero aparece con el letrero “Unsuitable for viewers under 75” y en “Donnie Fatso” (T22.E9) dice “Merry Christmas from Fox News... But no other holidays”.

La notoria parcialidad periodística de Fox News también es objeto de criticas en el episodio “Mr. Spritz Goes to Washington” (T14.E14) de la misma serie. En dicho episodio, la familia ve en Fox News un debate entre los candidatos de Springfield al Congreso. Krusty, el candidato republicano, es presentado con una especie de aureola brillante rodeándole la cabeza y una enorme bandera americana ondeando en el fondo, mientras el presentador dice: “For the Republicans, beloved children’s entertainer, Krusty the Klown”. Por su parte, Armstorng, el candidato demócrata, aparece con unos cuernos de diablo sobreimpresos, una bandera soviética a un lado y es presentado como: “This guy” (**Figura 69**). El presentador trata al candidato republicano de “camarada” y lo acusado de tener un punto de vista adultero solo por señalar que Krusty aun no ha ganado las elecciones.



Figura 69

En “She Used to Be My Girl” (TE), llegan a Springfield unidades móviles de las diferentes cadenas de televisión para cubrir el escándalo en que se ha visto envuelto el Alcalde Quimby. La unidad de Fox News es, con mucha diferencia, la más grande de todas. Va decorada con un letrero enorme que dice “Bush/Cheney ‘04” y la megafonía que la acompaña reproduce la canción “We Are the Champions”. Y en “Fraudcast News” (T15.E22), el señor Burns, habiendo fracasado en su plan de controlar todos los medios de comunicación de Springfield, asegura: “It’s impossible for one man to control all the media. Unless, of course, you’re Rupert Murdoch” y, mirando a la cámara, añade “He is one beautiful man”. Murdoch es el principal accionista de News Corporation, conglomerado mediático al que pertenece la cadena Fox, y una de las figuras centrales en la tabloidización de los medios (Glynn, 2000: 27).

5.3. Publicidad televisiva

Alrededor del mundo, el sistema televisivo se estructura de maneras muy diversas. Sin embargo, hay dos modelos predominantes: la televisión comercial, con Estados Unidos de América como principal representante, y la televisión pública, ampliamente extendida por Europa y simbolizada por la BBC en Reino Unido. La televisión comercial fue el primer modelo de televisión desarrollado en América durante los años veinte, en contraste con el modelo de televisión pública de Europa puesto en marcha durante la década de 1930 y que predominó alrededor del mundo (menos en Estados Unidos de América) hasta los ochenta.

A grandes rasgos, la televisión comercial es financiada a través de la publicidad y el patrocinio, mientras que la pública es principalmente subvencionada por los gobiernos o costada a través de un canon²⁰⁴ que paga toda la sociedad. Por esta razón, las televisiones públicas están obligadas a cumplir ciertos requerimientos y ajustarse a unos preceptos para obtener la licencia de emisión. De forma general, la televisión pública tiene como objetivo el bien común (dinamización y ampliación del nivel cultural de la audiencia, sólidos estándares profesionales e imparcialidad en la cobertura periodística); mientras que las televisiones comerciales constituyen un negocio en el que los requerimientos de los anunciantes y la necesidad de tener beneficios marca la evolución del medio.

La televisión europea fue constituida siguiendo el desarrollo de la radio. Aunque en muchos países la radio inicio operando de forma comercial, los gobiernos intervinieron a finales de la década de 1920 y principios de 1930 y fueron creados monopolios de transmisión (Gripsrud, 1998: 24). En Gran Bretaña, por ejemplo, tanto la radio como la televisión comenzaron como un negocio encargado a la BBC (British Broadcasting Corporation) (Bignell, 2004: 21). El control monopólico de las

204 Dicho canon, denominado licencia de televisión, están obligado a pagarlo, por ley, todo los propietarios de un receptor de televisión. El coste de dicha licencia está fijado por el gobierno y existe en la mayoría de países europeos (Alemania, Austria, Bélgica, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, Francia, Finlandia, Grecia, Irlanda, Italia, Polonia, Portugal, Reino Unido, Republica Checa, Rumania, Suecia y Suiza).

transmisiones, comparable al del suministro de agua, gas y electricidad durante la época victoriana, fue concedido a cambio de operar para el bien público. Y así lo hizo la institución: “The BBC took seriously its aims to raise the standards of the entire national audience in terms of sophistication of taste, intellectual appetite and levels of knowledge: television as public service broadcasting” (44). En 1955, con la llegada de ITV (Independent Television), la primera televisión comercial del Reino Unido, la BBC perdió el control total y empezó a competir contra populares formatos exportados de Estados Unidos. A partir de entonces, la concepción de la audiencia como consumidores, además de ciudadanos, fue introducida y consolidada en Reino Unido. No obstante, Ofcom (Office of Communications) otorga la licencia de transmisión para todo el territorio nacional a las cadenas de televisión comercial a cambio de prestar también un servicio público²⁰⁵, lo que hoy en día mantiene abierto el debate entre la televisión como entretenimiento y la televisión como organismo de responsabilidad social.

La BBC no emite publicidad y se financia, mayoritariamente, gracias a los ingresos recaudados a la licencia de televisión o canon y, en menor medida, a la venta de producción propia a otros países y subvenciones estatales²⁰⁶. No obstante, el resto de televisiones públicas europeas no funcionan de la misma manera. Actualmente el modelo de televisión pública en Europa se caracteriza por una financiación mixta, en el que se permite la publicidad pero que está principalmente sustentado sobre el cobro de un canon. Por ejemplo, en los principales canales públicos nacionales de Alemania, ARD1 Y ZDF, se permite la emisión de publicidad pero con fuertes restricciones²⁰⁷. La publicidad solo representa un 7% de sus ingresos, mientras que el canon un 87%²⁰⁸. En Francia, la situación es similar: los canales públicos no pueden presentar publicidad entre las 20:00 y las 6:00 horas²⁰⁹ y su importancia económica es minoritaria en comparación a la de la licencia (34% frente a un 64% de los ingresos por el canon)²¹⁰. Por último, en Italia, el modelo es más equilibrado entre publicidad (30%) y el canon (54%)²¹¹. Como consecuencia de la crisis económica, las subvenciones públicas han sufrido severos recortes en toda Europa y las televisiones públicas se han visto muy afectadas. No obstante, el modelo público en Europa continúa teniendo una posición

205 Además de la BBC, las cadenas comerciales tienen la responsabilidad de emitir programas de interés público en sus estaciones análogas. Dentro de dicho segmento de la programación se incluyen informativos, sucesos actuales, programas independientes y del resto de Europa, para niños, de interés religioso, con subtítulos, lengua de señas y audiodescripción. Ver <http://www.ofcom.org.uk>. Página oficial de la Oficina de Comunicación (Office of Communications) del Reino Unido. [Consultada: 5 junio 2012]

206 El 72% de los ingresos corresponde al pago del canon. El 28% restante es obtenido por la comercialización de contenidos alrededor del mundo. Fuente: Deloitte (2011). *Análisis comparativo de la televisión regional en Europa: una propuesta para España*. Informe de Deloitte para Uteca.

207 Está prohibida en prime time (que inicia a partir de las 20:00 horas), los domingos y los festivos.

208 Deloitte (2011).

209 Dicha restricción debía ser abolida en su totalidad en enero de 2011, pero se ha anunciado una prórroga de dos años.

210 Deloitte (2011).

211 Ibid.

privilegiada y gran influencia sobre el desarrollo de la televisión, incluso la comercial, ante la que se presenta como un fuerte competidor y no un pobre sustituto.

Por el contrario, en Estados Unidos de América la televisión fue directamente creada bajo un plan mercantil y representa un caso único en el que la televisión comercial fue desarrollada mucho antes que la pública. El desarrollo de la tecnología necesaria para las transmisiones no fue responsabilidad del gobierno, ni Hollywood, ni de empresarios individuales, sino de la industria que desarrolló el equipamiento para la radio. Grandes compañías eléctricas y electrónicas, como General Electric y RCA, desarrollaron el equipo televisivo durante los años veinte. A finales de esa misma década, se llevaron a cabo experimentos de transmisión televisiva en Nueva York, Boston y Chicago (Bignell, 2004: 44), siempre respaldados por fabricantes de electrodoméstico con la esperanza de vender televisores para poder recibir la señal. El modelo televisivo fue modelado a partir del sistema de la radio comercial: las cadenas nacionales suministraban programas a estaciones locales que pagaban por emitirlos. Inicialmente, los beneficios provenían de los patrocinios comerciales (producción patrocinada) y, posteriormente, se desarrolló el modelo actual de segmentos para anuncios comerciales. Para atraer a los patrocinadores, la producción de los programas se hacía a medida de sus intereses. Según Jostein Gripsrud, el caso modélico de dicho tipo de programas fue el *soap opera*. Dichos seriales estaban hechos para vender productos para el hogar, principalmente detergentes. Uno de los principales fabricantes de ese tipo de productos, Procter & Gamble, poseía su propio programa de radio y, posteriormente, de televisión²¹². De hecho, Kate Bowles sugiere que el término *soap opera* deriva del producto que comercializaban los principales patrocinadores del formato, fabricantes de jabón (*soap* en inglés) como Procter & Gamble, Colgate-Palmolive y Lever Brothers. Así, queda en evidencia que detrás de la televisión comercial hay un interés principalmente comercial y que quienes conforman la audiencia no son tratados como ciudadanos con el derecho y la obligación de ser informados sino como simples consumidores:

The rationale behind broadcasting was in other words the industrial interest in marketing commodities. Audiences were addressed primarily as consumers, as individuals interested in improving their everyday lives by purchasing certain things with whatever money they had. Broadcasting institutions were –and are– in the business of selling audiences to advertisers (Gripsrud, 1998: 24).

La orientación mercantil y comercial del modelo televisivo de los Estados Unidos no dio lugar a un surgimiento espontáneo de la televisión pública, sino que por el contrario, dicha televisión fue lanzada como fruto de una recomendación de la Carnegie

212 Muchos de los nuevos seriales que se estrenaron con la televisión fueron patrocinados y producidos por la compañía. Entre ellos destacan *The First Hundred Years* (CBS, 1950-52), *Search for Tomorrow* (CBS, 1951-82; NBC, 1982-86), *Guiding Light* (CBS, 1952-2009), *The Brighter Day* (CBS, 1954-62), *As the World Turns* (CBS, 1956-2010), *The Edge of Night* (CBS, 1956-75; ABC, 1975-84), *From These Roots* (NBC, 1958-61) y *Young Doctor Malone* (NBC, 1958-63). Además, Procter & Gamble también fue la primera compañía en producir y patrocinar un programa de prime time, *Our Private World* (CBS, 1965), un spin off de *As the World Turns*.

Commission on Educational Television²¹³. La televisión pública en Estados Unidos apareció por primera vez en 1967, cuando ya una pequeña cantidad de cadenas comerciales controlaban la programación. Tanto en el momento que fue lanzada, como ahora, la televisión pública tiene unos índices de audiencia bajísimos y su impacto en la cultura, la sociedad y la política Americana es insignificante (Iosifidis, 2007: 6).

La televisión no es ni fue concebida con el único propósito de promocionar productos. No obstante, los Simpson, los Hill, los Griffin, los Smith y los Brown-Tubbs están rodeados de un sistema televisivo en el que la ideología dominante es la cultura de la promoción y el flujo televisivo está notablemente determinado por la publicidad. Los personajes de las comedias animadas de primer time rara vez aparecen viendo televisión pública y, cuando lo hacen, es para criticarla o constituye un suceso extraño. Por ejemplo, en “Welcome Back, Carter” (T9.E3), de Family Guy, Peter ve Public Broadcasting Service (PBS) en casa de su suegra y asegura odiar dicho canal. También, en “Missionary: Impossible” (T11.E15), de The Simpsons, Bart descubre a Homer viendo televisión pública y pregunta sorprendido si se trata de PBS. Homer responde que él está igual de sorprendido de estar viendo ese tipo de televisión, pero es que están emitiendo una preciosísima serie británica, “Do Shut Up”²¹⁴. Mas adelante, en ese mismo episodio, Homer finge donar diez mil dólares a PBS sólo para que continúen emitiendo “Do Shut Up” y una extensa comitiva de la cadena se presenta en su casa para agradecerse. Ante las cámaras de PBS, Homer asegura: “It’s an honor to give \$10,000 especially now, when the rich mosaic of cable programming has made public television so very, very unnecessary” (cursiva propia).

Los anuncios, como interrupciones de los programas, pueden ser bienvenidos (pausa para ir al lavabo, hablar por teléfono, etc.) o no (efecto *zapping*, pérdida de la audiencia, etc.). Sin embargo, la inmensa cantidad de anuncios comerciales presentados por televisión y la constante ampliación de los segmentos dedicados a ellos ha hecho que la publicidad se convierta en parte importante y aceptada de la experiencia televisiva en muchos países modernos y sobre todo en Estados Unidos. Los anuncios han dejado ser meros cortes comerciales para erigirse como otro “formato” televisivo. Es por ello que el concepto de “intertelevisibilidad” no se agota en las relaciones con otros géneros y formatos de la ficción o la información, sino que también abarca el tipo de publicidad específica de dicho medio.

A través del uso de la parodia, las comedias animadas de *prime time*, en especial *The Simpsons* y *Family Guy*, se mofan de reconocidas estrategias publicitarias, como el *jingle* o el *slogan*; de los diversos tipos de anuncio, por ejemplo, los infomerciales, y de la autopublicidad. Por medio de esta última, las comedias animadas ilustran la forma en

213 La *Carnegie Commission on Educational Television* fue fundada en 1965 con el propósito de investigar el papel de la televisión no comercial en la sociedad americana.

214 La ficticia “Do Shut Up” es producida por Thames Television y gira alrededor de una familia de hooligans. Durante el episodio, se refieren a la serie como la más longeva de Inglaterra, con un total de siete episodios. Este comentario hace referencia a la diferencia entre las tendencias televisivas americanas y británicas. Por ejemplo, *Fawlty Towers* (BBC2, 1975-79) es considerada una de las mejores comedias de la historia de la televisión británica y tan sólo contó con 12 episodios. En América, una serie con el mismo número de episodios emitidos habría sido considerada un auténtico fracaso.

que la publicidad ha invadido el flujo televisivo, no solo al aparecer entre segmentos y programas, sino también dentro de los mismos textos audiovisuales. Empleado la parodia, las comedias además recrean anuncios famosos y recordados por el público y, a través de los comentarios de los personajes, estas series señalan la complejidad de la introducción de la publicidad en la cultura contemporánea e invitan al espectador a reflexionar sobre dicha complejidad.

5.3.1. Estrategias publicitarias

Son muchas las técnicas y estrategias publicitarias de las que hacen gala la multitud de anuncios publicitarios que vemos cada día. Por ejemplo, la tipología desarrollada por Enrique Ortega Martínez (1992) presenta 42 categorías. No obstante, muchos otros autores y expertos en publicidad han ofrecido clasificaciones bastante más reducidas a partir de las principales estrategias comunicativas (Book y Cary, 1978; Dyer, 1982; Ogilvy, 1984 [1983]; Lorente, 1986; Harrison, 1989 [1987] y Hagerman, 1990). No existe una tipología única y cerrada, pero hay unas técnicas clásicas que se repiten en las diferentes clasificaciones. Dichas técnicas son las más populares, longevas y también las más burladas por las comedias animadas, casi siempre por medio de anuncios comerciales ficticios.

Family Guy, por ejemplo, presenta casos en los que se hace referencia al eslogan y el *jingle*, dos de las estrategias publicitarias más conocidas. En “Chick Cancer” (T5.E7), mientras Stewie y Brian ven el noticiero, se anuncia que a una vieja rival de Stewie, Olivia, le han retirado el contrato para protagonizar los anuncios de Tasty Juice, una popular marca de zumos. A continuación, en el mismo informativo, se presenta uno de los comerciales en que la pequeña niña había aparecido. En dicho anuncio, Olivia le pide a su madre una gaseosa. La madre dice que no, pero a cambio le ofrece un poco de Tasty Juice, argumentando que “It has only one-third the sugar of soda”. Olivia asegura que el zumo es delicioso y se lo agradece a su madre. Al final del anuncio, aparece una imagen de la botella de Tasty Juice rodeada de frutas, para connotar la naturalidad del producto, y sobre la imagen se superpone la frase, que además suena de fondo como *jingle*, “Tasty Juice. Drink it, then convert it to pee”. La melodía del *jingle* recuerda a la de muchos otros, lo verdaderamente curioso en este caso es la letra, pues aunque verídica, es poco apropiada para un *jingle*. Simplemente parece seguir al pie de la letra una de las 16 sugerencias de Ogilvy (1984 [1983]) sobre cómo hacer anuncios de televisión que vendan: “Cuando no tenga nada que decir, dígallo cantando” (111). Del mismo anuncio, también es destacable el comentario de la madre acerca del porcentaje de azúcar del zumo en comparación a la gaseosa, puesto que se enmarca dentro de la actual tendencia a hacer referencia siempre a la cantidad de fibra, calcio, vitaminas, etc., que aporta cada producto y al hecho de que es bajo en azúcares.

Los slogans, en cambio, son parodiados en “Love Thy Trophy” (T2.E5) y “A Picture Is Worth 1,000 Bucks” (T2.E11). En el primer caso, Stewie dice “cuckoo for crack” en vez de “Cuckoo for Cocoa Puffs”, la marca de cereales. Mientras que en el segundo, Peter

fotografía los documentos secretos de un delegado chino en la sede de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y dice: “Ancient Chinese secret, huh?”, que era el eslogan de Calgon, el detergente para lavavajillas.

Al inicio de “I Am Peter, Hear Me Roar” (T2.E8), también de *Family Guy*, vemos en la televisión de los Griffin un comercial de la cerveza más famosa en Quahog, Pawtucket Patriot, en el que aparecen dos chicas en actitud erótica, haciéndose masajes semidesnudas con una loción bronceadora. La siguiente escena muestra una botellas de cerveza junto a una piscina y se escucha de fondo: “Pawtucket Patriot beer. If you buy it, hot women will have sex in your back yard”. Lois, indigna con el anuncio, afirma: “Typical male fantasy! Women drinking beer! I guarantee you a man made that comercial”. Peter, con total normalidad, le responde: “Of course a man made it. It’s a comercial, Lois, not a delicious Thanksgiving dinner”. El comentario de Peter y la naturalidad con la que lo dice indican que los anuncios basado en el deseo erótico (Martínez, 1992), mediante la presencia de mujeres hermosas semidesnudas, es una estrategia publicitaria tan extendida que en algunas ocasiones es lícito asumir que los anuncios están hechos exclusivamente por hombres.

Esta misma estrategia es empleada en un anuncio protagonizado por Santa’s Little Helper’s en el episodio “Old Yeller Belly” (T14.E19) de *The Simpsons*. En dicho episodio, la mascota de la familia, Santa’s Little Helper’s, se convierte en la imagen de la cerveza Duff y aparece en todos sus anuncios. En uno de ellos, vemos a dos astronautas, dentro de un trasbordador espacial, quejándose de lo aburrido y monótono que es su trabajo. De repente, se dan cuenta que una nave más pequeña se les acopla. De ésta última sale Santa’s Little Helper’s, acompañado de un grupo de chicas en bañador y varias cajas de cerveza (**Figura 70**), y se escucha una voz de fondo que dice: “Duff, the official beer of NASA. National Association of the Sellers of Alcohol”. Lisa, que como el resto de la familia Simpson estaba viendo el anuncio, pregunta sorprendida porque un perro tiene amigas humanas que van en bañador y Marge le responde: “People do crazy things in ads. Like eat at Arby’s²¹⁵”, demostrando de esta manera que ella, igual que nosotros, encuentra irreal toda la situación presentada en el anuncio. Tanto este segmento, como el anterior, ponen en evidencia como la industria publicitaria objetifica a la mujer mediante el gastado “subgénero” publicitario del sexo como herramienta para vender cualquier tipo de producto, sobretodo uno tan relacionado con el genero masculino como la cerveza.



Figura 70

El anuncio de “Funzo” en el episodio “Grift of the Magi” (T11.E9), de *The Simpsons*, hace referencia a otra famosa estrategia publicitaria: vender sensación de poder (Packard, 1973 [1957]: 91) o *status* (Lorente, 1986: 105-106). El anuncio promociona un juguete llamado Funzo e inicia con la escena de una niña pequeña bajando las escaleras de casa. Es el día de navidad y la niña corre hacia el árbol de navidad para abrir sus regalos. Uno de ellos es el muñeco Funzo, quien le reclama, solo al abrirlo, que le de un abrazo. La niña, encantada, abraza a su muñeco y de fondo escuchamos una voz que dice: “This Christmas, everybody wants Funzo”. La niña continua abrazando al muñeco y dice: “Funzo’s soft and cuddly”. De repente, aparece el hermano de la niña, con un muñeco Funzo de otro color en sus brazos y añade: “With lots of firepower”. Uno de los misiles del muñeco le da a la niña en la cara y el niño ríe sin parar. La siguiente escena muestra a Funzo en primer plano y de fondo se escucha su nombre una y otra vez. A continuación aparece un niño con un cachorro en sus brazo, pero lo tira de mala manera para coger un muñeco Funzo mientras la voz *over* vuelve y asegura: “If you don’t have Funzo, you’re nothing”. Con esta última frase, los creadores del anuncio buscan generar presión sobre un grupo vulnerable, los niños, y crearle la necesidad imperiosa pero irreal de tener un muñeco Funzo, alegando que éste lo es todo. Vance Packard (1973 [1957]) asegura que los norteamericanos demuestran fascinación por cualquier producto que parezca ofréceles una extensión personal de su poder y, tal como indica este anuncio paródico, dicha fascinación ha sido observada y perfectamente explotada.

Otra táctica publicitaria parodiada en *The Simpsons* consiste en la promoción de un producto apelando a todos los miembros de un grupo al señalar las ventajas para cada uno de ellos. En “Funeral for a Fiend” (T19.E8), el actor secundario Bob protagoniza el anuncio de “Wes Doobner’s World Famous Family Style Rib Huts”, un restaurante que inventa con el único propósito de engañar y atrapar a los Simpson. Bob aparece disfrazado de vaquero, hacienda acrobacias con una cuerda de rodeo y diciendo: “Howdy, folks! Are you tired of family arguments over where to go to dinner?”. Toda la familia ve en anuncio reunida en el sofá. Homer, atento a la pregunta de Bob, responde: “Sometimes I think about gettin’ on a bus and never comin’ back”. La imagen vuelve al anuncio televisivo y Bob añade: “Why not try Wes Doobner’s World Famous Family Style Rib Huts? The rib joint with something for everyone”. Con la sola presencia de las costillas Homer se muestra convencido; sin embargo, la intención de Bob es que toda la familia acuda al restaurante, razón por la que afirma que también ofrecen fideos con mantequilla, para Marge; tofu, para Lisa y el mantel individual con el rompecabezas más fácil del estado, para Bart.

Por último, en “Mother Tucker” (T2.E2), de *Family Guy*, durante una reunión de solteros Tom Tucker le ofrece a Thelma, la madre de Peter, un poco de ponche, y ella se niega diciendo: “If you’re one of ten million americans like me...”. De repente, la escena se corta dando paso a las imágenes de diferentes personas diciendo “Like me” y vuelve a la de Thelma quien concluye la frase diciendo: “...with a bladder control problem, punch just goes right through you”. La anterior es una referencia a los anuncios comerciales

en los que la estrategia es señalar al telespectador que no es el único con determinado problema y que muchos como él ya utilizan el producto promocionado.

5.3.2. Tipos de anuncio comerciales

El último caso descrito, por ejemplo, hace referencia a uno de los tipos de anuncio más icónicos y perdurables: el anuncio testimonial, en el que una persona cualquiera, representando al público objetivo del producto, lo recomienda y aporta autenticidad al discurso de la marca. Así como este, hay una infinidad de tipos de anuncio: el anuncio de escenas de la vida, el demostrativo o científico-racional, los spot o viñetas musicales, los anuncios de metáfora visual y de fantasía, los que incluyen personajes fijo o anunciadores, aquellos que plantean una situación del tipo problema – solución, los humorísticos, los animados, los afectivo-emotivo o de ‘piel de gallina’, etc. No obstante, en las comedias animadas de prime time destacan tres tipos: los infomerciales, los basados en patrocinios y los basados en personajes fijos o mascotas y celebridades.

5.3.2.1. Infomerciales

Los infomerciales son un formato publicitario cada vez más popular. Suelen tener una duración de entre 5 y 30 minutos y, dada su extensión, son emitidos fuera de los horarios de máxima audiencia o en canales subsidiarios. Los infomerciales se caracterizan por incluir a celebridades o contar con invitados que proporcionen respaldo científico al producto anunciado, así como presentar pruebas y testimonios de su eficacia. Además, suelen insistir en que se trata de un artículo de venta exclusiva por televisión para crear presión en el consumidor y que el impulso generado sea satisfecho de inmediato. Los productos anunciados acostumbran a tener precios elevadísimos que son rebajados a lo largo del anuncio, como prueba de que se trata de una oferta televisiva. Por el contrario, el número de accesorios y complementos adicionales obsequiados por la compra del producto aumenta a medida que avanza el segmento publicitario. En conclusión, los infomerciales son múltiples tipos de anuncios en uno: puede ser demostrativos, testimoniales, basados en una celebridad, incluir un anunciador y plantear una situación del tipo problema – solución.

The Simpsons creó un “programa dentro del programa” dedicado a la parodia de este tipo de anuncios: “I can’t believe they invented it!”. El segmento era conducido por Troy McClure, celebridad de Springfield, y emitido por la cadena IBN (Impulse Buying Network). A lo largo de la serie únicamente ha aparecido en dos ocasiones. En primer lugar, en “Saturday of Thunder” (T3.E9) donde se promociona “Spiffy”, el removedor de Manchas del siglo XXI. Como en el resto de infomerciales, aparece una personalidad científica o experto respaldando el producto, en este caso su creador, el médico Nick Riviera; se hace frente al público una muestra del producto y se prometen accesorios, complementos y descuentos a los primeros compradores. En el segundo caso, en el episodio “Marge in Chains” (T4.E21), el doctor Riviera presenta un nuevo producto: una máquina para hacer zumos. En esta ocasión, el segmento llama la atención sobre

la exagerada torpeza con la que suelen ser retratadas las personas en general en los infomerciales y lo poco prácticos que resultan en realidad la mayoría de artículos promocionados en este tipo de anuncios. No obstante, *The Simpsons* también ha presentado parodias de infomerciales fuera del programa “I can’t believe they invented it!”. Por ejemplo, en “The Blue and the Grey” (T22.E), Moe, después de quejarse por tener que celebrar el día de San Valentín solo, queda atrapado por un anuncio de televisión. En dicho anuncio aparece un atractivo hombre diciendo:

Hey, you! Spending Valentine’s Day by yourself? If you’re watching this alone, your love life is like Sister Act 3, no Whoopi! Well, I’m gonna tell you my secrets right now... if “right now” means tomorrow night at my seminar at the Springfield Airport Motor Lodge. So, if you’re ready to turn from couch potato to sex tornado, come and see me, Dr. Kissingher (Figura 71).



Figura 71



Figura 72

En “Poppa’s Got a Brand New Badge” (T13.E22), Homer lidera un equipo de lucha contra el crimen y para promocionar sus servicios presenta un anuncio televisivo. En dicho anuncio, vemos a una mujer mayor durmiendo mientras por la ventana de su casa entra un monstruo. De repente, la mujer se despierta y grita de miedo al ver al monstruo. La imagen se congela con la mujer gritando (Figura 72) y sobre ésta aparece Homer, vestido como agente de seguridad, y dice: “Is this you? If it is, don’t dial 911. Simply dial 636-555-3472”. A continuación, Homer se aparta de la pantalla y la escena continúa. La mujer deja de gritar, llama al número indicado por Homer y dice: “Help me, SpringShield!”. De inmediato, Homer, Lenny y Carl entran a la habitación de la mujer y exclama: “Have no fear, SpringShield’s present!”. Entre los tres hombres inmovilizan al monstruo y la señora le da una paliza mientras dice: “Thank you, SpringShield!”.

En “Stanny Boy and Frantastic” (T6.E10), de *American Dad!*, Roger y Steve ven un comercial de televentas que anuncia una máquina para hacer algodones de azúcar. En la primera escena vemos a un vendedor de dichas golosinas, junto a las gradas de un estadio deportivo, y un hombre que, con inusual torpeza, intenta sacar dinero de su cartera para comprar uno. De fondo se escucha una voz que pregunta: “Why pay ten bucks for pre-bagged cotton candy when you can have it fresh at any time?”. Justo al lado del hombre que quiere comprar el algodón de azúcar aparece otro que lleva

en su mano una especie de pistola que los hace y, como por arte de magia, crea uno para cada uno de sus hijos. Se corta la imagen y aparece un joven de aspecto moderno con la misma pistola en la mano diciendo: “With the Cotton Candy Shooter, you can have portable perfection in the palm of your hand!”. La imagen del chico da paso a la de la maquina con el número de teléfono para hacer los pedido (**Figura 73**) y así finaliza el anuncio. Como en la mayoría de anuncios de televentas que promocionan utensilios para uso culinario, la clave está en presentar de forma paralela, por un lado, personas haciendo el ridículo (se le quema la comida, ensucia toda la cocina, etc.) o pagando por algo que ellas mismas podría hacer y, por el otro, expertos indicando lo fácil y eficaz que es el producto anunciado. De esta manera, el contraste creado por las imágenes intensifica el mensaje del anuncio y genera mayor presión y necesidad de compra en la audiencia.



Figura 73



Figura 74

5.3.2.2. Patrocinios

Otro tipo de publicidad parodiada en las comedias animadas son los anuncios patrocinados. Por ejemplo, en “Brother and Sisters” (T9.E15), de *Family Guy*, después de que Lois diga que su hermana se imagina una relación seria con cualquier hombre que le presta un mínimo de atención y siempre termina con el corazón roto como una adolescente, aparece un *cutaway commentary* con dos chicas y un chico hablando en el pasillo de un instituto. Una de las chicas, dirigiéndose al chico, dice: “Hey, Tyler. You on your way to algebra?” y el chico responde: “Yeah, I’ll see you there”. Acto seguido, la chica empieza a llorar descontroladamente y corre hacia una enorme ventana de cristal, la rompe traspasándola y cae al vacío. La amiga de la chica grita al chico: “You’re awful!” y éste, sorprendido y atónito por la precipitada reacción de la chica, se queda mirando a la cámara sin saber que decir (**Figura 74**). De fondo, escuchamos una voz *over* que dice: “The preceding joke was brought to you by: Men”. Inicia la melodía de una canción y un hombre canta: “Men. We don’t know what we did!”.

En “German Guy” (T9.E11), de la misma serie, Chris le dice al señor Gutentag que ya sabe todo sobre su pasado nazi y que es una mala persona. El señor Gutentag, para defenderse, le responde que no ha de creer en todo lo que dice la gente y le pone un ejemplo: “For example, everybody thinks that prostitution is illegal, but there are ways around it”. La imagen se corta y aparecen un hombre y una mujer, ésta última

con aspecto de prostituta²¹⁶, en la habitación de un hotel. Él le dice a ella: “All right, let’s do it”, mientras le entrega un fajo de billetes. En ese momento, entran dos agentes de la policía a la habitación gritando: “Both of you are under arrest for prostitution”. No obstante, el hombre corrige al agente diciendo: “No, I paid her to have sex and we’re filming it. So, technically it’s not prostitution, it’s a porno”. El policía se muestra conforme con la respuesta de hombre y dice: “Oh, well, as long as you’re filming and selling it, it’s legal. Enjoy your day”. A continuación, mira a la cámara y añade: “Remember kids, she’s not a whore if she’s an actress”. La imagen es remplazada por la de una iglesia con un rótulo que dice “The Church of Jesus Christ of Latter-day Saints” y de fondo se escucha: “This has been a message from...”; dando a entender así que el anuncio es de la Iglesia de Jesucristo de los santos de los últimos días, también conocida como Iglesia Mormona.



Figura 75

Por su parte, en el episodio “Girly Edition” (T9.E21) de *The Simpsons* no se parodian los patrocinios en forma de anuncios sino dentro de la estructura del programa. Después de cancelar el programa presentado por Lisa y Bart, Kidz Newz, la cadena presenta la nueva serie infantil “The Mattel and Mars Bar Quick Energy Chocobot Hour” (Figura 75). En el corto segmento que aparece, vemos a varios robots superhéroes con forma de chocolatina en un centro de control. Choc-O-Bot, el robot líder, se dirige a una enorme pantalla y dice: “You can count on us, Mr. President”. Mira a sus compañeros y añade: “Major Nougat! Gooney! Cocoa! Put down those entertaining Mattel products! Colonel Kataffy is up to his old tricks!”. A continuación, se muestra a cada uno de los robots dejando de lado los juguetes con los que se divertían: una muñeca *Barbie*, un coche *Hot Wheels* y un soldadito de plástico *Matchbox*; todas marcas pertenecientes a la multinacional *Mattel*. “The Mattel and Mars Bar Quick Energy Chocobot Hour” llama la atención sobre la forma en que las marcas, en este caso *Mattel* y *Mars*, están presentes dentro de la serie que patrocinan. Tal como hemos visto en el capítulo 1, Historia de la animación de *prime time*, las comedias animadas, de horario infantil o *prime time*, de los sesenta se caracterizaban por tener un patrocinador muy visible, con quien tenían una estrecha relación de colaboración²¹⁷. Un buen ejemplo es *Matty’s Funday Funnies*, serie titulada a partir del personaje de *Matty Mattel*, mascota de *Mattel* y

216 Su aspecto físico y su vestuario recuerdan a Julia Roberts en *Pretty Woman* (1990).

217 La empresa patrocinaba la serie y los protagonistas de ésta aprecian promocionando los productos de dicha empresa.

patrocinador del programa. La serie ficticia dentro de *The Simpsons* constituye así una parodia de la intromisión de las empresas patrocinadoras en la forma y contenido de los programas y señala como los programas para niños se han convertido en poco más que anuncios de juguetes²¹⁸ u otro tipo de productos especialmente dirigido a niños. Por ejemplo, en el episodio “Apocalypse Cow” (T19.E17), de la misma serie, Bart y Lisa aparecen viendo el bloque de animación de los sábados por la mañana de “The Krusty Klown Show”, llamado “Krusty’s Korean Kartoon Kavalcade”. El bloque inicia con una serie llamada “Transclown-O-Morphs”. El protagonista del programa, un robot transformista, lucha contra un pterodáctilo mecánico que escupe una especie de lava que inmoviliza al robot. El robot, desesperado, se dirige directamente a la audiencia y dice: “Only my Saturday morning viewers can save me! Buy my cereal, find the secret code inside and text me the message “start the day with Kellogg’s” or I will die”. Bart y Lisa se apresuran a pedirle a su madre que tire todos sus antiguos cereales, cereales que comiendo ese momento, y que compre los del robot payaso. Marge, a diferencia de sus hijos, no cae en una estrategia publicitaria tan burda y advierte: “Every week we have to buy something else to save that transforming clown that morphs. I want you to watch a show that isn’t just one long comercial”.

5.3.2.3. Celebridades y personajes fijos

Entre los tipos de anuncio más longevos y tipificados también se encuentra el anuncio con celebridades y con personajes fijos o mascotas. En ambos casos, la figura incluida en el anuncio debe hacer posible una mayor identificación y diferenciación del producto promocionado. Por ello, es fundamental que las figuras posean gran reconocimiento por parte del público, ya sea gracias a su fama (celebridad) o por tener un atuendo, apariencia y forma de ser y hablar característicos (personaje). Las celebridades suelen ofrecer estatus; mientras que los personajes fijos hacen de “expertos” que demuestran cómo solucionar problemas con la ayuda del producto.

Tanto la figura de la celebridad publicitaria como la de la mascota están representadas en *The Simpsons* a través de dos personajes claves: Krusty the Klown y Duffman. Krusty es un ejemplo perfecto de la comercialización inspirada en una imagen y engloba la figura de la celebridad publicitaria que se aprovecha de su nombre para vender productos de mala calidad. Y como no iban a serlo, si son fabricados por niños que asisten al campamento Krusty con la ilusión de conocer a su ídolo (“Kamp Krusty” [T4.E1]). Incluso algunos de sus productos son potencialmente peligrosos, como señala el episodio “Round Springfield” (T6.E22), en el que Bart se traga por accidente un Krusty-O, cereal de la compañía de Krusty, hecho en metal y con puntas dentadas. Además de cientos de productos con su imagen, Krusty es propietario de una cadena

218 Son dignos de señalar los casos de *G. I. Joe* (syndication, 1985-86), *Transformers* (syndication, 1984-87) y *He-Man and the Masters of the Universe* (syndication, 1983-85), todas comedias animadas desarrolladas a partir de diferentes líneas de juguetes creadas años antes por Hasbro o Mattel. Tal como señala Erickson (2005 [1995]), especialmente la década de los ochenta estuvo dominada por las producciones patrocinadas por fabricas de juguetes.

de restaurantes de comida rápida, igualmente de bajísima calidad. El mismo Krusty es incapaz de comerse una de las hamburguesas que vende (Lisa's First Word T4.E10] y un documental presentado en el episodio "Scuse Me While I Miss the Sky" (T14.E16) demuestra que las Krusty Burguers se hacen engrapando dos mitades desechadas por anteriores clientes. En el episodio "The Last Temptation of Krust" (T9.E15), Krusty decide retirarse del entretenimiento infantil e inicia una brillante carrera cómica como monologuista. Su nuevo estilo consiste en decir la verdad, llamar las cosas por su nombre y criticar la comercialización de la sociedad. Sin embargo, su nueva imagen también consigue llamar la atención de ejecutivos de publicidad que le ofrecen promocionar un nuevo vehículo todo terreno, el Canyonero. Por una vez en su vida, Krusty tienen la oportunidad de rehusarse a comercializar un producto y resarcirse con sus seguidores. Y así lo hace, pero solo en un principio porque, como era de esperarse, al final sucumbe ante la gran cantidad de dinero que le pagan a cambio.



Figura 76



Figura 77

Por su parte, Duffman (**Figura 76**) es una clara parodia de Bud Man (**Figura 77**), un hombre vestido de superhéroe rojo y azul que promociona la cerveza Budweiser. Duffman también es la mascota oficial de una marca de cerveza, en este caso de Duff, la más consumida de Springfield. El personaje se caracteriza por hablar sobre sí mismo en tercera persona y terminar todas sus frases diciendo "Oh, Yeah", que es su *catchphrase*, mientras hace un sugestivo movimiento de caderas. Duffman ha aparecido en diferentes escenarios de la serie; no obstante, la mayoría de veces es presentado en eventos deportivos, especialmente relacionados con el fútbol americano. Uno de sus rasgos comerciales más característicos es revelado en el episodio "Jaws Wired Shut" (T13.E9). En dicho episodio, Lenny se sorprende de ver a Duffman entrando al bar de Moe y asegura haber leído en *Newsweek* que había muerto de insuficiencia hepática. No obstante, Duffman sentencia: "Duffman can never die; only the actors who play him. Oh, Yeah!". Esta es una referencia a Ronald Macdonal, The Malboro Man y muchas otras figuras publicitarias que a lo largo de todos sus años han sido representadas por diversos actores. De forma concreta, la causa de la muerte alude a The Malboro Man. Wayne McLaren, David McLean y Dick Hammer, tres de los hombres que interpretaron dicho personaje, murieron de cáncer de pulmón, una enfermedad directamente relacionada con el tipo de producto que promocionaban.

Family Guy carece de personajes fijos dedicados casi exclusivamente a la crítica publicitaria y sólo los introduce de forma puntual. Por ejemplo, Kool-Aid Man, el icono de los ochenta de la bebida de igual nombre (Kool-Aid), ha sido parodiado por la serie en repetidas ocasiones. Su aparición mas representativa tuvo lugar en “Peterotica” (T4. E24). En dicho episodio, vemos un coche estrellarse contra la casa de Kool-Aid Man y destruir completamente una de las paredes. Muy enojado, Kool-Aid afirma: “Wow! You know, from the other side, that’s kind of annoying”. Esta es una clara referencia al hecho de que Kool-Aid man era conocido en sus anuncios por aparecer tirando paredes, al atravesarlas con su enorme figura (**Figura 78**), en las casas de los niños sedientos que preparaban Kool-Aid.



Figura 78



Figura 79

“Chick Cancer” (T5.E7) incluye otro segmento en el que se presenta la imagen publicitaria de una marca. En dicho episodio aparece Chester Cheetah, personaje animado y mascota de Cheetos (aperitivos crujientes al queso), sentado en un sofá escuchando la canción *Tom Sawyer* de Rush. Esparce sobre una mesa de vidrio el contenido de una bolsa de Cheetos, los pulveriza con una cuchilla de afeitar y aspira el resultado como si se tratara de cocaína (**Figura 79**). Al terminar dice: “Oh God! There is no fucking drummer better than Neil Peart!” y da un golpe a la mesa con la mano. Como resultado, se corta la mano con los cristales rotos y añade: “It ain’t easy bein’ cheesy”, el slogan de sus anuncios de los noventas. Este fragmento, además de parodiar a la figura de Chester Cheetah, ironiza sobre la forma en que las grandes estrellas se degeneran a causa del alcohol o de las drogas y muestra como son sus vidas fuera de la ficción.

De forma puntual, *Family Guy* también ironiza sobre las celebridades que aparecen en anuncios publicitarios. Por ejemplo, en el episodio “The Tan Aquatic with Steve Zissou” (T5.E11) Michael Jackson es presentado en un comercial de los Frosted Mini-Wheats de Kellogg’s. Inicialmente, Jackson aparece siendo un niño y dice: “The kid in me likes the frosted side...”. De forma repentina, Jackson se convierte en un adulto y añade: “. . .but the grown-up in me likes the kid in me”, como referencia a los casos de abuso sexual a menores en que se vio involucrado el artista. También en “Your Show of Show” (T2.E21), de *The Cleveland Show*, durante un descanso en el trabajo, Cleveland hace un decálogo con expresiones divertidas. Cuando llega al número tres dice: “Jell-O Pudding, you see?”, imitando a Bill Cosby, imagen e impulsador de la marca de postres a finales de los ochenta.

El segmento “How to get ahead in dead-vertising” del episodio “Treehouse of Horror XIX” (T20.E4) de *The Simpsons* reclama especial atención sobre las celebridades en la publicidad. En dicho segmento, Homer, involuntariamente, asesina a Krusty el payaso. A raíz de este suceso, una pareja de publicistas, que recuerdan a los personajes de Don Draper y Roger Sterling de *Mad Men* (AMC, 2007-), contratan a Homer para que asesine a otros famosos; ya que, según uno de los publicistas, una empresa puede utilizar la imagen de una difunta celebridad para promocionar sus productos de forma absolutamente gratuita²¹⁹. Así, Homer asesina a George Clooney, Prince y Neil Armstrong, quienes rápidamente aparecen promocionando nuevos productos. El segmento llama la atención sobre las constantes batallas legales de los famosos en contra del (mal) uso de su imagen y la falta de límites de la publicidad en su afán por captar consumidores.

5.3.3. Parodias y recreaciones

A través del uso de la parodia, las comedias animadas no sólo se burlan de estrategias publicitarias y tipos de anuncios en general, sino que también recrean y se mofan de campañas y spots específicos. Por ejemplo, al inicio del episodio “Fox-y Lady” (T7.E10), de *Family Guy*, aparece la familia Griffin desayunando en la cocina y Meg le pregunta a su madre: “Mom, do you ever feel... not so fresh down there?”. Con esta misma frase iniciaba uno de los anuncios más populares de Massengill Douche, una marca de duchas, toallitas y espráis vaginales. Sin embargo, y a diferencia del comercial original, Lois, la madre de Meg, no le dice que eso es natural en las mujeres y que debe usar una ducha vaginal, sino que por el contrario le dice que es muy extraño, que ni ella ni nadie que conozca ha sentido algo así y añade: “There must be something wrong with you”. A través del uso de la direccionalidad errónea, la escena inicialmente evoca otro texto sólo para posteriormente transformarlo en su opuesto.

En “Big Man on Hippocampus” (T8.E10), de la misma serie; Lois, en un intento por que Peter recupere la memoria, le enseña una grabación de su luna de miel. En la escena, aparecen Lois y Peter sentados, de espaldas a la cámara, en un par de tumbonas de playa frente al mar. Entre ambas sillas hay una pequeña mesa de madera y encima una botella de cerveza Corona. Peter intenta coger la botella pero Lois se lo impide diciendo que ya ha bebido suficiente. Peter lo intenta varias veces más y afirma que él conoce su cuerpo mejor que ella. Finalmente, intenta levantarse de la tumbona pero cae de frente contra la arena borracho. La escena recuerda de inmediato una serie de comerciales de Corona en la que una pareja o un grupo de personas, a quienes veíamos de espaldas mientras bebían Corona, protagonizaban situaciones divertidas.

La escena inicial de “Mind Over Murder” (T1.E4), de *Family Guy*, muestra a toda la familia Griffin viendo en televisión una parodia de los anuncios de los caramelos

219 En realidad, la utilización de imágenes o videos de fallecidas celebridades con propósitos publicitarios sólo es legal bajo el consentimiento de los herederos de la celebridad; lo que en la mayoría de los casos comporta una elevadísima compensación económica.

masticables Mentos. En el segmento aparece una caricatura de John Wilkes Booth, asesino del ex presidente americano Abraham Lincoln, esperando en la entrada del Ford Theatre. Booth intenta disparar a Lincoln pero la multitud se lo impide. Se aleja de la entrada, se come un caramelo y es cuando tiene la idea de entrar al teatro y asesinarlo allí. Entra, lo localiza y le dispara, pero solo consigue que la bala atraviese el alto sombrero de Lincoln. Éste último se da la vuelta para ver a su agresor, pero en vez de mostrarse enfadado, se ríe junto a Booth como si se tratara de una broma. Las imágenes se alejan de las de un anuncio de Mentos; sin embargo, la historia presenta un claro paralelismo: alguien tiene un contratiempo y gracias a un Mentos consigue que todo salga mucho mejor de los que esperaba. Además, el fondo musical tiene la misma melodía del que se escucha en todos los anuncios de Mentos y la letra es prácticamente igual²²⁰. Y por si fuera poco, la imagen de “Mintos”, así como su slogan, son los mismos que los de Mentos (**Figura 80**).



Figura 80

La parodia del anuncio termina aquí, pero no la referencia al universo publicitario. Al acabar el anuncio, Meg señala que los comerciales de “Mintos” son estúpidos. Lois, de acuerdo con Meg, dice que ver el anuncio no la ha hecho querer comprar “Mintos” y Bria añade: “Totally ineffective”. No obstante, Peter se levanta del sofá e imitando la voz de un robot dice: “Must kill Lincoln”. Con esta escena, la serie intenta llamar la atención sobre la finalidad de los anuncios publicitarios y sus posibles efectos secundarios.

A diferencia de los ejemplos anteriores, el anuncio de “Nappien” introducido en el episodio “Crook and Ladder” (T18.E19), de *The Simpsons*, no parodia un único anuncio sino que toma como referente todo el formato de anuncios comerciales de pastillas para dormir. En dicho episodio, Homer no consigue conciliar el sueño y decide ver la televisión. Mientras la mira, aparece un anuncio de pastillas de dormir. En el anuncio, vemos a un hombre dando vueltas sobre la cama y se escucha una voz *over* diciendo: “Are you counting sheep all night long?”. A través de un globo de diálogo (bocadillo) en forma de nube, accedemos a los pensamientos del hombre y vemos que imagina

220 Letra del tema musical de Mentos: “It doesn’t matter what comes, fresh goes better in life, and Mentos is fresh and full of life. Nothing gets to you, staying fresh staying cool, with Mentos, fresh and full of life. Fresh goes better, Mentos freshness, fresh goes better with Mentos, fresh and full of life! Mentos, the freshmaker!”. Letra de tema musical de “Mintos”: “When life is getting to you, put some fresh in your life, let Mintos freshen up your life, life is just a breeze when you stay fresh and cool, because Mintos puts the fresh in life, taste that freshness just can’t beat it. Mintos freshness, let Mintos freshen your life. Mintos, the Freshmaker”.

un grupo de ovejas saltando un cerco. Las ovejas llevan escrito en el lomo las causas del insomnio del hombre: hipoteca, problemas con el coche, familia secreta y bulto extraño. Por un momento, las ovejas se detienen y hablan entre ellas: “He needs help!”, dice una, y la otra le responde: “Help from a drug!”. La voz *over* vuelve y dice: “That help is here. Meet Nappien. Nappien activates your brain’s napping centers, and attacks your body’s awake-agens”. Mientras oímos la voz, aparece una paloma que se posa en la nariz del hombre y defeca en su boca una pastilla. El hombre la traga y cae en un agradable sueño profundo. La paloma guiña un ojo a la cámara y de fondo se escucha: “And unlike Sleepia, it won’t cause foot fattening or elbow stink” (**Figura 81**). De la misma forma que la mayoría de anuncios de pastillas para dormir²²¹, el de “Nappien” incluye elementos formulaicos como las ovejas y una lista de extraños efectos secundarios. Además, la voz *over* tiene el mismo tono y timbre que la voz de este tipo de anuncios y hace referencias a las ventajas del producto en comparación a otros.



Figura 81



Figura 82

Por último, un ejemplo que merece especial atención es presentado en el episodio “Mother Tucker” (T2.E2) de *Family Guy*. En dicho episodio, Brian acusa a Stewie de haberse vendido al protagonizar los comerciales de chocolatinas Butterfinger y a continuación se parodia uno de dichos anuncios. Stewie aparece en escena, sentado en el banco de un parque, diciendo: “Nobody better lay a finger on my Butterfinger”, de la misma forma en que lo hacía Bart Simpson, protagonista de la serie de anuncios publicitarios de Butterfinger durante toda la década de los noventa²²² (**Figura 82**). La referencia a Bart Simpson demuestra que el ejemplo anterior no se trata simplemente de una parodia a un anuncio, sino que en ella subyace una sátira general a las relaciones comerciales y de patrocinio que se establecen entre series y marcas; así como las relaciones de identificación entre los personajes televisivos y determinados productos de consumo. A su vez, los guionistas de *The Simpsons*, conscientes de la contradicción que suponía su constante crítica a la cultura de la promoción y el contrato con Butterfinger, decidieron bromear sobre las chocolatinas una vez se agotó dicho contrato publicitario. En el episodio “Sweets and Sour Marge” (T13.E8), después de que el azúcar sea prohibido

²²¹ En todo caso, se hace referencia a los anuncios de pastillas para dormir presentados en la televisión americana y a marcas como Nytol, SleepWell o Ambien CR.

²²² Desde 1990 hasta 2001.

en Springfield, la policía empieza a confiscar todos los productos que contengan dicho ingrediente. Entre ellos, unas barras de Butterfinger, que cuando son lanzadas al fuego no se derriten como el resto, sino que por el contrario, resplandecen y se mantienen intactas. Asombrado por el hecho, el jefe de policía Wiggum declara: “Butterfingers. Even fire doesn’t want them”.

5.3.4. Publicidad y experiencia televisiva

Además de su lógica y sus elementos retóricos y estilísticos, las comedias animadas de *prime time* hacen referencia a la publicidad al señalar la forma en que ésta transforma la experiencia de ver televisión. El modo en que aparecen los anuncios, es decir, en bloques durante segmentos del programa, claramente ejerce una influencia en el flujo narrativo del medio y estructura la experiencia televisiva sobre la constante interrupción e inclusión de anuncios. Por ejemplo, en “And Maggie Makes Three” (T6. E13), de *The Simpsons*, Homer explica al resto de la familia la historia del nacimiento de Maggie, la bebé. Durante la narración, Bart y Lisa se levantan del sofá y abandonan la habitación. Homer, sorprendido, les pregunta que hacen y Bart responde: “Dad, you can’t expect a person to sit for thirty minutes straight”, mientras Lisa añade: “I’m going to get a snack, or maybe go to the bathroom”. Tal como indican las respuestas de los dos niños, la fragmentada estructura narrativa de la televisión ha invadido y transformado otro tipo de narraciones. Por su parte, la respuesta de Marge: “I’ll stay here, but I’m going to think about products I might like to purchase”, señala que la presentación de productos hace parte natural de la narrativa y que, si bien, la historia debe ser interrumpida, dicha interrupción debe tener como objetivo la presentación de anuncios publicitarios.

Otro ejemplo de la forma en que la publicidad transforma la experiencia televisiva, incluso la vida de los protagonistas de las comedias animadas, aparece en “I Never Met the Dead Man” (T1.E2) de *Family Guy*. Mientras Peter ve televisión, Meg le suplica que le enseñe a conducir. Peter se rehúsa argumentando que están transmitiendo su serie favorita: *Star Trek* (NBC, 1966-69). Lois, quien presencia la conversación, reclama a Peter que comparta más tiempo con su hija: “For God’s sake, Peter. You have been in front of the TV since you got home from work. Why don’t you spend sometime with your family?”. No obstante, Peter se defiende a sí mismo diciendo: “I will. I’m just gonna do it during the commercials. If that’s wrong, well, maybe I’m missing the point of commercials”. Al parecer, Peter está tan alienado por la televisión que piensa que la función de los comerciales es proporcionarte algo de tiempo para compartir con tu familia.

5.3.4.1. Autopublicidad: las comedias animadas y Fox

La autopublicidad es la forma de publicidad más encubierta de todas y su propósito consiste en vender televisión (Saborit, 1992 [1988]: 24). A través del ejercicio metapublicitario de la autopublicidad, la televisión se potencia a sí misma bajo el

acelerado flujo de contenidos. Esta característica del medio no es olvidada por las comedias animadas y, de la misma manera que se mofan de otras manifestaciones publicitarias, se burlan también de la autopromoción de las cadenas televisivas, en especial de Fox.

En diversas escenas del episodio “Peter’s Progress” (T7.E16), de *Family Guy*, aparecen en la parte inferior de la pantalla anuncios publicitarios de otros programas de Fox; algunos reales como 24 (Fox, 2001-10) y otros ficticios como “Shovin’ Buddies”, “Slowly Rotating Black Man” y “Cross-Armed Opposites”. Los mismos personajes de la serie se percatan de la presencia de los anuncios e incluso los comentan. Por ejemplo, Stewie, dirigiéndose al anuncio de 24, se queja que lo hayan interrumpido en su propia boda; Brian, rompiendo con el ritmo de la narración, presenta los anuncios de “Shovin’ Buddies” y “Slowly Rotating Black Man”; mientras que Quagmire, dirigiéndose a la audiencia, anuncia el de “Cross-Armed Opposites”. Así, la serie no solo crítica la forma repentina y deliberada en que dicho anuncios interrumpe los programas, sino que además se reafirma como producto televisivo, en la medida en que demuestra que es consciente de dicha condición.

En “The Big Bang Theory” (T9.E16), de *Family Guy*, la máquina del tiempo inventada por Stewie lo envía a él y a Brian fuera del continuo espacio-tiempo y quedan atrapados en un estado semejante al infinito. A su alrededor no ven nada, solo blancura. De repente, aparece una barra en la barra inferior de la pantalla promocionando *The Cleveland Show* (**Figura 83**). La primera impresión es que dicho anuncio hace parte de la campaña de autopromoción de la cadena y que por tanto sólo la audiencia puede verla. No obstante, el siguiente comentario de Stewie demuestra lo contrario: “No past, no future. No universe. But still somehow a large, brightly-colored promo for *The Cleveland Show*”. En efecto, el anuncio está inserto en la estructura narrativa de la serie y precisamente lo que hace es criticar la autopromoción.

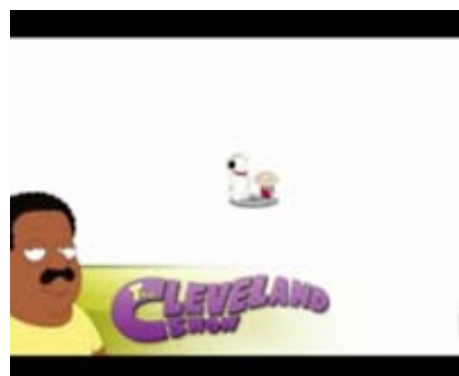


Figura 83

Ahora bien, en *The Cleveland Show* también se hace referencia a otras series de la misma cadena. Por ejemplo, en “A Short Story and a Tall Tale” (T2.E13), durante la transmisión del juego de las estrellas de la NBA, la cámara enfoca a Anna Torv, protagonista de *Fringe* (Fox, 2008-) y justo debajo de ella aparece un rotulo que dice “Fringe Friday 9 on

Fox”. En “Like a Boss” (T2.E12), Cleveland aparece disfrazado de Cleatus el robot, la mascota de Fox NFL Sundays (Fox, 1994-), el programa de la Fox que abre la transmisión de los partidos de la NFL (National Football League).

Por último, en el episodio “Treehouse of Horror XVIII” (T19.E5), de *The Simpsons*, mientras Marge presenta el episodio, aparece un anuncio de *American Idol* (Fox, 2002-) en la esquina inferior izquierda. Al percatarse de su presencia, Marge decide eliminarlo con la ayuda de la aspiradora. A continuación, Marge prosigue con la presentación pero nuevamente es interrumpida, en este caso por una anuncio de *Football on Fox* (Fox, 1994-). Una vez más, Marge consigue deshacerse del anuncio, esta vez con un insecticida. De repente, en las cuatro esquinas de la pantalla aparecen anuncios promocionales de otras series de la cadena (**Figura 84**) y Marge se queja diciendo: “Can’t anyone just watch the show they’re watching?”. En la esquina inferior izquierda aparece el de *COPS* (Fox, 1989-), que es eliminado por Marge con una batidora eléctrica. En la superior derecha vemos el de *24* (Fox, 2001-10), del que Marge se deshace pegándolo en la nevera con un imán. En la superior izquierda aparece el de *House* (Fox, 2004-), que es introducido por Marge en el microondas y puesto a máxima potencia hasta explotar. Por último, en la esquina inferior derecha vemos a los dos protagonistas de *Prision Break* (Fox, 2005-09), quienes no es necesario que Marge elimine pues deciden darse a la fuga después de ver lo que ha hecho con el resto.



Figura 84

5.4. Universo televisivo

Las comedias animadas no solo se refieren de forma constante a otros textos televisivos, sino también a otros elementos relativos al universo televisivo. Por ejemplo, en “The Fight before Christsmas” (T22.E8), de *The Simpsons*, Homer, durante la II Guerra Mundial, dice que algún día la televisión será inventada y se ofrecerá gratis, pero luego será de pago, haciendo referencia a la amplia oferta actual de canales de pago por cable o satélite. Al inicio de “The Fool Monty” (T22.E6), se celebra una reunión entre las cadenas de televisión americana más poderosas para crear una nueva alerta mediática que, según el hombre que preside la reunión, coloque a los americanos en el lugar que les corresponde: una sala oscura, pegados al televisor, tan asustados que no puedan ni siquiera cambiar de canal. Finalmente se decide liberar un virus sin cura hasta el

momento y hacer responsables de la enfermedad a los gatos, un elemento común a todos los hogares.

En “Peter Progress” (T7.E16), de *Family Guy*, Stewie, como Stewart, the turd, Rey de Inglaterra en 1670 o 1760, según la propia historia, exige ser entretenido. De inmediato aparecen Josh Radnor, Jason Segel y Neil Patrick Harris, actores de *How I Meet Your Mother* (CBS, 2005-), y empiezan a interpretar una escena:

Jason Segel (como Marshall Eriksen): You told her, I told you I kissed her?

Neil Patrick Harris (como Barney Stinton): Dude, you broke the bro’ code.

Josh Radnor (como Ted Mosby): That’s not against the bro’ code.

Neil Patrick Harris (como Barney Stinton): Yes it is. Article 15B. That’s the heart of the bro’ code, man.

Josh Radnor (como Ted Mosby): Well, you’re right, I guess I did break the bro’ code.

Stewie, decepcionado con la escena, pide que la detengan. Pregunta si supuestamente lo que hacen es divertido y si en el resto de castillos la gente se ríe de sus bromas, a lo que Josh Radnor responde: “Well, yeah. We get a pretty sizeable chunk of Princes 18 to 34”, como referencia a la alta aceptación de la serie entre la audiencia de estas edades. Stewie, insatisfecho, afirma que quiere borrar el programa de su TiVo, que, en el contexto histórico en que se produce la escena, significa matar a los actores o bufones. Aparecen siete soldados, equipados con arco y flecha, y uno de ellos pregunta: “Are you sure you want to delete this program?”, de la misma forma que lo haría el equipo del TiVo. Stewie dice que sí y los actores son asesinados. Aburrido y sin actores, Stewie exige un “bufón de mitad de temporada”.

Al inicio de “Homer to the Max” (T10.E13), toda la familia ve el estreno de las series de mitad de temporada y Lisa pregunta: “Isn’t mid-season just a dumping ground for second-rate shows... that weren’t good enough for the fall schedule?”. Homer dice que normalmente sí pero que este año será distinto, que todos los estrenos se convertirán en clásicos. Menciona uno de ellos, “The Laughter Family”, una serie animada, y añade: “Networks like animation ‘cause they don’t have to pay the actors squat!”. De inmediato, aparece Flanders y dice: “Plus they can replace them, and no one can tell the diddly-ifference”, con una voz significativamente diferente a la que suele tener el personaje. Dicho episodio fue emitido por primera vez el 7 de febrero de 1999, momento en que la serie atravesaba un mal momento a raíz de una huelga de actores, quienes, entre otras cosas, exigían un aumento de salario. La cadena, Fox, amenazó con contratar nuevos actores e incluso se llegó a preparar un casting. Sin embargo, al final hubo un acuerdo y los personajes siguieron siendo interpretados por los mismos actores de siempre.

5.4.1. Cadenas y canales

En “Welcome Back, Carter” (T9.E3), de *Family Guy*, Peter ve una imagen de un barco en casa de sus suegro y pregunta si pueden cambiar el canal. Lois le responde que no se trata de un televisor sino una pintura, pero inmediatamente su madre la corrige diciendo que, en efecto, se trata de un televisor que en ese momento presenta el programa “Old Ships” de Public Broadcasting Service (PBS). Peter asegura odiar dicho canal y, a continuación, vemos un fragmento tipo *cutaway gag* en que el mismo Peter aparece viendo otro programa de PBS:

Anunciador: “This PBS program is brought to you by generous grants from the Arthur Vining Davis Foundations and the John D. and Catherine T. MacArthur Foundation in association with the Corporation for Public Broadcasting, with additional funding by Archer Midland Whiteman Colgate Palmolive, Exxon Mobil, and a 20 I found in a blazer I wore to a wedding last year. Tonight, on Ken Burns’ nine-part series on street signs: Part Four: Yield.”

La cita anterior hace alusión al hecho de que PBS, al ser un canal público sin ánimo de lucro, es financiado por múltiples fuente: las estaciones afiliadas, el estado, los derechos de retransmisión, la venta de productos educativos y las donaciones, entre otras.

Las comedias animadas también hacen referencia a las cadenas comerciales. Por ejemplo, en “Murray Christmas” (T2.E8), de *The Cleveland Show*, Cleveland dice que la gente mayor es el recurso más valioso de Estados Unidos y luego añade: “You’re watching CBS”, sugiriendo que CBS (Columbia Broadcasting System) tiene como público objetivo la gente mayor. Este mismo aspecto es insinuado por *Family Guy* en dos ocasiones. La primera de ellas toma lugar en el episodio “I Never Met the Dead Man” (T1.E2). En dicho episodio, toda la ciudad se queda sin señal televisiva. Peter, completamente desesperado, decide ponerse una caja de cartón en la cabeza e imaginar que todo lo que ve, a través del hueco que tiene la caja, es un programa de televisión. Así, va por la calle clasificando todo lo que ver por canales: un par de ancianos en un banco como CBS; un grupo de chicos negros jugando basquetbol, UPN; etc., dependiendo del público específico al que están dirigidos cada uno de los canales. La segunda referencia de la serie a CBS aparece en “If I’m Dyin’ I’m Lyin’” (T2.E9). Durante la visita de Peter y Chris a los estudios de Canal 5, vemos que en la pared principal del recibidor hay varios televisores sintonizados en diferentes canales, los cuales están indicados en un rotulo encima del aparato. En el que emite la ABC aparece *Jeopardy* (1964-); en el de la NBC, *The Tonight Show with Jay Leno* (1992-); en el de la Fox, *The X-Files* (1993-2002); en el de WB, un drama juvenil y en la de CBS aparece la imagen de dos ancianos en el banco de un parque. Por último, *The Simpsons* también ha hecho referencia a la CBS. En “Little Big Girl” (T18.E12), Lisa confiesa que hay partes de su trabajo de historia que no contrastó del todo y Homer dice: “My little girl’s just like CBS News”, como referencia a la controversia de los documentos Killian.²²³

223 La controversia de los documentos Killian involucraba seis documentos en que se informaba sobre algunas irregularidades durante el periodo en que el ex presidente George W. Bush había servido en la Air

En “A Midsummer’s Nice Dream” (T22.E16), de *The Simpsons*, Marge le dice a Lisa que ayuden a Eleanor Abernathy, la loca de los gatos, a ordenar su casa como en un *reality show*, pero sin cámaras. La imagen se congela y aparece en un televisor que está viendo Moe, quien aparentemente, espía a Marge. Moe se ríe y dice: “Yeah, that’s what you think”. Saca la cinta de la videograbadora, la pone dentro de un sobre y añade: “Cut, print, mail to NBC”. El segmento hace referencia a la larga lista de *reality shows* que ha emitido y emite NBC (National Broadcasting Company), así como constituye una insinuación, por parte de la serie animada, de que la NBC compra cualquier concepto de programa que pertenezca al formato de la telerealidad. Además, la dirección que incluye el sobre, “NBC Headquarters Cayman Islands”, sugiere que la cadena televisiva tiene su sede en un paraíso fiscal. Otra referencia a la NBC se encuentra en el episodio “Hot Cocoa Bang Bang” (T2.E22), de *The Cleveland Show*. Durante la celebración del San Diego Comic-Con International, la NBC presenta su nueva serie, “Schwim Team”, protagonizada por David Schwimmer de *Friends* (1994-2004), una de las series más exitosas de la cadena. En el anuncio promocional, una voz *over* anuncia: “This fall on NBC. We’re forcing David Schwimmer to return to network TV in a new hit comedy. See what happens when one of America’s favorite *Friends* becomes Kalamazoo’s least favorite... swimming... coach?”. Aparece David Schwimmer y dice: “I’m here against my will!”. De fondo se escuchan risas y la voz *over* añade: “Schwim Team: Coming this fall to NBC. Don’t worry, we’re almost done”. El segmento busca poner de relieve el hecho de que las grandes cadenas están dispuestas a repetir fórmulas y personajes, aunque sea en contra de su voluntad, como en este caso, con la esperanza de repetir también sus éxitos anteriores. En el episodio “Ain’t Nothin’ But Mutton Bustin’” (T2.E10), de la misma serie, también se insinúa que la AMC (American Movie Classics) se reduce a una serie: *Mad Men* (2007-). Después de que Donna prohíba a Rallo practicar *mutton busting*²²⁴, *Cleveland* asegura que su decisión es más deprimente que ser director de programación de AMC. A continuación, aparece en televisión la carátula de *Mad Men* (AMC) y se escucha una voz *over*:

Coming up next, an all new Mad Men. Followed by a special encore presentation of Mad Men. Then, a Mad Men marathon, featuring hours of before-seen footage. And later tonight, an all new series Mad Men. We’re AMC. Ooh, Mad Men’s on!

5.4.1.1. Fox

De la misma manera que al resto de cadenas, las comedias animadas también hacen referencias a la propia Fox. Por ejemplo, en “Beer Walk!” (T2.E9), de *The Cleveland Show*, aparecen Peter, Quagmire y Joe, personajes de *Family Guy*, serie que dio origen a Cleveland Brown, protagonista de *The Cleveland Show*. Cleveland le da las gracias a sus amigos por haber venido desde Quahog y Peter le responde: “Yeah, whatever. Fox is paying us”, como si en realidad se tratara de actores y no de dibujos animados.

National Guard (ANG). La CBS presentó los documentos como auténticos, pero después de una larga polémica, la cadena tuvo que rectificar y reconocer que los documentos, en efecto, no eran auténticos.

224 Es una práctica muy popular en América que consiste en que un niño suba a una oveja e intente estar sobre ella el mayor tiempo posible, como en los rodeos con toros y caballos salvajes.

También en “Hot Cocoa Bang Bang” (T2.E22), de la misma serie, aparece el stand de Fox en el San Diego Comic-Con International. El stand tiene luces de muchos colores, música frenética, humo, dos robots gigantes que funcionan como agentes de seguridad y presenta hologramas de algunas de las actrices más sensuales de sus series: Katee Sackhoff, actriz de *24* (Fox, 2001-10); Eliza Dushku, de *Tru Calling* (Fox, 2003-05) y *Dollhouse* (2009-10) y Emily Deschanel, de *Bones* (Fox, 2005-). Además, en “Death Is a Bitch” (T2.E6), de *Family Guy*, Peter es obligado a asesinar a los protagonistas de la serie *Dawson’s Creek* (WB, 1998-2003), pero se rehúsa a hacerlo diciendo: “If I do, then I have nothing to watch on Wednesdays”. Inmediatamente se da cuenta que su comentario desacredita la programación de Fox, la cadena que lo está emitiendo, e intenta corregir su error diciendo: “...other than the fine programs on FOX”.

Las comedias animadas presentan numerosas referencias a Fox; sin embargo, la mayoría no son simples referencias sino verdaderas críticas. Por ejemplo, el episodio “It’s a Trap” (T9.E18), de *Family Guy*, ofrece una crítica directa a la cadena. Dicho episodio concluye la saga de parodias de la primera trilogía de *Star Wars*²²⁵ e inicia como todas las películas de dicha trilogía: un fondo negro sobre el cual se va desplazando un texto que introduce a la historia. No obstante, y a diferencia del original, el texto que se puede leer no se refiere al episodio mismo sino más bien a su proceso de producción. Después de señalar que se trata de una parodia y que por ello ya todos sabemos como acaba la historia, Seth MacFarlane, creador de la serie afirma:

We were thinking of not even doing this one. Fox made us do it. When we did “Blue Harvest”, they said, “Oh, you guys are crazy.” They tried to talk us out of it, and it ended up making a ton of money. By then we were just finishing “Empire”, and we were absolutely exhausted. But Fox suddenly had dollar signs in their eyes, and they said, “Seth, if you don’t do “Jedi”, we’re not gonna let you leave to go direct your movie.

De esta manera, la serie deja en evidencia a Fox al revelar su interés exclusivamente económico en el desarrollo de las parodias de la saga. Otra de las críticas más contundentes de la serie a la cadena es presentada en el episodio “North by North Quahog” (T4.E1). Dicho episodio inicia con Peter anunciando al resto de la familia que la serie ha sido cancelada, haciendo referencia al hecho que la serie, en efecto, había sido cancelada y que ese era el primer episodio de su reaparición²²⁶. Lois se muestra muy confundida y Peter explica que se debe a que la cadena no tiene espacio para ellos, ya que se lo han concedido a otras series:

225 Los creadores de *Family Guy*, a raíz del trigésimo aniversario de la primera trilogía de *Star Wars*, dedicaron un episodio paródico a la película que inició la saga, *A New Hope* (1977). El episodio, “Blue Harvest” (T6.E1), tuvo tanto éxito que también se crearon parodias para las dos siguientes películas de la trilogía: “Something, Something, Something, Dark Side” (T8.E20), en lugar de *The Empire Strikes Back* (1980) y “It’s a Trap! (T9.E18) como parodia de *Return of the Jedi* (1983).

226 Después de la primera y segunda temporada (1999-2000), la cancelación de la serie fue anunciada. No obstante, un cambio de director en la cadena y las suplicas de los fans echó atrás la decisión y se convino la realización de una tercera temporada (2001-2002). Una vez finalizó ésta, la serie fue nuevamente cancelada. Los episodios de la serie fueron retransmitidos en Cartoon Network y otros canales especializados en animación, donde tuvieron un éxito inesperado. A dicho éxito se le sumaron unas ventas extraordinarias de DVD, lo que consiguió llamar la atención de Fox, quien, en 2004, anunció el regreso de *Family Guy*.

Unfortunately, Lois, there's just no more room on the schedule. We've just got to accept the fact that Fox has to make room for terrific shows like Dark Angel; Titus; Undeclared; Action; That 80's Show; Wonderfalls; Fastlane; Andy Richter Controls the Universe; Skin; Girls Club; Cracking Up; The Pitts; Firefly; Get Real; Freakylinks; Wanda at Large; Costello; The Lone Gunmen; A Minute with Stan Hooper; Normal, Ohio; Pasadena; Harsh Realm; Keen Eddie; The Street; American Embassy; Cedric the Entertainer; The Tick; Luis, and Greg the Bunny. Well, I suppose if all those shows go down the tubes, we might have a shot.

Efectivamente todas estas series fracasaron, algunas ni siquiera finalizaron su primera temporada y finalizaron después de tan sólo uno o dos episodios. El comentario de Peter, recordando una larga lista de fracasos, fue un reclamo de la serie a Fox por su anterior exclusión y una forma de expresarle al público que la serie continuaría siendo la misma de antes.

Otra serie que se sintió excluida por Fox, y así lo manifestó, fue *American Dad!*. En el episodio "Jenny Fromdabloc" (T6.E16), Roger utiliza una pelota antiestrés para simular una vagina y mantener relaciones sexuales con Snot. Al final del episodio, Roger se fija en el hecho de que la pelota es un producto promocional de la sitcom *Sons of Tucson* (Fox, 2010) y dice: "Sons of Tucson, new on Fox? When was this on? I watch Fox; I never saw this". Esta es la forma en que la serie muestra su disgusto con la cadena por el cambio de horario que sufrió a raíz del estreno de *Son of Tucson*. Dicha serie desplazó a *American Dad!* de su horario habitual (21:30 horas) y la envió fuera del prime-time (19:30 horas). No obstante, el cambio duro muy poco porque *Son of Tucson* decepcionó al público y fue cancelada después de tan sólo un mes. Otra crítica a la misma serie aparece en "Excellence in Broadcasting" (T9.E2), de *Family Guy*, otra producción de Seth MacFarlane. En dicho episodio, Brian anuncia que se muda y Stewie dice: "Oh, this is a bad idea. But I guess sometimes Fox has bad ideas, huh?" Y mirando hacia la cámara, señalando un rotulo de *Son of Tucson* que aparece justo debajo de él (**Figura 85**), añade: "Let's all just sit here for a moment and remember that this was a thing".

Desde siempre, *The Simpsons* también ha sido crítico con Fox. Por ejemplo, en "HOMR" (T12.E9), Homer revisa el valor de sus acciones por medio de una teleoperadora. La voz del otro lado del teléfono le indica a Homer que diga el nombre de la compañía y él responde "Animotion". Inmediatamente, la maquina le responde: "Animotion. Up one and one-half". Homer, contento con la noticia, grita: "Yahoo!" y la maquina vuelve a responder: "Yahoo. Up six and a quarter". Extrañado con la nueva respuesta, Homer dice: "Huh? What is this crap?" y la maquina responde por tercera vez: "Fox Broadcasting. Down Eight", insinuando que Fox Broadcasting es "crap" (mierda). También, en "Mr. Plow" (T4.E9), el presentador de noticias, Kent Brockman, anuncia que Barney Gumble se ha quedado atrapado bajo la nieve. Las imágenes que lo confirman proceden de Fox y Brockman las presenta diciendo: "It was captured on film by a camera crew making the upcoming Fox special "In Search of Bigfoot"". A continuación, aparece Pie Grande caminando por un bosque nevado, pero la escena es interrumpida por un camarógrafo que grita: "Hold it Bob, we can see your wristwatch". Pie Grande, que resulta ser un hombre llamado Bob disfrazado, se lamenta de haber

dañado la toma y desaparece del plano. De esta forma, la serie pone en evidencia la utilización de temas sensacionalistas por parte de Fox para atraer a la audiencia y la escasa integridad de sus profesionales.



Figura 85



Figura 86

Las representaciones de Fox en las comedias animadas son críticas, pero no siempre humorísticas. El gag del sofá del episodio “MoneyBART” (T22.E3), de *The Simpsons*, así lo demuestra. Después de presentar a los Simpson sentados en el sofá, la cámara se aleja y la imagen de la familia se convierte en un cuadro colgado en la pared de una fábrica asiática. El color de animación rápidamente se torna gris y la música se hace muy dramática. Un nutrido grupo de artistas cansados y enfermos dibujan fotogramas de *The Simpsons* entre montones de huesos humanos y desechos tóxicos, mientras un niño descalzo los lava, uno por uno, en un cubo de líquido biológico. La cámara continúa hacia una planta inferior del edificio y aparece un hombre lanzando pequeños gatos a una máquina trituradora para proporcionar el relleno a los muñecos de Bart Simpson de peluche. Los juguetes son colocados en un carro tirado por un oso panda que es conducido por un hombre con un látigo (**Figura 86**). El recorrido del panda se detiene frente a un hombre que sella cajas de envío con el logo de *The Simpsons* con la lengua de una cabeza decapitada de delfín. A su lado, otro empleado utiliza el cuerno de un unicornio enfermizo para hacer el agujero de las unidades de DVD de la serie. Finalmente, la cámara se aleja drásticamente del edificio para revelar que la fábrica de explotación está contenida dentro de un lúgubre edificio con la forma del logo de la 20th Century-Fox, rodeado de vallas de alambre de púas, reflectores y torres de vigilancia. La secuencia fue creada por el artista callejero británico Banksy, quien aprovechó la oportunidad para denunciar el uso de estudios de animación en Corea del sur para la producción de la serie.

5.4.2. Censura

En “You Kent Always Say What You Want” (T18.E22), de *The Simpsons*, Lisa se queja de la cantidad de grupos cristianos que se dedican a coartar la libertad de expresión de los medios y Bart pregunta si en realidad hay personas tan patéticas que se dedican a ver la televisión solo para encontrar cosas de que quejarse. De inmediato, aparece Ned Flanders viendo la televisión en el salón de su casa y clasificando los programas que ve (**Figura 87**). Las dos categorías de clasificación son “Nice”, en la que sólo están

una transmisión de prueba y el programa *The 700 Club* (1977-) del Christian Broadcasting Network (CBN), y “Naughty”, donde están todo el resto de programas, incluidos *Smallville* (The WB, 2001-06; The CW, 2006-11), *60 Minutes* (CBS, 1968-) y *The L Word* (Showtime, 2004-09). Entre los videos que revisa, Flanders encuentra el segmento de “Smartline”²²⁷ en el que Kent Brockman grita una vulgaridad nunca dicha antes en la televisión mientras entrevistaba a Homer. Flander, como era de esperarse, se escandaliza y corre a escribir un correo electrónico para informar a los miembros del grupo “Online Christian Soldiers”. Mientras escribe, sus hijos se acercan a preguntarle que hace y él responde: “Imploring people I never met to pressure a government with better things to do to punish a man who meant no harm for something nobody even saw. That’s what I’m doing”. De esta manera, la serie critica los grupos que se dedican a censurar la televisión y, a través del personaje de Flanders, muestran lo puritanos e insulsos que pueden llegar a ser.



Figura 87

También, en “White Rice” (T6.E5), de *American Dad!*, Francine tiene la posibilidad de escribir y protagonizar su propia sitcom. La campaña promocional de la cadena crea gran expectación entre la audiencia y se prevé que el estreno será un éxito. Sin embargo, después de una sola broma, la serie es cancelada, supuestamente, a raíz de las protesta de la comunidad asiática que consideraba que la serie era racista. A través del recurso de la exageración, la serie hace referencia a la enorme cantidad de series, entre ellas muchas animadas, que han sucumbido frente a los ataques de aquellos que no entendieron su humor.

Las referencias a la censura son bastante más frecuentes en *Family Guy*. En varios episodios de la serie podemos notar que los personajes son censurados, pero que dicha censura no es establecida por quien programa la serie, sino que viene impuesta por el mismo guión. Por ejemplo, en “Death Has a Shadow” (T1.E1) y “And the Wiener is...” (T3.E5), justo cuando Peter dice groserías, se escucha el claxon de su coche y el timbre del microondas, respectivamente. Además, la serie ha dedecado un episodio completo al tema de la censura televisiva, “PTV” (T4.E14). En dicho episodio, la familia Griffin ve por televisión la ceremonia de entrega de los Emmys. Durante la transmisión, David Hyde Pierce, actor de *Frasier* (NBC, 1993-2004), sufre un

²²⁷ “Smartline” es uno de los programas de Channel 6 presentados por Kent Brockman.

vergonzoso accidente con sus pantalones y sus testículos quedan al descubierto²²⁸. A partir del incidente, la Federal Communications Commission (FCC) decide censurar todo los programas, incluso aquellos que no es necesario hacerlo: se coloca una franja negra sobre los pechos de Chrissy (Suzanne Somers) durante las reposiciones de *Three's Company* (ABC, 1977-84); las repetidas amenazas de Ralph Kramden (Jackie Gleason) de *The Honeymooners* (CBS, 1955-56) contra su esposa son reemplazadas por anuncio publicitarios y *The Dick Van Dyke Show* (CBS, 1961-66) pasa a llamarse *The van – Show*²²⁹. Cansado de tanta censura, Peter crea su propio canal, PTV, y transmite absolutamente todo lo que quiere. No obstante, Lois, furiosa por el alto contenido sexual y violento de PTV, llama a la FCC y denuncia a Peter. Peter acepta que su canal sea cancelado pero advierte: “Well, Mr. FCC, you can stop PTV, but you can never stop people from being who they are”.



Figura 88

La FCC, como represalia, decide censurar todo lenguaje y comportamiento inapropiado de los habitantes de Quagoh. Colocan barras negras en los genitales de Peter mientras toma una ducha (**Figura 88**), todas las vulgaridades son acalladas con una bocina, las fatulencias sonoras son prohibidas en público²³⁰ e incluso se prohíbe mantener relaciones sexuales en las que se emitan jadeos, besos con lengua, se realicen movimientos rítmicos o cualquier otra acción relacionada con el sexo. Finalmente, Peter, con el apoyo de Lois, se queja ante al Congreso de los Estados Unidos de América y la televisión vuelve a ser como antes, incluso más liberal: ahora se puede ver a los Brady, de *The Brady Bunch* (ABC, 1969-74), frente a un inodoro contemplando las heces de la pequeña Cindy²³¹. En general, el episodio evidencia la postura de los responsables de la serie hacia la censura y, de forma más específica, “PTV” llama la atención sobre las continuas críticas a la serie por ser inadecuada para los menores. Por ejemplo, uno de los argumentos de Brian para demostrarle a Lois que PTV no es tan nocivo como

228 Es evidente que se trata de una parodia del accidente de vestuario que sufrió Janet Jackson en el Super Bowl XXXVIII, que dejó al aire uno de sus pechos.

229 En castellano el vocablo inglés *dick* significa pene y *dyke* lesbiana.

230 Para ello se instalan unas maquinas en el trasero de la gente que convierte els sonido en chistes de Steven Wright

231 Esta es una burla al hecho de que los censores de la época obligaron a los creadores de esta serie a quitar todos los inodoros de los baños de la casa Brady por que se prohibían su aparición en todos los episodios, al parecer porque era muy atrevido.

ella asegura, es que hay cosas peores que la televisión: “Lois, responsibility lies with the parents. There are plenty of things that are much worse for children than TV”.

5.5 Referencias autorreflexivas

Las referencias autorreflexivas se refieren a todas aquellas reminiscencias que llaman la atención sobre el texto mismo y revelan los principios de su propia construcción, recordando de manera constante al lector que se encuentra frente a producto mediático. Otros términos como *intertextualidad interna* (Dällenbach, 1976), *intratextualidad* (Stam, Burgoyne y Flitterman-Lewis, 1999 [1992]), *obra que habla de sí misma* (Eco, 1988 [1985]), *relato narcisista* (Hutcheon, 1980), *ficción autoconsciente* (Alter, 1975) y *metaficción* (Waugh, 1984) también designan la misma práctica autorreflexiva.

El análisis de las referencias autorreflexivas en las sitcoms animadas de *prime time* revela la existencia de tres tipos, que se ajustan de forma notable a las tres categorías de la clasificación desarrollada por Terrance R. Lindvall y J. Matthew Melton (1997 [1994])²³² sobre la autorreflexividad en el *cartoon*: 1) las referencias que revelan la propia textualidad del dibujo animado, 2) aquellas en las que los personajes hablan directamente a la audiencia y 3) las que ponen de manifiesto la relación del dibujo y su creador.

5.5.1. Autorreferencias directas

Según Terrance R. Lindvall y J. Matthew Melton, la textualidad de los propios dibujos animados se exhibe también de tres maneras: exponiendo y comentando el proceso de producción cinematográfico, aludiendo a otros textos y contextos del mismo medio y desvelando su naturaleza plástica y los materiales con los que es creada.

En primer lugar, las comedias animadas de *prime time* comentan el proceso de producción, en este caso televisivo, cada vez que uno de sus personajes se ve envuelto en la creación o el desarrollo de un programa. Existe una larga lista de episodios dedicados a esta temática. Por ejemplo, los Griffin participaron en el *reality show* “The Real Live Griffins”²³³, mientras que la familia Simpson ha concursado en “Mother Flippers”²³⁴ y en otro *reality* ambientado en 1895²³⁵. Brian se convirtió en uno de los aspirantes a la chica en *The Bachelorette* (ABC, 2003-) ²³⁶ y Stewie llegó a ser uno de los niños protagonistas de la versión americana del programa infantil “Jolly Farm

232 Ver el apartado “Teoría de la reflexividad” (Capítulo 3).

233 En el episodio “Fifteen Minutes of Shame” (T2.E12) de *Family Guy*.

234 En el episodio “Homer, This Is Your Wife” (T17.E15) de *The Simpsons*.

235 En el episodio “Helter Shelter” (T14.E5) de *The Simpsons*.

236 En el episodio “Brian the Bachelor” (T4.E7) de *Family Guy*.

Revue”²³⁷. El elenco de *The Cleveland Show* interpretó todo un episodio supuestamente “en vivo”²³⁸ y Lisa y Bart, de *The Simpsons*, fueron los presentadores de un informativo para niños²³⁹. Francine creó y protagonizó su propia comedia de situación en “White Rice” (T6.E5)²⁴⁰ y Cleveland consiguió su propio talk show en “Your Show of Shows” (T2.E21), igual que Homer en “Today I Am a Clown” (T15.E6). Pero entre todas las producciones que se han llevado a cabo dentro de la ficción de cada una de las series, es preciso destacar la del caso presentado en el episodio “Brian Griffin’s House of Payne” (T8.E15) de *Family Guy*. La historia comienza cuando Brian decide enseñar a la CBS un viejo guión televisivo suyo titulado “What I Learned on Jefferson Street”. Los ejecutivos de la CBS quedan encantados con el guion y aseguran su producción. Sin embargo, ésta está muy lejos de ser como Brian la imaginaba. El protagonista de la serie, según la propia definición de Brian, es un chico de 25 años que vuelve a la universidad para así poder ofrecerle una vida mejor a su pequeña hija de 4 años; por ello, Brian considera que el actor perfecto para el papel es Elijah Wood. No obstante, la cadena contrata a James Woods y el tono de la serie cambia drásticamente, es decir, que pasa de ser un drama a una sitcom, con audiencia en vivo y un chimpancé. Además, debido a la edad de Wood, el personaje del joven estudiante y padre, queda convertido en el de un hombre mayor que vuelve a la universidad al mismo tiempo que su hija, una joven de 18 años. La idea original de Brian se pierde en medio de una infinidad de cambios, dejando al personaje frustrado e indignado. El episodio señala el predominio de los intereses comerciales por encima de las necesidades narrativas y llama la atención sobre el hecho de que la televisión de hoy está aún muy lejos de poderse denominar “televisión de autor”.

En segundo lugar, los dibujos animados manifiestan su textualidad a través de referencias a otros textos y contextos del mismo medio. Sin embargo, en el presente estudio, dichas referencias no son consideradas una forma de autorreferencialidad propiamente dicha. En este apartado sólo se abordan las referencias que hace la serie sobre sí misma, no sobre otros productos televisivos. Además, dichas otras referencias se han explicado de forma amplia y detallada con anterioridad.

En tercer y último lugar, Terrance R. Lindvall y J. Matthew Melton señalan que los dibujos animados ponen de relieve su carácter textual revelando su naturaleza plástica y los materiales con los que son creados. Como desde ya hace muchos años los dibujos animados son, en su mayoría, producto de los ordenadores, la diversidad de materiales implicados en su producción es muy reducida; lo que a su vez reduce las referencias a su naturaleza plástica y sus materiales. Sin embargo, existe un caso en que precisamente se destaca el desarrollo de las producciones animadas gracias a los ordenadores.

En el episodio “The Way the Cookie Crumble” (T2.E16), de *The Cleveland Show*, Cleveland

237 En el episodio “Go, Stewie, Go!” (T8.E13) de *Family Guy*.

238 En el episodio “Cleveland Live!” (T2.E2).

239 En el episodio “Girly Edition” (T9.E21) de *The Simpsons*.

240 Episodio de *American Dad!*

decide bajar unas cajas al sótano de su casa. Cuando llega allí, ve un grupo de chicos trabajando con ordenadores y los saluda diciendo: “Oh, hey, animators. How’s the episode going?” En efecto, se trata de los animadores del episodio que estamos viendo. Uno de ellos, el que tiene en su mesa de trabajo el dibujo exacto de la escenas que estamos viendo, responde: “Good, good. We’re just at the part where you come down to the basement and ask how the episode is going” (**Figura 89**). Cleveland pregunta si puede dejar allí abajo las cajas que lleva pero, de inmediato, el animador borra del dibujo las cajas y, en consecuencia, estas desaparecen de las manos de Cleveland. Éste se queja y le pide que se las devuelva. El animador accede pero le advierte que no queda espacio en el sótano. Cleveland dice que alquilara un tratero y se dispone a marchar, cuando, de repente, el animador le dibuja una cola como la una ardilla. Al principio le hace gracia a Cleveland, pero después de un momento le ordena al animador que se la borre. Este breve segmento llama la atención sobre el proceso de creación y producción de las comedias animadas hoy en día y además es una parodia del corto *Duck Amuck* (Chuck Jones, 1953), que como hemos visto antes²⁴¹, también está definido por su actitud autorreflexiva.



Figura 89

Si bien las sitcoms animadas no presentan numerosos ejemplos en los que se ponga de manifiesto su naturaleza plástica y los materiales con los que fueron creadas, sí que se caracterizan por su autorreflexividad; es decir, por las numerosas muestras que dan de ser conscientes de su carácter animado. Por ejemplo, el episodio “Cleveland Live!” (T2.E2), de *The Cleveland Show*, inicia con un recorrido por la historia de la animación de prime time. Sobre un fondo negro, en el que van apareciendo imágenes reconocibles de las comedias animadas más famosas de Fox, se escucha una voz over que dice:

December 17, 1989. History is made. America says hello to the first non-prehistoric family in prime-time animation. January 12, 1997. History isn't done. King of the Hill premieres, taking America by light drizzle. January 31, 1999. Knock-knock. Who's there? It's history again, as Family Guy premieres. And then, history makes its first mistake in history: it cancels Family Guy. August 12, 2004. Eric Hammel, a misogynistic, pot-head loner from Cincinnati, walks into a store and buys a Family Guy DVD. History is listening. American Dad! is also a show. But tonight, the biggest history in the history of history will be made. Because, for the first time ever, prime-time animation will be going... live!

241 Ver el apartado “Teoría de la reflexividad” (Capítulo 3).

Evidentemente, el episodio no se realiza frente a una audiencia en vivo, pues la tecnología aún no lo permite; sin embargo, se imitan problemas técnicos y otros fallos propios de la grabación en vivo.

Otro episodio que hace referencia al carácter animado de estas series es “Mr. Lisa Goes to Washington” (T3.E2), de *The Simpsons*. En dicho episodio, Marge se queja de una caricatura que insinúa que las mujeres son peores conductoras que los hombres y Homer, para tranquilizarla un poco, le dice: “Oh, Marge, cartoons don’t have any deep meaning. They’re just stupid drawings that give you a cheap laugh”. De esta forma, una serie que parodia constantemente a su género, consigue mofarse también de su formato. De la misma manera, en “Krusty Gets Busted” (T1.E12) y “Treehouse of Horror IX” (T10.E4), *The Simpsons* se burla de la animación desprestigiándola. En el primer caso, Lisa afirma: “If cartoons were meant for adults, they’d put them on prime time” y en el segundo, después de que Bart le diga a Lisa que se han convertido en personajes de dibujos animados, ella responde: “How humiliating”.

Los episodio “Moms I’d Like to Forget” (T22.E10) y en “Bart’s Girlfriend” (T6.E7), también de *The Simpsons*, y “Blind Ambition” (T4.E3), de *Family Guy*, también llaman la atención sobre la representación estética de la serie, en este caso, señalado rasgos permanentes en la caracterización de los personajes. En el primer caso, el inspector Chalmers le pregunta a Skinner: “Did you wear those same clothes yesterday?” y Skinner responde: “No. I have two identical sets of these clothes”; mientras que en el segundo Bart se pregunta a sí mismo por qué no le gusta a Jessica Lovejoy: “Is it my hair? My overbite? The fact that I’ve worn the same clothes day in, day out for the last four years?”. En el tercer caso, Peter le dice a Bonnie, la eterna embarazada mujer de Joe: “You’ve been pregnant for like six years! Have the baby or don’t”.

Además de las tres fórmulas expuestas por Lindvall y Melton, las comedias animadas de prime time también se convierten en textos autorreflexivos a través de la incorporación de elementos estilísticos, estructuras narrativas y fórmulas cómicas propias. Por ejemplo, en “Jenny Fromdabloc” (T6.E16), de *American Dad!*, Roger silba el tema musical de la propia serie después de introducir la pelota antiestrés en el lavavajillas y en “Lucky See, Monkey Do” (T13.E8), de *King of the Hill*, al ver a los hijos de Myrna, Bobby asegura: “Those kids ain’t right”, citando el comentario con el que su padre suele referirse a él: “That boy ain’t right”. Respecto a las estructuras narrativas, al final de “Revenge is a Dish Best Served Three Times” (T18.E11), de *The Simpsons*, Bart resume el episodio y califica las tres historias explicadas diciendo: “So you see, revenge is great, and there’s three ways to talk about it. Although two of the ways were kind of the same way, and even the third one might have worked better as a Halloween story”, refiriéndose al final a los episodios especiales de Halloween, la saga “Treehouse of Horror”. También, en “Yokel Chords” (T18.E14), de la misma serie, Bart explica a su psicóloga: “...and then I had this dream that my whole family were just cartoon characters and that our success had led to some crazy propaganda network called Fox News!”, resumiendo así el relato interno y externo de *The Simpsons*. Y, al final de “Missionary: Impossible” (T11.E15), Bart dona diez mil dólares a Fox

y Rupert Murdoch le agradece haber salvado su cadena, a lo que Bart responde: “Wouldn’t be the first time”.

Las series también hablan de sí mismas al parodiar las estrategias cómicas y las herramientas humorísticas que las definen. Por ejemplo, una herramienta muy característica de las comedias animadas para crear bromas son los comentarios *off topic* o *cut-away*²⁴². En “The Hand that Rocks the Wheelchair” (T9.E12), Joey le pregunta a Meg si tiene experiencia cuidando a personas con necesidades especiales y ella responde que antes trabajaba para la señora mayor del final de la calle. A continuación, vemos a dicha señora acostada en una cama y llamando a Meg. Sin embargo, en vez de aparecer Meg, vemos a Peter, disfrazado de Meg, atendiéndola. Al final del segmento, Peter mira a la cámara y dice: “I stole Meg’s cutaway”. En “To Live and Die in a VA” (T2.E17), de *The Cleveland Show*, después de que Cleveland le diga a Lester que Kendra ha convertido su casa en el palacio de Jabba the Hut, aparece Kendra caracterizada como dicho personaje, Roberta, como la princesa Leia y Rallo, como Salacious B. Crumb (**Figura 90**). Rallo, molesto, grita: “That was the whole joke? I sat in the damn makeup chair for seven hours for this?”, refiriéndose al hecho de que la broma era un comentario *off topic* y precisamente por ello era preciso las siete horas de maquillaje.



Figura 90

242 Son bromas en forma de pequeñas viñetas que aparecen varias veces durante el programa. Aunque, de entrada, pareciese que dichas bromas tiene alguna relación con la historia que se está contando, no es así. Los comentario *off topic* o *cut-away* reciben dicho nombre precisamente porque son segmentos que se desligan completamente de la trama argumental del episodio.

5.5.2. *Breaking the fourth wall*

Siguiendo la clasificación de Lindvall y Melton, en segunda instancia encontramos las intervenciones de los personajes dirigidas directamente a la audiencia como forma de autocitación en los dibujos animados. Dichas intervenciones son más conocidas como la técnica de *breaking the fourth wall*. *The fourth wall* o la “cuarta pared” es una especie de muro imaginario e invisible, a través del cual la audiencia puede ver la acción en el mundo de la obra, pero que la separa del escenario²⁴³. La expresión *breaking the fourth wall* se utiliza, entonces, cuando ese muro imaginario y transparente se derrumba debido a que los personajes (o al menos uno de ellos) se dirigen de forma directa a la audiencia. Al hacer esto, los personajes rompen la ilusión creada por la ficción y demuestran ser conscientes de que participan en una representación, en un texto determinado. En el caso de la televisión, el *breaking the fourth wall* se trata normalmente de una forma de edición o técnica de grabación que permite al programa comentarse a sí mismo, convirtiéndose así en un metatexto.

En *Family Guy*, por ejemplo, la cuarta pared ha sido traspasada por casi todos los personajes, pero con mayor frecuencia por Peter. En “Fore Father” (T2.E21), por ejemplo, dice “Freeze Frame” y empieza a hablarle a la cámara parodiando a Zack Morris, de *Saved by the bell* (NBC, 1989-93). El personaje de Morris solía decir “Time Out” cada vez que quería comentar con el público algún tema del episodio y quería que se congelara toda la acción que estaba tomando lugar a su alrededor. En dos episodios más de la cuarta temporada también habla directamente a la cámara. En “8 Simple Rules for Buying My Teenage Daughter” (T4.E8), justo al final del segundo segmento del programa, Peter dice: “Stick around, more *Family Guy* coming up” y, al final del mismo episodio, añade: “Next week I run for Mayor of Quahog. Do I have what it takes? We’ll find out. Don’t miss it”. Por su parte en “Breaking Out Is Hard to Do” (T4.E9), Peter asegura ser un atleta innato, como Greg Louganis. La escena se interrumpe y da paso a otra en la que aparece Peter sentado en un sillón y dice:

I’m Peter Griffin. You’re probably asking yourself “Which way are they gonna go?” “Are they gonna make a diving-board head-injury joke?” “Are they gonna make an AIDS joke?” or “Are they gonna make a joke about the fact that his last name sounds suspiciously like ‘anus?’” Well, we’re gonna take the high road and do a no-body-hair joke. Brian?

A continuación aparece Brian, el perro, con todo el cuerpo afeitado y asegura: “Hi, I’m Greg Louganis. I’m totally shaven”. En este último caso, además de mostrarse consciente de su interpretación, Peter hace una autorreferencia sobre el tipo de bromas de la serie e incluso ofrece las diversas posibilidades que tenían para hacerla.

243 Este término proviene del teatro, donde por primera vez el convencional escenario de tres paredes dio lugar a una cuarta físicamente inexistente, pero asumida por ambas partes: actores y público. Aunque este concepto fue acuñado por Denis Diderot y ampliamente extendido en el siglo XIX con la llegada del teatro realista, la idea del muro transparente y fronterizo ha existido desde la antigua Grecia y los inicios mismos del teatro (Stevenson, 1995).

En el resto de series analizadas también se ha utilizado esta misma práctica. Al final de “Serves Me Right for Giving General George S. Patton the Bathroom Key” (T13.E15), de *King of the Hill*, Hank se presenta a sí mismo, como si fuera un actor, y advierte a la audiencia de los peligros que representa tirar al váter elementos inadecuados²⁴⁴. Hace una lista detallada de artículos que no se deben lanzar y ofrece posibles soluciones en caso de ya haber cometido el error. También, en “The people vs. Martin Sugar” (T6.E7), de *American Dad!*, Stan se dirige a la cámara y presenta un listado de sus perros de ficción favoritos:

Let's run through the whole Top Ten. Number ten: Benji. Air Bud. Spike, Snoopy's ne'er-do-well desert-dwelling brother. Eddie from *Frasier*. Original party animal Spuds MacKenzie. Hooch, of Turner & Hooch fame. Already told ya. Try to keep up. Old Yeller. Lassie. And the number one dog on my fictitious dog list is... Brian Griffin.

En “Treehouse of Horror VI” (T7.E5), de *The Simpsons*, al final del primer segmento, aparece Kent Brockman, presentador del telenoticias, informado desde el jardín de casa de los Simpson. Kent advierte a los ciudadanos de Springfield sobre los peligros que las mascotas publicitarias representan para la sociedad: “Even as I speak, the scourge of advertising could be heading toward your town! Lock your doors! Bar your windows! Because the next advertisement you see could destroy your house and eat your family”. Antes de que termine, Homer, mirando a la mima cámara, interrumpe a Brockman diciendo: “We'll be right back”. Al principio, parece como que Homer habla a los espectadores del telenoticias presentado por Brockman pero, cuando en efecto hay un corte para anuncios publicitarios en la serie, nos damos cuenta que en realidad se dirigía a la audiencia de *The Simpsons*.

La forma más común de romper la cuarta pared es dirigiese directamente a la audiencia, pero un efecto similar se puede conseguir también por medio de un diálogo que incluya indirectamente al público en la serie o que ponga en evidencia el universo creado por la ficción. Por ejemplo, en “The Son Also Draw” (T1.E6), de *Family Guy*, Stewie no recuerda el nombre de su hermana Meg y le dice a Chris: “You! You seem to know all the players in this poorly acted farce. What do they call that one?”, evidenciando claramente que es consciente de que esta dentro de una representación. También, al inicio de “Your Shows of Shows” (T2.E21), de *The Cleveland Show*, aparece Cleveland viendo la televisión y dice: “Hmm. What else is on?”, cambia de canal e inicia la secuencia de créditos de su propia serie. Y en “Hot Cocoa Bang Bang” (T2.E22), hay un *cutaway gag* en que aparecen los talibanes viendo *The Cleveland Show* y uno le dice al otro: “Ha ha, this “Cleveland Show” not too bad”, y el otro responde: “Move over, *King of Hill*”, haciendo referencia a la serie que *The Cleveland Show* reemplazó.

244 En dicho episodio, Hank recibe las cenizas de su padre y la pista inicial que lo conducirá a saber cómo él quería que fuera su funeral: reunirse con amigos en el lavabo de un bar de mala muerte y tirar las cenizas por el váter.

5.5.3. Autores y creadores

En tercer y último lugar, la referencialidad se manifiesta en las comedias animadas de prime time cuando los personajes hacen referencia a sus creadores, ya sea al propio creador o cualquiera de las personas que trabajan en la serie.

Por ejemplo, en el episodio “It’s a Trap” (T9.E18) de *Family Guy*, una de las parodias de la serie a la saga *Star Wars*²⁴⁵, Carter Pewterschmidt, padre de Lois, aparece como el emperador Palpatine²⁴⁶, mientras que Chris es caracterizado como Luke Skywalker. En medio del discurso con el que intenta convencer a Luke para que se una al lado oscuro, el emperador empieza a criticar al actor Seth Green, quien da voz al propio Chris.

Carter: Yeah, I guess that wouldn’t get under my skin, either. Not the way Seth Green gets under my skin.

Chris: Huh?

Carter: Yeah. Boy, that guy rubs me the wrong way. I mean, has he ever made anything successful? Greg the Bunny, Four Kings, and that god awful puppet show. It’s on, like, channel 100 or something.

Chris: Well, I think he’s had some successes. *Buffy the Vampire Slayer* was popular.

Carter: It was not popular. *Entertainment Weekly* said it was popular, but it wasn’t. Hardly anybody ever watched that show.

Stewie (como Darth Vader): Yeah, I never caught it.

Chris: Well, he’s been in some big movies. The *Austin Powers* movies grossed, like, a billion dollars.

Carter: What, because of Seth Green? Do you ever hear anyone say, “Hey, let’s go see that new *Austin Powers*, Seth Green’s in it”?

Chris: You’re not getting to me, man. You’re talking about an actor who I happen to enjoy.

Carter: Well, I certainly enjoyed him in *Entourage*, ‘cause in that show, he was playing himself, an asshole.

Al final del episodio, ya fuera del universo paródico de *Star Wars*, Chris pregunta a su padre, Peter, que era quien narraba la historia, que tiene en contra de Seth Green y a partir de allí desata una discusión familiar.

Peter: I just think he’s a douche. You got a problem with that?

Chris: Well, we’re all entitled to our own opinion. For example, me, I think Seth MacFarlane is a douche.

Peter: What’s that, now?

Lois: Yeah, I don’t like him, either.

Meg: Yeah, me neither.

Stewie: Wait a second. I hear he’s a pretty nice guy.

Brian: Yeah, good-looking guy. Talented, Young.

245 Los creadores de *Family Guy*, a raíz del trigésimo aniversario de la primera trilogía de *Star Wars*, dedicaron un episodio paródico a la película que inició la saga, *A New Hope* (1977). El episodio, “Blue Harvest” (T6.E1), tuvo tanto éxito que también se crearon parodias para las dos siguientes películas de la trilogía: “Something, Something, Something, Dark Side” (T8.E20), en lugar de *The Empire Strikes Back* (1980) y “It’s a Trap!” (T9.E18) como parodia de *Return of the Jedi* (1983).

Chris: Talented? He ripped off *The Simpsons*.

Lois: Yeah, he watched TV in the '80s. We get it.

Meg: And he only puts out, like, ten new episode a year.

Chris: And then he splits those up into five DVD sets.

Peter: He doesn't make those decisions, Chris. Those decisions are made at the corporate level.

Chris: But he still takes the money every week. How noble.

Lois: And doesn't he have a whole staff that writes those episodes anyway?

Peter: Well, I wouldn't know about that, but I think, and I hope, Chris, that ultimately, people will just remember the laughter.

Seth MacFarlane, además de creador de la serie, da voz a los personajes de Peter, Stewie y Brian; de aquí que sean dichos personajes quienes defienden a MacFarlane de las duras críticas. Con este segmento, *Family Guy* demuestra ser que es una serie capaz de autocriticarse y que dicha crítica es dinamizada a través de los mismos personajes.

Matt Groening, creador de *The Simpsons*, ha aparecido numerosas veces en la serie. Por ejemplo, asiste a la ceremonia de los premios Emmy en "The Front" (T4.E19) y es el dibujante de la corte en "The Boy Who Knew Too Much" (T5.E12). En "Mom and Pop Art" (T10.E19), mientras Homer y Marge visitan el "Springsonian Museum", Homer ve un dibujo de Akbar & Jeff de la tira cómica *Life in Hell*, de Matt Groening, y dice: "Matt Groening? What's he doing in a museum? He can barely draw!". De repente, la goma de una lápiz enorme empieza a borrar la cabeza de Homer y éste empieza a gritar: "Oh, no! I'm being erased!" (**Figura 91**). El plano se amplía y vemos que dos empleados del museo cargan el lápiz gigante. Uno de ellos le pide a Homer que se aparte e indica que el lápiz sólo es parte de una instalación del museo.



Figura 91

Además de las referencias explícitas, hay también autorreferencias indirectas y codificadas, por supuesto, más difíciles de detectar. Por ejemplo, en "And I'm Joyce Kinney" (T9.E9), de *Family Guy*, Joyce revela que en el instituto era atormentada por Lois y que para burlarse de ella la llamaba Joyce Chevapravatdumrong. Chevapravatdumrong es el apellido de la guionista y co-productora de la serie, Cherry Chevapravatdumrong. En "The Front" (T4.E19), de *The Simpsons*, Lisa aparece leyendo un libro titulado "How to get rich writing cartoons", escrito por John Swatzwelder, guionista de numerosos episodios de la serie.

5.5.3.1. Intertextualidad restringida

Las autorreferencias también incluyen la figura de la *intertextualidad restringida*, conocida asimismo como *intertextualidad interna* o *autárquica*, *intratextualidad* o *autocitación*. Esta multiplicidad de nombres designan una misma práctica: la relación entre textos de un mismo autor.

Los creadores de la comedias animadas de *prime time* no se han limitado a un solo producto. Matt Groening, creador de *The Simpsons*, es también el creador de *Futurama*. Seth MacFarlane, autor de *Family Guy*, también está detrás de *American Dad!* y *The Cleveland Show*. Y Mike Judge, creador de *King of the Hill*, había triunfado anteriormente con *Beavis and Butt-Head*. Esta es la razón por la que la *autocitación* o *intratextualidad* también está presente en las comedias animadas. Por ejemplo, en “Foreign Affairs” (T9.E17), de *Family Guy*, después de que Bonnie diga que su esposo, Joe, se ha convertido en una persona diferente, se reproduce toda la secuencia de apertura de *American Dad!* pero con Joe Swanson en lugar de Stan Smith, el verdadero protagonista (**Figura 92**). Anteriormente, en el episodio “Lois Kills Stewie” (T6.E5), ya se había señalado el parecido entre ambos personajes cuando Stewie, al ver a Stan Smith, piensa que se trata de Joe. Por su parte, en “The Return of the Bling” (T5.E13), de *American Dad!*, aparece Klaus usando una gorra con la imagen de Brian Griffin, una camiseta con las iniciales “FG” y una flambarrera con el logo de *Family Guy*.



Figura 92



Figura 93

En “To Live and Die in a VA” (T2.E17), de *The Cleveland Show*, Lester le pregunta a Cleveland si alguna vez ha sentido que el mundo sería un lugar mejor si él no existiera y Cleveland intenta imaginárselo. No obstante, lo único que consigue es visualizar la secuencia de inicio de su propia serie, pero en esta ocasión protagonizada por su antiguo amigo Quagmire, personaje de *Family Guy*. A la inversa, en “Spies Reminiscent of Us” (T8.E3), de *Family Guy*, vemos que un misil impacta la nueva casa de Cleveland en *The Cleveland Show*. El artefacto destruye toda la fachada de la casa y podemos ver que, en ese preciso momento, Cleveland estaba tomando un baño. La estructura de la casa empieza a debilitarse por el impacto y la bañera, con Cleveland adentro, cae en el jardín de la casa desde la segunda planta. Tim, el vecino de Cleveland, se acerca a la casa destruida y dice: “I don’t get it”²⁴⁷. Además, en “Missionary: Impossible” (T11.E15), de *The Simpsons*, entre

247 La caída de la bañera desde la planta superior de la casa, con Cleveland desnudo dentro, era un gag recurrente de *Family Guy*. A diferencia de Cleveland, Tim nunca formó parte del universo de *Family Guy* y por

los voluntarios para recibir las llamadas telefónicas con las donaciones económicas para a la Fox, aparece Bender de Futurama. Y en “HOMR” (T12.E9), Fry, también protagonista de Futurama, aparece en el *gag* del sofá reemplazando a Bart.

5.5.4. *Mise en abyme* o la ‘obra dentro de la obra’

De forma deliberada, se ha retrasado hasta el final la forma de autorreflexión más elaborada dentro de la sitcom animada: la *mise en abyme* o la ‘obra dentro de la obra’ (Dällenbach, 1991 [1977] y Genette, 1989 [1972]). Este método no es incluido por Lindvall y Melton dado que el “programa dentro del programa”, como hemos visto antes²⁴⁸, es una práctica poco común.

Tanto Genette como Dällenbach coinciden en afirmar que la *mise en abyme* es una práctica que sirve al relato primario como replica o espejo; es decir, que debe garantizar que el relato inserto reflexione y comente el relato en el que está inserto. Solo una de las cinco series estudiadas incluye un “programa dentro del programa” que funciona como metaprograma. Es el caso de “The Itchy & Scratchy Show” (**Figura 93**) en *The Simpsons*. “The Itchy & Scratchy Show” es una serie de cortos animados, presentados dentro del programa “The Krusty the Clown Show”, que claramente parodia la dinámica del gato que persigue al ratón popularizada en *Tom y Jerry*, aunque también hay elementos paródicos dedicados a Disney²⁴⁹. En cada corto, Itchy, el ratón, asesina a Scratchy, el gato, de una forma violenta y brutal. Inicialmente, los cortos se insertaban para llenar aquellos episodios que no cumplían con la duración mínima, pero tuvieron tanto éxito que pasaron a convertirse en una parte importante del relato; incluso algunos episodios han estado enteramente dedicados a la producción de “The Itchy & Scratchy Show”. Sus cortos suelen comentar la trama o algún aspecto del episodio de *The Simpsons* en el que han sido insertados. Por ejemplo, en el episodio “Today I Am a Clown” (T15.E6), Krusty se prepara para celebrar su *bar mitzvah*²⁵⁰, mientras que en el corto de Itchy y Scratchy de dicho episodio, “A Briss Before Dying”, Itchy aparece en su ceremonia de *brit milah* o ceremonia judía de circuncisión. También, en “Stark Raving Dad” (T3.E1), Bart prepara un regalo especial de cumpleaños para Lisa en su octavo aniversario, a la vez que Itchy, en “Bang the cat slowly”, obsequia una bomba a Scratchy también por su cumpleaños.²⁵¹

ello es incapaz de entender el chiste.

248 Ver el apartado “Teoría de la reflexividad” (Capítulo 3).

249 En el episodio “The Day the Violence Died” (T7.E18) se revela que el primer corto protagonizado por Itchy y Scratchy, titulado “Steamboat Itchy”, era una parodia violenta de *Steamboat Willie* (1928) de Disney; mientras que en “Itchy & Scratchy Land” (T6.E4), entre los cortos clásicos de Itchy y Scratchy se proyectan “Pinitchio” y “Scratchasia”, claras referencias a *Pinocchio* (1940) y *Fantasia* (1940), también de Disney.

250 Ritual judío mediante el cual el adolescente (13 años en caso de los chicos y 12 de las chicas) se convierte en responsable de sus acciones.

251 Otros ejemplos destacables en los que el corto de “The Itchy and Scratchy Show” comentan el episodio de *The Simpsons* son “I Love Lisa” (T4.E15) y el corto “My Bloody Valentine”; “Deep space Homer” (T5.E15) y el corto “Scar Trek: The next laceration”; “He Loves to Fly and He D’ohs” (T19.E1) y el corto “Come Flay with

Ahora bien, entre los episodios de *The Simpsons* que han estado dedicados a la producción de los cortos de “The Itchy & Scratchy Show” destaca “The Itchy & Scratchy & Poochie Show” (T8.E14), en el se trata el tema del *jumping the shark*²⁵² y se ponen de manifiesto las razones comerciales que se esconden detrás de la introducción repentina de nuevos personajes en las series. En dicho episodio, sin previo aviso ni explicación, aparece viviendo en la casa de la familia protagonista un chico llamado Roy (Figura 94). De forma paralela, “The Itchy & Scratchy Show” da la bienvenida a un nuevo personaje, Poochie (Figura 95).



Figura 94



Figura 95

Roy y Poochie comparten muchos rasgos, tanto físicos como de personalidad, y su trayectoria en la serie es igual de corta: ambos aparecen y desaparecen en el mismo episodio. Al inicio de “The Itchy & Scratchy & Poochie Show”, los productores de “The Itchy & Scratchy Show” empiezan a preocuparse por el descenso considerable de su audiencia y deciden realizar un *focus group* con niños para detectar las posibles razones de su reciente falta de interés por el programa. Durante la sesión, en la que por supuesto participan los hermanos Simpson, Lisa le dice a Roger Meyer, Jr., propietario y presidente de Itchy & Scratchy Studios: “The thing is, there’s not really anything wrong with the Itchy and Scratchy Show. It’s as good as ever. But after so many years... the characters just can’t have the same impact they once had”. Con esta frase, Lisa explica no sólo la situación ficticia que atraviesa “The Itchy & Scratchy Show”, sino la de *The Simpsons*, una serie que, para el momento en que se emitió dicho episodio, ya llevaba ocho años emitiéndose y para muchos parecía estar acercándose a su fin. En efecto, antes de iniciar la octava temporada, a la que hace parte este episodio, los ejecutivos de Fox sugirieron a los guionistas de la serie crear un nuevo personaje que viviera con los Simpson de forma permanente. Ese nuevo personaje nunca fue creado, pero en respuesta a la sugerencia, los guionistas de la serie escribieron el episodio “The Itchy & Scratchy & Poochie Show”, en el que, a través del paralelismo entre Roy

Me”, y “Mypods and Boomsticks” (T20.E7) y el corto “diePod Slaylist”.

252 Es una frase popular que se utiliza para describir el momento en la evolución de un programa televisivo en el que éste empieza a decaer para luego recuperarse. La frase “jump the shark” viene de una escena del episodio “Hollywood. Part 3” (T5.E2) de *Happy Days* (ABC, 1974-84) en el que el personaje de Fonzie (Henry Winkler) decide saltar sobre un tiburón atrapado en una jaula. La escena se convirtió en un icono de la cultura popular y *Happy Days*, una serie que parecía condenada a su fin, continuó por cinco temporadas más (Brant, 2006: 61).

y Poochie, se reflejaba dicha situación, pero al mismo tiempo se demostraba que, a pesar de todos los años y la pérdida del impacto inicial de sus personajes, la serie podía continuar funcionando. Al final del episodio, Bart y Lisa ven un nuevo corto de Itchy y Scratchy y Bart dice: “It’s back to the basics, classic Itchy and Scratchy”; a lo que Lisa, una vez más de forma autorreflexiva, responde: “We should thank our lucky stars they’re still putting on a program of this caliber after so many years”.

Ahora bien, *King of the Hill* y *Family Guy* también incluyen otros programas televisivos ficticios dentro de su universo ficcional. No obstante, dichos programas no funcionan como comentarios del relato primero sino que reflexionan sobre diversos géneros y en general sobre la televisión. En el caso de *King of the Hill*, el programa inserto se titula “Los días y las noches de Monsignor Martinez” y está protagonizado por un agente de la policía secreta que se hace pasar por monseñor para hacer justicia (**Figura 96**). En “Los días y las noches de Monsignor Martinez” destacan dos referentes televisivos: el concepto del policía encubierto como sacerdote remite a la serie británica *The Secret Service* (ATV, 1969), mientras que la personalidad del protagonista recuerda al sargento Cordell Walker, protagonista de *Walker, Texas Ranger* (CBS, 1993-2001). El formato del programa no es especificado pero por los segmentos presentados se puede deducir que mezcla elementos de la serie policiaca y de la telenovela. En efecto, el hecho de que el nombre del programa sea en castellano hace referencia directa su origen latinoamericano. El programa mezcla continuamente inglés y castellano²⁵³; sin embargo, tiene gran acogida entre los personajes de *King of the Hill* dada la enorme influencia de la cultura latinoamericana, especialmente la mexicana, en Arlen, población en la que toma lugar la serie.²⁵⁴



Figura 96

253 Por ejemplo, la frase que caracteriza al protagonista es “Vaya con Dios”.

254 El ficticio pueblo de Arlen está ubicado en Texas. Dicho estado que limita con México, lo que explica su elevadísimo índice de inmigración latinoamericana (37.6% de la población total) y su enorme influencia cultural.

A diferencia de *King of the Hill*, *Family Guy* no tiene un único “programa dentro del programa” que aparezca de forma regular. Por el contrario, presenta diferentes programas ficticios episodio tras episodios. Por ejemplo, en “Dammit Janet” (T2.E15), aparece un segmento de “The Communists”, una serie acerca de una familia comunista, durante los cincuentas, que vive en la única casa roja del vecindario. En “The Story on Page One” (T2.E19), la serie introduce a “Sherry and the Anus”, una sitcom protagonizada, tal como su nombre lo indica, por una chica y un ano (**Figura 97**), y en “Peterotica” (T4.E24) vemos un fragmento de “Fast Talking High Trousers”, sobre unos locos detectives que llevan los pantalones por encima de la cintura. Por último, en “If I’m Dyin’ I’m Lyin’” (T2.E9), Peter es capaz de hacer pasar a Chris, su hijo, por un niño enfermo terminal solo para convencer a una cadena de que no cancelen su serie favorita: “Gumbel 2 Gumbel: Beach Justice”, protagonizada por los comentaristas deportivos Greg y Bryant Gumbel como policías en bicicletas.



Figura 97

PARTE III.

CONCLUSIONES Y BIBLIOGRAFÍA

6. Conclusiones

Tal y como hemos apuntado en la introducción de esta tesis, la investigación ha partido de una hipótesis general y se ha marcado ocho objetivos que han orientado la planificación y el desarrollo del análisis del objeto de estudio. Recapitulemos de forma sumaria. La hipótesis nodal del trabajo ha sido formulada de la siguiente manera: *la comedia animada de prime time es la máxima manifestación de la televisión hiperconsciente*. Y definimos como *televisión hiperconsciente*, una propuesta televisiva plenamente conocedora de su condición de producto cultural de múltiple lectura y de su existencia dentro de una sociedad “semióticamente saturada”, en la que todas las historias ya han sido contadas y todos los personajes concebidos. Por ello, la televisión hiperconsciente abandona toda pretensión prioritaria de originalidad y opta, a cambio, por comentar de forma sarcástica e irónica las formas y géneros culturales existentes, desde su condición de televisión y a través de la hibridación genérica, la autorref exhibición y la intertextualidad.

El análisis sistemático de cinco series altamente “intertelevisivas” (*The Simpsons*, *King of the Hill*, *Family Guy*, *American Dad!* y *The Cleveland Show*) nos ha permitido demostrar que la televisión hiperconsciente alcanza su máxima expresión en las comedias animadas de *prime time*, así como evidenciar las formas en que dichas series se convierten en comentaristas, intérpretes, analistas y críticos de la televisión, además de ser un instrumento de carácter pedagógico con el que se instruye sobre la televisión.

La secuencia descriptiva, analítica e interpretativa con la que hemos podido demostrar que las comedias animadas dinamizan la crítica y el comentario sobre sí mismas y su medio también nos ha permitido fundamentar y contrastar los objetivos específicos formulados en el planteamiento inicial de esta investigación:

- a) Analizar la evolución de este subgénero desde la aparición de *The Flintstones*, hace cincuenta años, hasta nuestros días.
- b) Interpretar el sentido del cambio de percepción y recepción de la animación por parte de la propia industria y la audiencia en general.
- c) Identificar las razones por las cuales las comedias animadas consiguen atraer un público multigeneracional de registro cultural diverso.
- d) Describir críticamente las características de la animación como el lenguaje de lo imposible y sus ventajas frente a la ficción de imagen real.
- e) Evaluar el uso de la parodia y la autorref exhibición como vehículos de la crítica social.
- f) Definir e ilustrar las principales características de la comedia animada (contenidos, roles, entornos, elementos discursivos, etc.) a partir de su condición de parodia de la sitcom tradicional.
- g) Clasificar y tipificar la extensa variedad de relaciones intertelevisivas de las comedias animadas.

h) Determinar la forma en que estas comedias actúan como instrumentos de alfabetización mediática gracias al uso de la intertextualidad, la hibridación genérica y la autorref exhibibilidad.

Este apartado de conclusiones no está concebido como una recapitulación estrictamente pautada por la formulación inicial de hipótesis y objetivos específicos. Hemos procurado construir un relato conclusivo que incorpora elementos de interpretación de la significación cultural de la comedia animada. En los diferentes subapartados se pueden identificar tanto la verificación de la hipótesis central, como de los objetivos específicos. La investigación acota un terreno de conocimiento y, al mismo tiempo, pretende abrir nuevas líneas de reflexión e investigación, contribuyendo a la definición progresiva de un ámbito de reflexión cultural crítica.

6.1. Comedias animadas de *prime time*

En la historia de la comedia animada de *prime time*, *The Simpsons* se erige como principal representante. Dicha serie no solo es el exponente más longevo del subgénero, sino que también es el responsable de su renacimiento a partir de los años noventa²⁵⁵. De las 103 comedias animadas de *prime time* que se han estrenado hasta hoy, 91 han sido producidas después de *The Simpsons*.

El gran éxito de Matt Groening también ha impulsado el desarrollo de otras sitcoms familiares, como *King of the Hill*, *Family Guy* o *American Dad!* Tal como hemos visto en el análisis de la evolución de la comedia animada de *prime time* del capítulo 1, Historia de la animación de *prime time*, tan solo 23 producciones han tenido éxito, mientras que el resto han sido cancelados poco después de ser estrenados. Este hecho no es en absoluto extraordinario si tenemos en cuenta otros subgéneros, como el drama médico o *space western*, en el que el número de éxitos tiene más o menos la misma proporción en relación al número total de producciones. No obstante, sí que es preciso señalar dos particularidades de la comedia animada. En primer lugar, la mayoría de los programas considerados exitosos (21 de 23) son en esencia parodias de otros géneros o formatos, lo que define a la comedia animada de *prime time* de éxito como un subgénero paródico. Y en segundo lugar, las comedias animadas más longevas, representativas y perdurables en la cultura popular americana son las que parodian la sitcom familiar o *domesticom*. En buena medida, de allí la decisión de tomar cinco series de este tipo para conformar la muestra del objeto de estudio.

Además de la sitcom familiar, *The Simpsons* también ha estimulado la producción de otros tipos de comedias en versión animada, como la *workplace sitcom* con *Futurama* y la *stand up comedy* con *Dr. Katz: Professional Therapist*. Además, abrió el camino a series más escandalosas como *South Park*, *Stripperella* o *Tripping the Rift*, y a una larga lista de programas dedicados única y exclusivamente a parodiar el mundo del espectáculo como *The Critic*, *Celebrity Deathmatch*, *Kid Notorious*, *SuperNews!*, *Hopeless Picture*, *Where My Dogs At?* y *Starveillance*.

No obstante, lo que hace tan importante a *The Simpsons* no es todo lo anterior, sino el simple hecho de ser el mayor exponente de la comedia animada de prime time, el buque insignia de la televisión hiperconsciente. Este tipo de televisión se caracteriza, tal y como se ha explicado a lo largo de este trabajo, por la hibridación genérica, la autorreferencialidad y la intertextualidad, también los rasgos más notables de la comedia animada de prime time.

6.2. Comedias animadas, formato e hibridación genérica

La comedia animada de prime time es un subgénero de naturaleza híbrida que mezcla la comedia con el formato animado, así como con una infinidad de géneros a través de la parodia. La animación, durante su historia, ha sido empleada para relatar infinidad de historias dramáticas, trágicas o de aventura. No obstante, es innegable la estrecha relación entre comedia y animación desde los orígenes del formato. En efecto, Wells señala que el menosprecio por la animación es consecuencia del discurso cómico predominante en las producciones más populares del formato; que, tal como afirma el autor, en muchos casos es considerado, de forma equívoca, la antítesis de cualquier noción de seriedad (2002a: 5).

Además del vínculo con la comedia, la animación ha sido desdeñada por los estudiosos y por gran parte de la audiencia por ser considerada un formato dirigido exclusivamente al público infantil. No obstante, tal como recoge el capítulo 2, los dibujos animados cinematográficos eran considerados un entretenimiento para toda la familia (Mittell, 2004) e incluso, algunos autores, como Butler (2002 [1994]) y Dixon y Foster (2009 [2008]), aseguran que ciertos dibujos estaban especialmente dirigidos al público adulto, aunque tenían la suficiente cantidad de humor sencillo para entretener a los niños.

Gracias al *block booking*, los cortos animados estaban incluidos en casi todas las sesiones cinematográficas de los Estados Unidos de América durante los años treinta. No obstante, en 1948, a raíz del caso *United States v. Paramount Pictures, Inc.*, la corte suprema de los Estados Unidos ordenó la separación de los estudios de producción y las compañías de exhibición y la práctica del *block booking* fue eliminada. Sin dicha práctica, los dibujos animados perdieron su lugar en el cine y se vieron obligados a buscar un nuevo medio en el que refugiarse: la televisión. Al principio, los estudios se mostraron reacios a vender los derechos de distribución de sus producciones; pero en 1955, los cortos animados de la mayoría de estudios cinematográficos (Van Beuren Studios, Paramount-Fleischer-Famous Studios, Warner Brothers y Disney) eran estrenados en televisión. En apariencia, los dibujos continuaron siendo los mismos, pero su estructura y contenido fueron transformados en el paso de un medio a otro.

Los censores y programadores televisivos, en su lucha por proteger a la audiencia infantil de imágenes polémicas o controvertidas, suprimieron la diversidad racial y étnica y modelaron un género formado exclusivamente por blancos. Además, la

eliminación de referencias culturales externas al texto y de temas polémicos en las producciones de la época hizo que la animación, en general, perdiera su habilidad de generar controversia (Wells, 2002a: 83), se alejara del público adulto y masivo y diera el primer paso en su redefinición como un formato exclusivo de las audiencias infantiles.

Aunque la animación no había sido concebida para una audiencia segmentada o limitada, la industria mediática le había trazado ese camino. Productores de televisión, programadores, cadenas, canales y patrocinadores redefinieron el discurso de la animación, demostrando así que el medio y el contexto de exhibición pueden delimitar un formato casi más que sus propias obras. No obstante, el panorama de la audiencia de la animación empieza a experimentar un cambio a partir de finales de los ochenta y se transforma radicalmente en los noventa con la consolidación de *The Simpsons* en la programación de Fox.

Más allá de las asociaciones culturales y sus transformaciones a lo largo del siglo pasado, la animación ha demostrado tener la capacidad para cautivar adultos, adolescentes y niños. Las nuevas comedias animadas de *prime time*, así como *The Flintstones* y todas las de su época, están orientadas a una audiencia adulta, pero aun así son diseñadas para resultar agradables a todos los públicos. Estos programas han perfeccionado una forma 'bi-modal' de dirigirse al público: por un lado, atraen a los adultos por sus alusiones y referencias a otros productos culturales y su meta-comentario del género, mientras que a los jóvenes les gusta por su historia interna y su estilo. La teoría de la doble codificación sostiene que dichos textos se dirigen a dos tipos de audiencias diferentes dado que tienen dos niveles de codificación: uno elemental, en el que se concentran el slapstick, los elementos fantásticos y de vodevil y la escasa sofisticación visual que atrae a los niños, y otro superior, que contiene el diálogo inteligente, los juegos de palabra, las letras de las canciones, las referencias a otros textos, etc., que atrapa a los adultos.

Además de atraer a una audiencia multigeneracional, la animación presenta otras ventajas. En primer lugar, en relación a la puesta en escena, una comedia animada puede contar con infinitos escenarios mientras que una comedia de imagen real normalmente solo tiene tres o cuatro decorados. En segundo lugar, gracias a la animación, los personajes pueden viajar alrededor del mundo y experimentar las situaciones más extremas sin que esto suponga un aumento significativo en los costes de producción. En tercer lugar, ninguna serie de imagen real podrá sobrepasar a una animada en apariciones de celebridades, parodias a la cultura popular o *gags* visuales, dado que dichas estrategias también son gratuitas en el formato animado. En cuarto lugar, la animación destaca por su poder de penetración. Al representar conceptos abstractos, imperceptibles e inexistentes, la penetración se convierte en una herramienta de revelación, un instrumento para desvelarle al espectador unas condiciones o principios que están escondidos o fuera de su comprensión. En quinto y último lugar, la animación se lee y asume de forma diferente a la imagen real. Imágenes grotescas y acciones escandalosas e inmorales en personajes de carne y hueso, se vuelven cómicas al asociarlas con personajes como Homer Simpson, Peter Griffin o Eric Cartman. La animación durante

toda su historia se ha dedicado a extender las fronteras de lo aceptable y jugar con los límites del decoro, al mismo tiempo que ha sido capaz de despistar a la censura con mayor facilidad.

Todas estas características de la animación hacen evidente que dicho formato, al no estar atado a las leyes de la física y la naturaleza y el sentido común, posibilita la representación literal de cualquier objeto o concepto, lo que a su vez expande la estructura visual y narrativa del texto hasta lo imposible. De allí, la definición de Wells de la animación como arte de lo imposible (Wells, 2007 [2006]: 10).

6.3. Comedias animadas e hipertextualidad

Tal y como se ha destacado al inicio del subapartado anterior, las comedias animadas de *prime time* no solo combinan comedia y animación, sino comedia y otros géneros por medio de la parodia. La relación entre la comedia animada y la esfera televisiva, tal como ha evidenciado este trabajo de investigación, es principal pero no exclusivamente intertextual. No se limita a la simple alusión o a la cita estilística, ni trata de imitar únicamente un episodio, ritmo o forma de narrar, sino que, a través del uso de la parodia, dichas series se convierten en hipertextos (Genette, 1989 [1982]) de otros géneros y formatos televisivos.

Como hipotextos, las comedias animadas pueden elogiar o transgredir dichos géneros o formatos, pueden ser un homenaje o una herramienta crítica de su gramática. En la mayoría de casos se presentan como herramientas críticas, en las que el televidente es incitado a reflexionar irónicamente sobre el carácter tópico del género parodiado y descubrir que ha sido invitado a participar en su deconstrucción. El humor de las comedias animadas suele sustentarse sobre las bromas a expensas de las convenciones genéricas, por ello es imprescindible que la audiencia las conozca, de lo contrario, no podrá reírse de ellas. Por ejemplo, el público tiene que conocer el género de los superhéroes para reírse de todas las bromas de *Aqua Teen Hunger Force* (Adult Swim, 2000-), *Harvey Birdman, Attorney at Law* (Adult Swim, 2000-07), *Minoriteam* (Adult Swim, 2005-06) o *Stripperella* (Spike TV, 2003-04). Los seguidores de *Space Ghost Coast to Coast* (Cartoon Network, 1994-2001; Adult Swim, 2001-04) y *Drawn Together* (Comedy Central, 2004-07) esperaban deseosos cada nuevo episodio porque entendían los guiños de ambos programas al *talk show* y al *reality show*, respectivamente. Y la audiencia de *Archer* (FX, 2009-) disfruta de las locuras de su protagonista, pero aún más con las divertidas y constantes reminiscencias de la serie al género de espías.

Las cinco comedias animadas de *prime time* analizadas en este trabajo de investigación son hipertextos de la *sitcom* en la medida en que recogen las convenciones y estrategias estilísticas, sintácticas y narrativas de dicho formato. Sin embargo, al mismo tiempo que las adoptan en su construcción como relato, las parodian y ponen en evidencia. *The Simpsons*, *King of the Hill*, *Family Guy*, *American Dad!* y *The Cleveland Show* retratan las situaciones típicas de estas comedias, también está protagonizadas por un núcleo familiar; son

autoconclusivas; tienen una duración de 22 minutos aproximadamente; se ambientan en el presente y normalmente el conflicto narrativo no lleva a sus personajes a una situación distinta a la de apertura. Pero de la misma forma que dichas series mantienen estas características de la sitcom, violan otras. Las comedias animadas tergiversan e invierten el modelo de caracterización de los roles y papeles de dicho formato; no tienen risas enlatadas; deforman los finales felices y citan episodios anteriores.

Como formato primario de una parodia, la sitcom se estrena con *The Flintstones*. Para principios de los sesenta, cuando fue estrenada la serie, el formato de la *working-class sitcom* ya había dado paso a la sitcom de clase media:

Working-class or ethnic comedy (e.g., The Honeymooners, Mama, The Goldbergs), with its frequently satirical bent, gave way to middle-class prosperity (in shows such as Father Knows Best and Leave It to Beaver) (Mullen, 2004: 66).

Sin embargo, *The Flintstones* no representa el estilo de vida de la privilegiada clase media. Aunque sucedía en un barrio suburbano y la residencia familiar estaba equipada con los electrodomésticos más vanguardistas, los Flintstone eran una familia de clase trabajadora: escandalosa, emocional, estática, agresiva pero de buen corazón, como los Kramden de *The Honeymooners*, pero nunca como los Anderson de *Father Knows Best*. Entre el estreno *The Flintstones* y la aparición de *The Simpsons*, el gran icono de la comedia animada, transcurrieron casi tres décadas. No obstante, esta característica de la comedia de los años cincuenta sigue vigente: los Simpson, así como los Hill (*King of the Hill*), los Griffin (*Family Guy*) y los Brown (*The Cleveland Show*), pertenecen a la clase trabajadora. Únicamente los Smith (*American Dad!*) pertenecen a la clase media alta, aunque conservan todas las características de la clase trabajadora anteriormente señaladas.

La transformación de familias de clase media alta a familias de clase trabajadora, además de responder a una estrategia paródica, la inversión, se debe a que, desde Aristóteles, la comedia ha sido el género más apropiado para representar la vida del pueblo, tal como aseguran Neale y Krutnik:

From Aristotle on, and in contrast to tragedy (a contrast marked by the entry itself), comedy was for centuries the most appropriated genre for representing the lives, not of ruling classes, of those with extensive power, but of the 'middle' and 'lower' orders of society, those whose power was limited and local, and whose manner, behaviour, and values were considered by their 'betters' to be either trivial, or vulgar, or both (1990: 11-12).

Las series dedicadas exclusivamente a la parodia de un género, como por ejemplo *Get Smart* (El superagente 86, NBC, 1965-70) o cualquiera de las cinco que conforman la muestra, no han sido tan numerosas como las películas paródicas; sin embargo, se han producido parodias de géneros y formatos como el espionaje, el policiaco, las series de superhéroes, los *soap opera*, el drama y la comedia de situación. Pero sea cual fuera el género de referencia, la parodia, como práctica hipertextual, no intenta anticipar su desaparición o acabar con él. Por el contrario, lo que pretende es llamar la atención

sobre sus técnicas, estrategias y efectos, subrayar la monotonía y repetición del género parodiado y de esta forma comentarlo y criticarlo, es decir, dinamizar su análisis, que finalmente conllevará a una nueva apreciación del género.

Numerosos autores se han lanzado a decretar la muerte de la parodia, su reemplazo por el pastiche acrítico y la caracterización de los productos culturales por la imitación de estilos muertos, haciéndose eco de las palabras de Fredric Jameson:

El pastiche es, como la parodia, la imitación de una mueca determinada, un discurso que habla una lengua muerta: pero se trata de la repetición neutral de esa mímica, carente de los motivos de fondo de la parodia, desligada del impulso satírico, desprovista de hilaridad y ajena a la convicción de que, junto a la lengua anormal que se toma prestada provisionalmente, subsiste aún una saludable normalidad lingüística. El pastiche es, en consecuencia, una parodia vacía, una estatua ciega (1991 [1984]: 43-44).

Es innegable que las comedias animadas ofrecen numerosas muestras de pastiche lúdico sin intención satírica, pero, tal como hemos visto a lo largo de este trabajo, también dan muestras de parodia significativa, comentario intertextual y crítica mordaz. Después de Jameson, la parodia carga con el estigma de ser impotente y poco agresiva, una razón de más para referirse a la parodia y la intertextualidad sin el adjetivo 'postmoderno'.

6.4. Comedias animadas, intertextualidad y autorreflexividad

En cuanto género intrínsecamente intertextual y transitivo, la comedia remite a otros géneros, discursos y textos, que debemos conocer para poder captar su intención humorística. La comedia no suele ser *self-contained* (Gray, 2005:105), sino que por el contrario nos hace reír de algo; nos conduce a otro territorio (al que se refiera el chiste). Con frecuencia este nuevo territorio se sitúa dentro del texto cómico (un chiste a expensas de un personaje, por ejemplo), pero a veces remite a otros textos y conocimientos, es decir, que el texto cómico en sí mismo contiene otros textos (un chiste sobre abogados, nos remite a una ley, por ejemplo). Y sabemos que nos hemos desplazado con el humor a otro territorio cuando lo entendemos; cuando nos reímos.

El humor de las comedias animadas se sustenta sobre diversas estrategias cómicas (*surface gag*; *the good joke, better joke principle*; los *flashbacks*; *cutaways* o comentario *off-topic*; etc.); sin embargo, la parte más importante reside precisamente en las referencias que nos remiten a otros textos, en su intertextualidad. Las relaciones intertextuales de las comedias animadas no se limitan a un solo tipo de texto, sino que abarcan una amplia gama, que incluyen textos cinematográficos, literarios, musicales, teatrales, etc. Pero es evidente que las referencias proceden con mayor frecuencia de textos televisivos, de allí el origen de este estudio. En las series animadas de *prime time*, la intertextualidad, de forma general, pasa a convertirse en una *intertelevisibilidad* abrumadora. Constantemente nos conduce a otros géneros televisivos, tanto de ficción como informativos; al tipo

de publicidad específico de este medio; a todo tipo de fenómenos concernientes al vasto contexto televisivo e incluso a sí mismas como textos mediáticos. De esta forma, cuando vemos una comedia animada no solo vemos una *sitcom* animada, sino también otros programas de diferentes géneros y formatos, incluso spots publicitarios.

Todas las ideas e imágenes acerca de la vida y la visión de la historia y el mundo de los personajes de las comedia animadas de *prime time* derivan por completo de la cultura televisiva. De hecho, los mismos personajes, así como el estilo y contenido de las series, derivan casi exclusivamente de otras series de televisión anteriores. Es por ello que podemos afirmar que las comedias animadas son particularmente televisión autótrofa, es decir, televisión que se alimenta por sí misma. Cada episodio comprende una elevada cantidad de información por medio de citas, alusiones, referencias, etc. Tal como afirma Álvarez Berciano, “la televisión norteamericana siempre se ha devorado a sí misma, pero a medida que pasa el tiempo y el medio tiene más historia la tentación es mayor” (Álvarez Berciano, 1999: 123).

El análisis detallado de 108 episodios demuestra que la *intertelevisibilidad* de las comedias animadas opera en diferentes niveles y aparece de formas muy variadas dependiendo del tipo de texto al que haga referencia. Por ejemplo, los textos de ficción, los más numerosos, son citados por medio de un complejo inventario de herramientas. Este hecho condiciona el estudio de la *intertelevisibilidad* en la comedia animada de *prime time* y exige la construcción de un modelo de clasificación de estrategias citacionistas, tal y como ha sido presentado en el capítulo 5, La citación *intertelevisiva*. Dicho modelo se estructura a partir de las tipologías desarrollados por Genete (1989 [1982]), Eco (1988 [1985]), Harries (2000) y Robert Stam, Robert Burgoyne y Sandy Flitterman-Lewis (1999 [1992]) examinados en el capítulo tres, *Intertextualidad y parodia*.

Para el caso de los textos de ficción y entretenimiento, que como ya se ha señalado son los más cuantiosos, las referencias *intertelevisivas* se organizan de forma resumida de la siguiente manera:

Relación con el texto	Afirmativas/Lúdicas		Controversiales/Críticas	
	Aparentes	Ocultas	Aparentes	Ocultas
Tipología de referencias	Cita	Alusiones	Parodias icónicas	Parodias icónicas
	Mención		Parodias verbales	Parodias verbales
	Representación		Parodia extendida	Parodias musicales
	Alusiones		Imitación satírica	

Relación de referencias intertextuales en textos de ficción

Tal como indica la Tabla 1, las referencias de carácter lúdico y evidentes para el lector modelo de este tipo de comedias son la cita directa, la mención (título del programa, personaje o actor), la representación y las alusiones a través de los títulos de los episodios o de las frases hechas o latiguillos de los personajes. Entre las referencias lúdicas pero ocultas, es decir, aquellas que solo son detectadas por los mayores fans de la televisión, únicamente se encuentran las alusiones a elementos lexicales y estilísticos (vestuario, escenarios, etc.) y a través de la recreación detallada de escenas de otros programas. Por su parte, las referencias de carácter crítico, divididas también en aparentes y ocultas, abarcan todos los tipos de parodia. Entre las aparentes se encuentran las parodias icónicas de títulos de crédito o prólogo, de escenas recurrentes y de personajes; las parodias verbales sobre la premisa argumental del programa; la parodia extendida y la imitación satírica o “parodia de género” (Genette, 1989 [1982]: 103). Por último, entre las referencias críticas ocultas figuran las parodias icónicas de elementos humorísticos y otros elementos del relato; las parodias verbales también de estrategias humorísticas y el estilo discursivo y las parodias musicales.

Las referencias autorreferenciales también son tipificadas a partir del análisis de las cinco sitcoms animadas de *prime time*. Dichas referencias se manifiestan en cuatro formas. La primera de ellas, la autorreferencia directa, reúne todas las citas que revelan la propia textualidad del dibujo animado. Dicha textualidad es, a su vez, exhibida de tres maneras: exponiendo y comentando el proceso de producción cinematográfico, aludiendo a otros textos y contextos del mismo medio y desvelando su naturaleza plástica y los materiales con los que es creada. La segunda estrategia autorreferencial es el *breaking the fourth wall*, que se refiere a las ocasiones en que los personajes hablan directamente a la audiencia. La tercera forma en que se manifiesta la autorreferencialidad es a través de las referencias que ponen de manifiesto la relación del dibujo y su creador, entre las que se incluye la intertextualidad restringida, es decir, la relación entre textos de un mismo autor. En cuarto y último lugar encontramos el *mise en abyme* o la ‘obra dentro de la obra’, la inserción de un relato que referencializa y comenta precisamente el mismo relato primario en el que está inserto.

Los textos informativos y publicitarios referidos, mucho más reducidos que los de ficción, no siguen unas estrategias de citación tan definidas sino que son aludidos a partir de unas temáticas. Las referencias a textos informativos, por ejemplo, se clasifican en función de su estructura (selección y priorización de las noticias y la tendencia a la espectacularización), el culto a la personalidad y la figura del presentador (vida privada, integridad periodística, discusiones en directo, etc.), los reporteros y la cadena Fox News; mientras que las categorías de referencias a los textos publicitarios son estrategias comerciales, tipos de anuncios, celebridades y personajes, parodia y recreaciones y la autopublicidad.

Ahora bien, en la era pre-hiperconsciente de la televisión, las referencias intertextuales y autorreferenciales eran escasas, sutiles y se hallaban encubiertas en el contenido discursivo del texto. Dichas referencias, al ser descubiertas, intensificaban el sentimiento de superioridad entre los seguidores más fieles de una serie en particular

y de la televisión en general. Sin embargo, las mismas referencias pasaban inadvertidas para la mayoría de la audiencia. Por el contrario, en la televisión hiperconsciente, las referencias son mucho más numerosas, se incorporan de forma más abierta y se han convertido en una herramienta estilística central de los programas. No obstante, el hecho de que las referencias estén insertas de forma más evidente no implica que su significado esté disponible para todos los públicos; sino que, tal como vimos en la Tabla 1, sigue siendo reservado a un pequeño grupo. La cuestión es, tal como señala Eco en *Sobre literatura*, que, “ni siquiera el más ingenuo de los lectores puede pasar a través de las mallas del texto sin advertir la sospecha de que a veces (o a menudo) remita a algo que está fuera. Donde se ve, entonces, que ironía intertextual no solo no es una *conventio ad excludendum*, sino una provocación e invitación a la inclusión, para poder así transformar, poco a poco, también al lector ingenuo en un lector que empieza a percibir el perfume de muchos otros textos que han precedido al que está leyendo” (2005 [2002]: 245).

6.5. Comedias animadas y alfabetización mediática

En los estudios sobre televisión, existe una marcada visión negativa acerca de su poder y su capacidad educativa. No obstante, existen multitud de razones para cuestionar dicho planteamiento y dirigir las investigaciones hacia una nueva dirección. La televisión no puede seguir siendo considerada una amenaza (Postman, 1991 [1985]), ni tampoco un serio peligro para las diferentes esferas de la producción cultural, la vida política y la democracia (Bourdieu, 2005 [1996]: 7-8). Bien al contrario, ya es momento de reconocer que dicho medio es una de las principales fuentes de información y conocimiento.

Si el género más respetado, el informativo, fracasa en la educación del televidente, al no ofrecerle la información necesaria para potenciar su sentido crítico y el diálogo social (tal como vimos en el capítulo 5); seguramente los estudios deberían mirar hacia otros géneros que sí lo están logrando, como por ejemplo, la comedia.

La parodia ofrece grandes oportunidades para llevar a cabo una trasgresión poderosa y significativa. Las comedias animadas de *prime time* presentan innumerables ejemplos de profundo criticismo cómico y racional, aunque expresado irracionalmente como un juego. El lenguaje ilógico y absurdo²⁵⁶ de la animación y la comedia también permiten el comentario y el pensamiento racional, lo que no debe hacernos desestimar su poder para llamar la atención del espectador sobre un determinado asunto. Por ejemplo, a través del juego, las comedias animadas ofrecen un análisis crítico sobre la ficción, los anuncios, las noticias y todo el medio televisivo.

Las comedias paródicas son capaces de minar las bases del género al cual pertenecen (tal y como se ha explicado) y también pueden atacar otros géneros y aspectos de la televisión, burlando su estructura e ironizando sobre sus elementos narrativos y

estéticos. La televisión forma parte importante de nuestras vidas y, aún más, de las familias protagonistas de comedias animada de *prime time*. Por las pantallas de sus televisiones hemos visto desfilan decenas de programas, de todo tipo de género y formato. Estas parodias de otros programas en general buscan mofarse de la forma en que son hechos, de sus clichés y fórmulas repetitivas, pero también de aspectos concretos de cada género o formato como, por ejemplo, la falsedad de los participantes de los *reality shows*, la edad de los protagonistas de las series de adolescentes, la exageración de la tragedia en los dramas, etc.

Desde la parodia también se ha abordado la crítica a la publicidad televisiva. Ya sea en medio de los diálogos de los personajes o dentro de sus televisiones, hemos visto las recreaciones de una larga lista de anuncios publicitarios y hemos reído con las secuencias diseñadas exclusivamente para criticar las estrategias publicitarias como los clichés, slogans, mascotas y pegadizos *jingles*. Así también, las comedias animadas critican la forma en que los anuncios invaden los contenidos televisivos y transforman la experiencia televisiva.

El género informativo, considerado desde siempre el más importante y, sin duda, el que más estudios ha generado, tampoco ha quedado a salvo. Las diferentes secuencias de los informativos presentadas por las comedias animadas señalan que los espacios noticiosos de la televisión se han espectacularizado en los últimos años y funcionan bajo una lógica comercial, como cualquier programa de entretenimiento; lo que supone un empobrecimiento en sus contenidos, rigor y variedad temática. Tal como asegura Lisa Simpson en “Homer Badman” (T6.E9): “The media is making a moster out of you because they don’t care about the truth. All they care about is enterteinment”.

El ataque general de las comedias animadas de *prime time* al medio televisivo demuestra que la parodia televisiva, principalmente representada por dicho formato, funciona de una manera muy diferente a la de los programas ‘serios’: no intenta educar al televidente a través de sus contenidos sino que al poner en evidencia el medio. Atacándolo desde dentro, la parodia televisiva encuentra la forma de enseñar a los televidentes como usar dicho medio, es decir, se convierte en herramienta de alfabetización mediática siguiendo un modelo práctico y no teórico: aprender a leer texto televisivos viendo la misma televisión. De esta forma, la parodia deja de ser solo una alternativa o ‘sustituto’, para transformarse en ‘complemento’ de los programas ‘serios’.

Evidentemente, la parodia televisiva, en general, y la comedia animada de *prime time*, en particular, no permiten desarrollar una crítica mediática al mismo nivel y profundidad que la teoría académica. No obstante, en toda la historia del programa o en determinados episodios hay insertas “capsulas de humor” que señalan un concepto o tendencia ya abordada por los estudios sobre televisión/*Media Studies*. Por ejemplo, la parodia de las comedias animadas de *prime time* a la *sitcom* recoge todas las características estructurales y las estrategias narrativas y estilísticas que autores como Neale y Krutnik (1990) o Mills (2005 y 2009) han clasificado y teorizado sobre dicho formato. La crítica a los informativos de las cinco series que conforman la muestra de analisis de

esta investigación pone en evidencia su espectacularización, la disparidad entre el tiempo dedicado a la información y al entretenimiento y la carencia de historia como hecho social denunciado, entre otras, por Postman y Powers (1992). De igual manera, la alerta mediática por una falsa epidemia generada por las cadenas televisivas en el episodio “The Fool Monty” (T22.E6), de *The Simpsons*, explica la forma en que los medios informan sobre las enfermedades, el hambre, la guerra y la muerte analizada por Moeller (1999). En otros episodios y otras comedias animadas también vemos como se aborda el tema de la resolución “justo a tiempo” de los *reality shows* pertenecientes al de subformato del *makeover* estudiado por Huff (2006) y Essany (2008); el fenómeno del *jumping the shark* explicado por Hein (2003); la censura mediática expuesta por Spring (1992) y Silverman (2007); el empleo de imágenes sexuales, sensuales y eróticas en la publicidad detallado en Reichert y Lambiase (2003); los infomerciales en Evans (1994), Samuelson (2002) y Stern (2009); el uso de celebridades en la publicidad en Pringle (2008); el cuestionamiento a la ética periodística explicados en Dahlgren (1981) y Seib; el poder del mercado para decidir qué es noticia o no detallado en McManus (1994) y el modo en que las noticias apelan a nuestra confianza en Hartley (1982).

De esta forma, lo que hacen las comedias animadas de *prime time* con la ficción, los informativos, la publicidad y la televisión en general no es una simple burla banal, sino una parodia, y una de las grandes capacidades de esta parodia consiste en hacer “teoría aplicada” y dar lecciones ilustrativas. Al narrativizar, describir e interpretar la teoría declarativa, dichas comedias la sacan de lo abstracto y actúan como un poderoso ilustrador de los *Media Studies*. Ver a los medios en acción mientras se teoriza sobre ellos es importante para una enseñanza efectiva y eso convierte a las comedias animadas en herramientas de alfabetización mediática.

Las comedias de animación, a través del uso de la parodia, encuentran la forma de enseñar a los televidentes a usar la televisión *con* y *en* la misma televisión. De forma destacada, al burlarse de los informativos y al parodiar otros fenómenos del sistema televisivo como la adicción y el *zapping*, la censura, las políticas de programación y la competencia entre cadenas, las comedias animadas llaman nuestra atención y nos reclaman como consumidores de televisión y como ciudadanos que intentan darle sentido a lo que pasa a su alrededor. Por ejemplo, aunque los informativos de las series animadas no explican las decisiones que se toman en Washington, la crisis financiera, el cambio climático y otros temas relevantes, nos hacen pensar en la relación existente entre la información que recibimos cada día y lo que realmente pasa en el mundo. Invitan a una lectura más crítica de los informativos, a ser conscientes de su simplificación y espectacularización de la realidad. De esta forma, dichas comedias representan un excelente ejemplo de lo que Hartley (1999) ha llamado ‘democraentretenimiento’²⁵⁷ y se convierten en un componente esencial de la esfera pública y parte importante de la dieta mediática.

257 La significación mediante la cual la participación en los asuntos público es conducida en la mediaesfera.

6.6. Comedias animadas y carnaval

La capacidad crítica y dialógica de las comedias televisivas ha sido ignorada con frecuencia. En cuanto productos televisivos en general, las comedias son criticadas por considerarse textos hegemónicos, dominantes y reforzadores de una imagen polarizada del poder y la ideología; obra del omnisciente y omnipotente dueño de la cadena productora. Pero aunque podamos coincidir o no con sus apreciaciones, muchas de las personas involucradas en la creación de los textos mediáticos se consideran a sí mismos artistas. En otras palabras, las producciones mediáticas no son solo mensajes corporativos, también hay artistas involucrados. Es cierto que dichos artistas trabajan en un sistema con presión directa e institucional, pero no son los únicos. Extraordinarias obras de arte ha sido producidas en ambientes hostiles. Numerosos novelistas y poetas alrededor del mundo han tenido que escribir desde la cárcel o en países con fuertes políticas de censura y aun así han encontrado la forma de transmitir sus mensajes. Además, la comedia, según los críticos, tiene un potencial para la trasgresión que rara vez utiliza.

El estudio de la trasgresión en la comedia tiene sus raíces en Bajtín y su teoría del carnaval, en la que el crítico literario ruso señala que el comportamiento cómico satisface una función comunitaria: reunir al pueblo para ridiculizar y mofar las instituciones autoritarias que constriñen y controlan el comportamiento diario, tales como la iglesia y el gobierno. El principio carnavalesco abole estructuras hegemónicas, jerarquías y clases sociales y, al hacer esto, coloca a todos los ciudadanos al mismo nivel, como iguales, de manera que el poder pierde importancia y sentido. Y es aquí, precisamente, donde reside el poder subversivo de la comedia.

A partir de la obra de Rabelais, Bajtín define el carnaval como un mundo libre de convenciones y restricciones, un mundo alternativo al oficial en el que reina la trasgresión, la crítica y el liberalismo. Todas las fiestas y ritos enmarcados en el desarrollo del carnaval

Ofrecían una visión del mundo, deliberadamente no-oficial, exterior a la Iglesia y al Estado; parecían haber construido, al lado del mundo oficial, un segundo mundo y una segunda vida a la que los hombres de la Edad Media pertenecían en una proporción mayor o menor y en la que vivían en fechas determinadas (Bajtín, 1987 [1965]: 11).

Durante el carnaval todas las reglas eran cuestionadas, retadas y subvertidas y las manifestaciones de exceso corporal, sexualidad y comportamiento libertino eran toleradas y permitidas.

Según Bajtín, el carnaval generaba una especie de risa universal, una alegría cósmica que era dirigida a todo el mundo: el sistema político vigente, los dogmas religiosos, las figuras de autoridad e incluso los participantes del carnaval. Durante las celebraciones y manifestaciones festivas, los participantes no solo se reían de otros sino también de ellos mismos. Es una risa “inclusiva” y ambivalente, que triunfa porque no se coloca por encima del objeto de burla, sino al mismo nivel.

Una importante cualidad de la risa en la fiesta popular es que escarnece a los mismos burladores. El pueblo no se excluye a sí mismo del mundo en evolución. También él se siente incompleto; también él renace y se renueva con la muerte. Esta es una de las diferencias esenciales que separan la risa festiva popular de la risa puramente satírica de la época moderna. El autor satírico que solo emplea el humor negativo, se coloca fuera del objeto aludido y se le opone, lo cual destruye la integridad del aspecto cómico del mundo; por lo que la risa negativa se convierte en un fenómeno particular. Por el contrario, la risa popular ambivalente expresa su opinión sobre un mundo en plena evolución en el que están incluidos los que ríen (Bajtín, 1987 [1965]: 17).

Ahora bien, uno de los principales métodos a través del cual la cultura popular carnalesca evadía las limitaciones del orden social era centrándose en los placeres corporales. El carnaval tomaba como máxima el principio de la vida material y corporal. Recordaba a sus participantes que el cuerpo humano es inherentemente sucio y su impureza se resiste a la limpieza metafórica del orden social y contrasta con la pureza de la razón y los objetivos culturales más elevados. En las celebraciones carnales abundaban las imágenes del cuerpo, de la bebida, de la satisfacción de las necesidades naturales y la vida sexual. Y dicho sistema de imágenes de la cultura cómica popular tomo en Bajtín el nombre de “realismo grotesco”.

La combinación entre la autorización comercial y la expresión subversiva de las comedias animadas de prime time encuentra un cercano paralelo en la larga tradición del carnaval de Rabelais del siglo XVI, el jolgorio pre cuaresmal con raíces en las festividades Dionisiacas de los griegos y romanos. Las comedias animadas de prime time son textos que se incorporan firmemente en la tradición del carnaval y exhiben sus principales características: la risa festiva, el realismo grotesco y el lenguaje abusivo y regenerador.

Antes de la consolidación de la comedia animada de prime time como formato, Lindvall y Matthew (1997 [1994]) ya defendían que los dibujos animados autorreferenciales eran dignas representaciones del carnaval:

A frequently overlooked contemporary (or post-modern) form sharing the playful dynamism of the carnival spirit is the self-reflexive animated cartoon, particularly that of the comic genre. Like medieval comedy, the cartoon mocks itself, romping with its audience. It re-creates (make again) and recreates (enjoys) its own being (203).

Tal como hemos visto a lo largo de este trabajo, las comedias animadas de prime time exhiben todas y cada una de las características de los dibujos animados autorreferenciales señaladas por Lindvall y Matthew, incluso da muestras de nuevas manifestaciones autorreferenciales, así como de otros elementos carnalescos. También, Robert Stam (1989) ha abordado las muestras de carnaval en manifestaciones culturales temporalmente más próximas, en este caso, el cine. Stam señala que la categoría de “carnaval”, definida en términos de Bajtín, tiene gran relevancia para la expresión cinematográfica y es potencialmente aplicable a una amplia gama de textos fílmicos. Las películas que se inscriben en una corriente cinematográfica carnalesca se caracterizan, entre otras cosas, por el uso del humor para anarquizar jerarquías

institucionales o hacer las bromas a costa de la autoridad patriarcal; el privilegio cómico, ya sea de forma verbal o visual, sobre el realismo grotesco; la celebración de las inversiones sociales y las parodias a los géneros clásicos. Todo estos elementos presentes en las comedias animadas de *prime time*.

En primer lugar, las comedias animadas de *prime time* incorporan la parodia como herramienta definitoria y ésta es un género orgánicamente inherente al sentido del mundo del carnaval. La parodia es central en la cultura negativa carnavalesca y Bajtín la incluye entre las múltiples manifestaciones culturales del carnaval (1987 [1965]: 10)²⁵⁸. Las comedias animadas intercalan capas de parodia y sátira para mofarse de la mayoría de figuras, símbolos e íconos de la cultura norteamericana. En su carnaval particular, estas series parodian otros textos para minar sus convenciones y verdades genéricas, pero además se mofan del concepto de suburbio tranquilo, de las figuras de autoridad (cuerpo de policía, ejército, armada, etc.), de las diferentes religiones, la sexualidad, la discriminación, la guerra e incluso de la Navidad.

Por ejemplo, en *American Dad!*, la crítica al partido republicano es constante pero muchísimo más visible durante los años de mandato de dicho partido. Su protagonista, Stan, un agente de la CIA, se ha caracterizado por cometer delitos y quedar en la impunidad. En el episodio piloto afirma: “I work for the CIA. Rigging elections is my bread and butter”. Y en ese mismo episodio, más adelante, aparece Dios hablando por teléfono con el entonces presidente George W. Bush y le dice:

Uh, hey, George. It's God. Hey, listen. Big favor. Is there any way that you could kind of, uh... from now on just sort of downplay our relationship more in your public addresses? Well, I mean, uh... to give you an example...All right. When you make comments like, "God wanted me to be president". You know, that would be an example of maybe something to just kind of keep to yourself. Just to kind of, like, distance yourself from me a bit more.

Family Guy también fue muy crítica con la administración de Bush y solía tomar tal figura de autoridad para hacer bromas a su costa. En “Ready, Willing, and Disabled” (T3.E15), por ejemplo, Peter intenta convencer a Joe de que no renuncie a los Juegos Olímpicos para discapacitados ironizando sobre algunos acontecimientos que han rodeado al presidente Bush:

It's un-American. Did George W. Bush quit ever after losing the popular vote? No. Did he quit after losing millions of his father's friends' money failed oil companies? No. Did he quit after knockin' that girl up? No. Did he quit after he got that DUI? No. Did he quit after gettin' arrested for drunk and disorderly conduct at a football game? No.

258 Las numerosas manifestaciones carnavalescas se subdividen en tres grandes categorías: 1) Formas y rituales del espectáculo (festejos carnavalescos, obras cómicas representadas en las plazas públicas, etc.), 2) Obras cómicas verbales (incluso las parodias) de diversa naturaleza: orales y escritas, en latín o en lengua vulgar y 3) Diversas formas y tipos de vocabulario familiar y grosero (insultos, juramentos, lemas populares, etc.). (Bajtín, 1987 [1965]: 10).

En esa misma serie también hay casos destacados de crítica a otra figura de autoridad: la religión. En el episodio “Holy Crap” (T2.E2), Francis, el padre de Peter, se jubila y se va a vivir con su hijo. Él es un hombre muy religioso e intenta integrarlos a todos al catolicismo. Todas las noches le lee al bebé, Stewie, pasajes de la Biblia para que se duerma. Stewie queda fascinado con la Biblia y afirma: “I love this God! He’s so deliciously evil! A pestilence here and a plague there”. También en “The Father, the Son and the Holy Fonz” (T4.E18) encontramos el siguiente diálogo:

Peter: *But dad!!!! You said I should look into my heart to find my religion.*

Francis: *Yes! Real religion! What I saw today wasn’t religion. It was just a bunch of sheep singing songs and listening to ridiculous tall tales!*

Brian: *Actually, that is religion.*

Francis: *Shut your trap!*

Brian: *Why? I agree with you. Peter’s found another way to exploit people’s ignorance and that’s wrong.*

En segundo lugar y al igual que en el carnaval, en las comedias animadas nada es sagrado y la risa inclusiva está siempre presente. A través del uso de estrategias autorreflexivas, dichas series se mofan de sí mismas y la risa está dirigida también hacia ellas mismas. A lo largo de la historia de la televisión, muchas series han fracasado o se han visto abocadas a una cancelación prematura por dirigir sus críticas hacia un único aspecto (un partido político, una religión, una etnia, etc.) y así ofender un parte importante de la audiencia. Por el contrario, *The Simpsons*, como principal representante de la comedia animada de *prime time*, se caracteriza por atacar todos los ámbitos de la sociedad y a todos los bandos. Republicanos y demócratas; religiosos y ateos; capitalistas y comunistas; todos sin excepción son parodiados sin piedad, de manera que al final nadie siente que está en el lado de los “malos” y condena a la serie.

La risa del carnaval no conoce inhibidores, consigue traspasar todas las barreras y pasar por encima de las instituciones hegemónicas (Bajtín, 1987 [1965]). De igual forma, las comedias animadas de *prime time* han sido capaces de explorar polémicos terrenos temáticos gracias a las posibilidades estéticas de la animación. Dicho formato no solo ofrece mayores oportunidades de generar carnaval, puesto los dibujos animados no necesitan la consistencia o lógica interna de la imagen realista; sino que además otorga a la comedia televisiva el modelo apropiado para que la mirada transgresora pueda ser presentada dentro de las normas de las grandes cadenas y los intereses comerciales. Así ha concluido la era del bufón y ha llegado el momento de abrirle paso al animador.

En tercer lugar, la comedia animada de *prime time*, como el carnaval, es un lugar en que se tolera el indecoro y la diferencia. En dichas comedias, además del humor escatológico y un lenguaje abusivo, insultante, grosero y vulgar; predomina el uso del “realismo grotesco” para dibujar a sus personajes. Por ejemplo, la obesidad de Homer o Peter, su apetito, su sed y su propensión a satisfacer todos sus deseos materiales de forma inmediata son profundamente carnalescos. Además de estos dos protagonistas, una larga lista de personajes cómicos animados suelen llamar

la atención por sus características funciones corporales; por ejemplo, los eructos de Barney Gumble, el borracho de Springfield (*The Simpsons*); la glotonería y obesidad de Bill Dauterive (*King of the Hill*), Chris Griffin (*Family Guy*), Cleveland Brown Jr. y Kendra Krystal Krinklesac (*The Cleveland Show*), las fatuencias de Peter Griffin (*Family Guy*), la promiscuidad de Boomhauer (*King of the Hill*) y Glenn Quagmire (*Family Guy*), la obsesión de Bart por enseñar el trasero (*The Simpsons*), el alcoholismo de Roger (*American Dad!*), la adicción al tabaco y la torpeza de Dale Gribble (*King of the Hill*), la sexualidad ambigua de Stewie (*Family Guy*), la impotencia e incontinencia de Joe Swanson (*Family Guy*), la falta de higiene y suciedad de Bill Dauterive (*King of the Hill*), etc.

La animación, en general, es un medio ideal para la representación del realismo grotesco, ya que ofrece la libertad de representar la condición humana de manera exagerada. Por ejemplo, en tan solo un episodio, “King-Size Homer” (T7.E7), de *The Simpsons*, Homer consigue ganar casi 30 kilos (lo que los sitúa alrededor de los 140 kg) para alegar una incapacidad y trabajar desde casa. En dicho episodio, como en el resto, Homer no tiene ningún reparo en que otras personas lo vean desnudo o salir de casa en ropa interior. Así como él, Peter Griffin, también obeso, tampoco tiene ningún problema con mostrar su cuerpo. En ambos casos, la desnudez demuestra su deseo de quitarse de encima las pretensiones sociales, en este caso representadas por la ropa, que esconden el cuerpo material.

Por último, el carnaval hace referencia a un mundo en plena evolución y las comedias animadas se presentan como textos abiertos y sin acabar. Bajtín ((1987 [1965])) sostiene que:

A diferencia de la fiesta oficial, el carnaval era el triunfo de una especie de liberación transitoria, más allá de la órbita de la concepción dominante, la abolición provisional de las relaciones jerárquicas, privilegios, reglas y tabúes. Se oponía a toda perpetuación, a todo perfeccionamiento y reglamentación, apuntaba a un porvenir aun incompleto (15).

De igual manera, las comedias animadas no se tratan de textos cerrados y con un final único, sino que por el contrario invitan a la interpretación de diversos significados. Sobre la televisión hiperconsciente y *The Simpsons*, Ott (2007) sostiene que su significado no está acabado o es absoluto:

From a cognitive perspective, hyperconscious television suggests that meaning is neither obvious nor finished. Such provisionality trains the minds of viewer both to be open to revision and to view meaning locally and contextually, rather than universally and absolutely (99).

Las comedias animadas, a diferencia de los textos cerrados, presentan un universo complejo, más allá de una lucha justa e idealista del bien contra el mal. Por ejemplo, en *The Simpsons* ni el capitalista (Montgomery Burns, propietario de la central nuclear) ni el obrero (Homer Simpson) son representados como héroes ni como villanos, cada uno tiene sus defectos y virtudes. En el resto de series animadas, los personajes tampoco son buenos o malos y este rasgo resalta la ambivalencia de lo carnavalesco. En vez de ofrecernos respuestas ideológicas que cierran las posibilidades y opciones de

lectura, las formas de expresión del carnaval abren el terreno para la crítica, sin busca soluciones finales y finalizar la crítica.

Ahora bien, algunos autores han visto el carnaval como un mecanismo intrínsecamente conservador, es decir, como uno de los mecanismos con los que el la cultura y la política oficial controlaba y mantenía el poder sobre los siervos y las clases populares urbanas durante el periodo medieval y preindustrial. En este sentido, Eco (1984) propone comprender a la inversión carnavalesca no tanto como una rebelión temporal en contra de la norma, si no como una trasgresión autorizada o tolerada que se inscribe en el marco de una ley vigente (y conocida por todos los participantes) que subvierte valores solo en apariencia. Al límite, el carnaval solo supondría un reforzamiento de la norma en clave festiva que evitaría los levantamientos populares. En consecuencia, el poder conferido al pueblo durante el carnaval no es real y no puede ser utilizado fuera de sus límites. Las lecciones aprendidas durante el proceso no son duraderas ya que al final el orden social siempre es rectificado. Tal y como afirma Gray: “Carnivals end, comedy shows end, and, according to comedy’s critics, so does the potential for transgression” (2006: 108).

Pero también podemos ensayar una interpretación histórica y cultural del carnaval que integre capacidad transgresora y función integradora. Una interpretación que nos permita evitar una lectura unidireccional de las relaciones de poder culturales. Toda sociedad represiva y marcada por desigualdades sociales funciona sobre la base de un equilibrio precario, asimétrico e inestable en las relaciones de poder entre los diferentes grupos sociales. Incluso en las condiciones más desfavorables, las clases populares han podido consolidar históricamente espacios de autonomía vital, cultural o política. Espacios, intersticios o instantes de libertad que quizás no han permitido formalizar alternativas sociales, pero que han hecho posible cierta distancia crítica necesaria para fundamentar la continuidad histórica de sujetos sociales marginales o subalternos ajenos a los núcleos del poder político, económico o cultural.

Refiriéndose a un contexto histórico muy diferente, Roman Gubern (2000) ha identificado la capacidad de encontrar brechas o intersticios que permiten una suerte de marginalidad del sistema dominante. La “cultura intersticial” se ocupa de los “espacios que no atiende y deja al descubierto la oferta de los aparatos culturales dominantes” (77), de manera que dichos espacios no tiene que someterse al sistema de contenidos que proponen la televisión estadounidense y el imaginario de Hollywood. En definitiva, la cultura intersticial favorece el desarrollo de culturas marginales o alternativas y define posibilidades de consumo cultural que sobreviven al margen de la lógica estricta de mercado.

El paralelismo existente entre la lógica transgresora del carnaval y la crítica burlesca que anima la comedia de animación nos permite pensar en expresiones de cultura intersticial en el interior de la misma cultura audiovisual de masas oficial o comercial. Ciertamente, tal como señala Bajtín, el carnaval solo interrumpía provisionalmente el funcionamiento del sistema oficial y la efímera victoria no sobrepasaba los límites de

las fiestas. No obstante, esa única ocasión de liberación y escape de unas condiciones de trabajo esclavizadoras, es decir, el carnaval, permitía a los siervos un cambio de percepción social.

Gracias a los resplandores que la conciencia humana vislumbraba en esas fiestas, el ser humano lograba forjarse una concepción diferente, no oficial, sobre el mundo y el hombre, que preparaba el nacimiento de la nueva conciencia renacentista. Uno de los elementos primordiales que caracterizaban la comicidad medieval era la conciencia aguda de percibirla como una victoria ganada sobre el miedo (Bajtín, 1987 [1965]:86).

Aunque temporal y espacialmente también limitadas, las comedias animadas de prime time, al igual que el carnaval, ofrecen otro punto de vista, otro mundo, y así dinamizan una resistencia al sistema que va más allá de los límites del proceso. Hoy en día, el carnaval no es solo considerado una festividad, sino un conjunto de prácticas simbólicas, imágenes y discursos bajo las que yace un potencial de trasgresión. Son todas las manifestaciones sociales o ideológicas que entran en conflicto con las normas dominantes con respecto a la trayectoria deseada de cambio social. Tal como afirma Robert Stam (1989), “Carnival, in our sense, is more than a party or a festival; it is the oppositional culture of the oppressed, a countermodel of cultural production and desire” (95).

Según el mismo Bajtín, la parodia es uno de los géneros más apropiados para vehicular la noble tradición del carnaval. Y es precisamente esta herramienta, la que emplean las comedias animadas de prime time para invitar a sus lectores a rechazar e interrogar el poder autoritario que los rodea. Por medio de la parodia, el humor escatológico, el realismo grotesco y el ataque a celebridades, políticos y todo tipo de instituciones, las comedias animadas se inscriben en la tradición de *Gargantúa y Pantagruel*; se convierten en carnavales televisivos.

6.7. Comedias animadas y televisión

Cada vez que vemos a las familias protagonistas de las comedias animadas viendo televisión, la cámara parece estar ubicada justo encima del televisor. Los personajes miran la televisión al mismo tiempo que nosotros a ellos. De esta manera, la serie intenta reflexionar sobre su propia audiencia: reflejados en los personajes, nos invita a reírnos de nosotros mismos, de nuestra obsesión por la televisión, y muestra que ellos (los personajes) y nosotros (la audiencia) somos culpables de los mismos ‘pecados’.

Las comedias animadas, por medio de numerosas estrategias autorreflexivas, también nos invitan a conocer y reflexionar sobre las complejidades del sistema televisivo. Al poner de relieve, criticar y parodiar los defectos del sistema, los textos televisivos autorreflexivos, como las comedias animadas de prime time, se distancian de su propio medio y adoptan hacia él una postura objetiva y crítica. Dicha postura es la que hace que la televisión hiperconsciente, caracterizada por la autorreflexión, reclame el estatus de ‘televisión de calidad’ y se sitúe, tal como sugiere Ott (2007:95), por encima de los textos televisivos tradicionales y la televisión no reflexiva.

Jane Feuer (1984) señala que “self-conscious strategies distinguish ‘high art’ from the unselfconscious popular arts” y añade que “intertextuality and self-reflexivity operate both as the normative way of creating new programs and as a way of distinguishing the ‘quality’ from the everyday product” (44). En la misma línea de Feuer, Jonathan Bignell afirma que “the values of complexity, self-consciousness, and engagement with cultural issues in *The Simpsons* make it fit the criteria for ‘art’, yet it is obviously part of popular culture, not least because it is a widely distributed television programme” (2004: 169). Así, al inscribirse en la tradición autorreflexiva del arte, la televisión hiperconsciente en general y las comedias animadas de *prime time* en particular erigen una nueva herencia cultural para la televisión: enaltecen el medio, su disfrute se convierte en una actividad bien vista y su contenido en conocimiento valioso. Lo que en consecuencia, mitiga la ‘culpa’ y el ‘remordimiento’ del televidente.

Además de contribuir a hacer de la televisión un medio culturalmente valioso, el empleo de estrategias intertextuales y autorreflexivas de la televisión hiperconsciente cambia la concepción en las habilidades del espectador. Las capacidades interpretativas de la audiencia son altamente valoradas y la visión de un espectador esencialmente pasivo aparece como obsoleta. Elimina los calificativos despectivos como *couch potatoes*, *tube heads* y *stupid-box junkies* para la audiencia y la elevan a elite cultural.

Las comedias animadas de *prime time* crean una densa red textual y tienen como lector modelo una audiencia con un amplio conocimiento del programa y su historia, así como de muchos otros textos. Las comedias animadas, como principal representante de la televisión hiperconsciente y a través del uso de la autorreferencialidad y la intertextualidad, apela a un telespectador sofisticado y educado. Personas que crecieron viendo la televisión y que buscan contenidos con los que se sientan culturalmente retados. Entre más oscura y escondida está la referencia, mayor es la recompensa y el reconocimiento entre la comunidad de seguidores.

De forma paralela, estas series no solo son hechas para ser vistas, sino también estudiadas. Todo el conocimiento que contiene cada episodio no se encuentra limitado a la historia y producción de la serie, sino que hacen que el telespectador salga del texto, rebase los confines del relato, para poder darle sentido junto con otros textos. Es necesario entonces que el telespectador se ilustre a través de otros medios, que vea otros programas, que ‘estudie’ para enfrentarse a un nuevo episodio. Las comedias animadas de *prime time* no solo recompensan al lector modelo por su vasto conocimiento del medio, sino que también insertan al espectador ‘accidental’/fortuito en el juego intertextual y dinamiza su actitud crítica.

Con la televisión hiperconsciente, el medio ha alcanzado un momento de madurez que le permite criticarse y reírse de sí mismo. Pero no simplemente de sus desatinos de producción (programas o especiales de *bloopers*) o acerca de los sucesos curiosos y cómicos que en ella se han presentado (programas de *zapping*), sino televisión acerca de todo el universo televisivo: géneros y formatos, fenómenos, audiencia, modelo de financiación, etc. Además de autorreflexiva, la televisión hiperconsciente y las comedias

animadas de *prime time* son autocríticas (Kleinmans, 1974). No solo cuestionan su propia forma televisiva, sino que va un paso más allá y critican su contenido, a sí mismas, su función social, su audiencia y el mundo de dicha audiencia.

Las comedias animadas de *prime time*, a través de las tres estrategias textuales que caracterizan a la televisión hiperconsciente, nos equipan como audiencia televisiva y nos preparan para enfrentarnos a múltiples textos televisivos. No obstante, no es un proceso 'osmótico', sino que, como se ha señalado antes, exige de un lector educado y dispuesto a 'entrar' en el texto y analizarlo con la ayuda de otros textos. De igual manera, la crítica que ofrecen las comedias animadas no es presentada en forma de lección escolar sino que precisa de las capacidades interpretativas del lector. En ningún caso, las comedias animadas dictaran a la audiencia qué hacer o qué sentir, que ideas apoyar y contra cuales rebelarse; sino que, a través de su crítica dirigida indistintamente a todas las direcciones, intentan decirnos que todo, incluso ellas mismas, son objeto de crítica. Nos invitan a pensar que, quizás, la realidad y nuestra experiencia vital no tienen que ser o funcionar, necesariamente, de la forma en que lo hace en nuestra sociedad.

7. Bibliografía

7.1. Libros, capítulos y revistas especializadas

- Adamson, J. (1975) *Tex Avery: King of cartoons*. New York: Popular Library.
- Alan, B. (1995) *Disney and his worlds*. London: Routledge.
- Albero Poveda, J. (2004) *La fantasía infantil i Walt Disney: usos educatius i trapes mediàtiques del conte de fades*. Lleida: Pagès.
- Alberti, J. (ed.) (2004) *Leaving Springfield. The Simpsons and the possibility of oppositional culture*. Detroit, MI: Wayne State University Press.
- Allen, R. C. (1985) *Speaking of soap operas*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- (1995) *To be continued: soap operas around the world*. London y New York: Routledge.
- Alter, R. (1975) *Partial magic: the novel as a self-conscious genre*. Berkeley: University Press.
- Álvarez Berciano, R. (1999) *La comedia enlatada: de Lucille Ball a Los Simpson*. Barcelona: Gedisa.
- Ang, I. (1985) *Watching Dallas: soap opera and the melodramatic imagination*. London: Methuen.
- Arnold, D. L. G. (2009 [2001]) “«Y el resto se escribe solo»: Roland Barthes ve Los Simpsons”. En William Irwin, Mark T. Conard y Aeon J. Skoble (eds.) *Los Simpsons y la filosofía*. Barcelona: Blackie Books, p. 341-362.
- Bagdikian, B. (2004) *The new media monopoly*. Boston, MA: Beacon.
- Bajtín, M. M. (1987 [1965]) *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*. Madrid: Alianza Editorial.
- (1989 [1975]) *Teoría y estética de la novela*. Madrid: Taurus.
- (1989[1979]) *Estética de la creación verbal*. Madrid: Siglo XXI de España.
- (2003 [1929]) *Problemas de la poética de Dostoievski*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Banks, M. y Swift, A. (1987) *The joke's on us: women in comedy from music hall to the present day*. London: Pandora.
- Barrier, M. (2003) *Hollywood cartoons: American animation in its Golden Age*. Oxford y New York: Oxford University Press.
- (2008) *The animated man: a life of Walt Disney*. Berkeley y London: University of California Press.
- Barthes, R. (1980 [1970]) *S/Z*. Madrid: Siglo XXI de España.
- (1986 [1982]) *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós.

- (1987 [1984]) *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y la escritura*. Barcelona: Paidós.
- (1982 [1966]) *Análisis estructural del relato*. Barcelona: Ediciones Buenos Aires.
- (1996 [1966]) “Introduction to the structural analysis of narratives”. En Susana Onega y José Ángel García Landa (eds.) *Narratology*. London y New York: Longman, p. 45-60.
- Bazalgette, C., Cook, J. y Medhurst, A. (1989) *Teaching TV sitcom*. London: British Film Institute.
- Bellamy, R. y Walker, J. (1996). *Television and the remote control: grazing on a vast wasteland*. New York: Guilford.
- Berelson, B. (1971 [1952]) *Content analysis in communication research*. New York: Hafner Publishing.
- Berman, G. (1999) *Best of the Britcoms: from Fawlty Towers to Absolutely Fabulous*. Dallas: Taylor.
- Bianculli, D. (1992) *Teleliteracy: taking television seriously*. New York: Continuum.
- Bignell, J. (2004) *An introduction to television studies*. London y New York: Routledge.
- Blumenthal, D. (1997) *Women and soap opera: a cultural feminist perspective*. Westport, CT y London: Praeger.
- Book, A. C. y Cary, N. D. (1978) *The radio and television commercial*. Chicago: Crain Books.
- Booker, M. K. (2006). *Drawn to television: prime-time animation from The Flintstones to Family Guy*. Westport, CT: Praeger.
- Bourdieu, P. (2005 [1996]) *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Bowles, K. (2000) “Soap opera: ‘no end of story, ever’”. En Graeme Turner y Stuart Cunningham (eds.) *The Australian TV book*. St Leonards, NSW: Allen & Unwin, p. 117-129.
- Brant, M. (2006) *Happier days. Paramount television’s classic sitcoms 1974-1984*. New York: Billboard Books.
- Brooks, T. y Marsh, E. (1985 [1979]) *The complete directory to prime time network TV shows: 1946-present*. New York: Ballantine Books.
- Brown, A. S. (ed.) (2006) *The psychology of The Simpsons: D’oh!* Dallas: Benbella books, Inc.
- Brown, L. (1992) *Les Brown’s encyclopedia of television*. Detroit: Gale Research.
- Bryne, E. (1999) *Deconstructing Disney*. London: Pluto Press.
- Buonanno, M. (1999) *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*. Barcelona: Gedisa.
- (2005) “La masa y el relleno. La miniserie en la ficción italiana”. En: *deSignis*, 7-8, p. 19-30.
- Butler, J. G. (2002[1994]) *Television: critical methods and applications*. Mahwah, NJ y London: Lawrence Erlbaum Associates.

Butsch, R. (1992) "Class and gender in four decades of television situation comedy: plus ça change...". En: *Critical Studies in Mass Communication*, 9(4), p. 387-399.

— (2003 [1995]) "Ralp, Fred, Archie and Homer: why television keeps recreating the white male working-class buffoon". En Gail Dines y Jean M. Humez (eds.) *Gender, race and class in media*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, p. 403-412.

— (2005) "Five decades and three hundred sitcoms about class and gender". En Gary R. Edgerton y Brian G. Rose (eds.) *Thinking outside the box: a contemporary television genre reader*. Lexington: University Press of Kentucky, p. 111-135.

Calabrese, A. (2000) "Political space and the trade in television news". En Colin Sparks y John Tulloch (eds.) *Tabloid tales: global debates over media standards*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield, p. 43- 61.

Calabrese, O. (1989 [1987]) *La era neobarroca*. Madrid: Cátedra.

Caldwell, J.T. (1995) *Televisuality: style, crisis, and authority in American television*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.

Campbell, R. y Freed, R. (1993) "'We know it when we see it': postmodernism and television". En: *Television Quarterly*, 26, p. 75-87.

Cantor, M. G. (1990) "Prime-time fathers: a study in continuity and change". En: *Critical studies in Mass Communication*, 7(3), p. 275-285.

Cantor, P. A. (1999) "The Simpsons: atomistic politics and the nuclear family". En: *Political Theory*, 27(6), p. 734-49.

Carlson, M. (1993) *Theories of the theatre. A historical and critical survey, from the Greeks to the present*. New York: Cornell University Press.

Carter, C. (1995) "Nuclear Family Fall-Out: Postmodern Family Culture and the Media". En Barbara Adam y Stuart Allan (eds.) *Impacts and Influences: Essays on Media Power*. London: Methuen, p. 157-73.

Cascajosa Virino, C. (2006) *El Espejo deformado: versiones, secuelas y adaptaciones en Hollywood*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Casetti, F. y Di Chio, F. (1999 [1997]) *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.

Casey, B. et al. (2002) *Television studies: the key concepts*. London y New York: Routledge.

Castleman, H. y Podrazik, W. J. (2003 [1982]) *Watching TV: six decades of American television*. Syracuse: Syracuse University Press.

Cavalier, S. (2011) *The world history of animation*. Berkeley y London: University of California Press.

Chatman, S. (1990 [1978]) *Historia y discurso. La estructura narrativa en la novela y en el cine*. Madrid: Taurus.

Cherniavsky, E. (1999) "'Karmic realignment': transnationalism and trauma in *The Simpson*". En: *Cultural Critique*, 41 (Winter Issue), p. 139-157.

- Coleridge, S. T. (1975 [1906]) *Biographia literaria*. Barcelona: Labor.
- Collins, J. (1992) "Postmodernism and Television". En Robert C. Allen (ed.) *Channels of discourse, reassembled: television and contemporary criticism*. London: Methuen, p. 327 – 353.
- (2007 [2000]) "Television and Postmodernism". En Robert Stam y Toby Miller (eds.) *Film and Theory. An anthology*. Malden: Blackwell, p. 758 – 773.
- Collins, R. (2004) "'Ises' and 'oughts'. Public service broadcasting in Europe". En Robert C. Allen y Annette Hill (eds.) *The television studies reader*. London y New York: Routledge, p. 33- 51.
- Compagnon, A. (1979) *La seconde main ou le travail de la citation*. Paris: Editorial du Seuil.
- Cook, J. (ed.) (1982) *Television sitcom. Dossier 17*. London: British Film Institute.
- Corner, J. (2004) "Adworlds". En Robert C. Allen y Annette Hill (eds.) *The television studies reader*. London y New York: Routledge, p. 226- 241.
- Corwin, N. (1986) *Trivializing America: the triumph of mediocrity*. Secaucus, NJ: Lyle Stuart.
- Couldry, N. (2003) *Media rituals: a critical approach*. London y New York: Routledge.
- Crafton, D. (1982) *Before Mickey: the animated film, 1989–1928*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Creeber, G. (ed.) (2001) *The television genre book*. London: British Film Institute.
- (2006) (ed.) *Tele-visions: an introduction to studying television*. London: British Film Institute.
- Crisell, A. (2006) *A study of modern television. Thinking inside the box*. New York: Palgrave Macmillan.
- Crowther, B. y Pinfold, M. (1987) *Bring me laughter: four decades of TV comedy*. London: Columbus Books.
- Dahlgren, P. (1981) "TV news and the suppression of reflexivity". En Elihu Katz y Tamas Szecskö (eds.) *Mass media and social change*. Beverly Hills: Sage, p. 101-13.
- Dällenbach, L. (1976) "Intertexte et autotexte". En: *Poétique. Revue de théorie et d'analyse littéraires*, 27, p. 282-296.
- (1991 [1977]) *El relato especular*. Madrid: Visor distribuciones.
- Davis, A. M. (2006) *Good girls and wicked witches: women in Disney's feature animation*. Eastleigh: John Libbey.
- Delaney, T. (2008) *Simpsonology: There's a little bit of Springfield in all of us*. Amherst, NY: Prometheus books.
- Derrida, J. (2003 [1967]) *De la gramatología*. México: Siglo XXI.
- Díaz Nosty, B. (2006) "Repensar la comunicación. La huella es el mensaje". En Bernardo Díaz Nosty (Dir.) *Tendencias'06. Medios de Comunicación. El año de la televisión*. Madrid: Fundación Telefónica, p. 15-43.

- Díaz Tejera, A. (1983) "Precisión al concepto de mimesis en Aristóteles". En *Serta philologica F. Lázaro Carreter: natalem diem sexagesimum celebranti dicata*. Vol I. Madrid: Cátedra, p. 179-186.
- Dobson, N. (2003) "Nitpicking *The Simpsons*: critique and continuity in constructed realities". En: *Animation journals*, 11, p. 82-93.
- Donnelly, K. (2001) "Adult animation". En Glen Creeber (ed.) *The television genre book*. London: British Film Institute, p. 73-75.
- Dixon, W.W. y Foster, G. A. (2009 [2008]) *Breve historia del cine*. Barcelona: Robinbook.
- Dorfman, A. y Mattelart, A. (1977 [1972]) *Para leer al Pato Donald*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Dyer, G. (1982) *Advertising as communication*. London y New York: Methuen.
- Eco, U. (1972 [1968]) *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. Lumen: Barcelona.
- (1979) "Can television teach?". En: *Screen Education*, 31, pp. 15-24.
 - (1984) "The frames of comic 'freedom'". En Thomas A. Sebeok (ed.) *Carnival!* Berlin, New York y Amsterdam: Mouton, p. 1-9.
 - (1987 [1979]) *Lector in Fabula: la cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona: Lumen.
 - (1988 [1985]) *De los espejos y otros ensayos*. Barcelona: Lumen.
 - (1996 [1994]) *Seis paseos por los bosques narrativos*. Barcelona: Lumen.
 - (2005 [2002]) *Sobre literatura*. Barcelona: Debolsillo.
- Ellis, J. (2000) *Seeing things: Television in the age of uncertainty*. London: I. B. Tauris.
- Erickson, H. (2005 [1995]) *Television cartoon shows: an illustrated encyclopedia, 1949 through 2003*. Jefferson, NC: McFarland.
- Essany, M. (2008) *Reality check: the business and art of producing reality TV*. Burlington, MA: Focal Press.
- Esser, F. (1999) "'Tabloidization' of news: a comparative analysis of Anglo-American and German press journalism". En: *European Journal of Communication*, 14 (3), p. 291-324.
- Evans, C. R. (1994) *Marketing channels: infomercials, and the future of televised marketing*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Evans, P.W. y Deleyto, C. (eds.) (1998) *Terms of Endearment: Hollywood romantic comedy of the 1980s and 1990s*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Farley, R. (2003) "From Fred and Wilma to Ren and Stimpy. What makes a cartoon "prime time"?" En Carol A. Stabile y Mark Harrison (eds.) *Prime time animation: Television animation and American culture*. London y New York: Routledge, p. 147-164.
- Feuer, J. (1984) "The MTM style". En Jane Feuer, Paul Kerr y Tise Vahimagi (eds.) *MTM: quality television*. London: British Film Institute, p. 32-60.
- (1987) "Genre Study and Television". En Robert C. Allen (ed.) *Channels of discourse: television and contemporary criticism*. London: Routledge, p. 113-33.

Finch, C. (1973) *The art of Walt Disney: from Mickey Mouse to the magic kingdoms*. New York: Harry N. Abrams.

Fiske, J. (1987) *Television culture*. London: Methuen.

— (1989) *Understanding popular culture*. Boston: Unwin Hyman.

— (1989) “Moments of television: neither the text nor the audience”. En Ellen Seiter, Hans Borchers, Gabrielle Keutzner y Eva-Maria Warth (eds.) *Remote control: television, audiences, and cultural power*. London: Routledge, p. 56-78.

Flew, T. (1994) “The Simpsons: culture, class and popular TV” En: *Metro*, 97, p. 14-19.

Furniss, M. (1998) *Art in motion: animation aesthetics*. London: John Libbey.

Gardiner, M. (1999) “Bakhtin’s carnival: Utopia as critique”. En Caryl Emerson (ed.) *Critical essays on Mikhail Bakhtin*. New York: G.K. Hall & Co, p. 252-277.

Genette, G. (1989 [1972]) *Figuras III*. Barcelona: Lumen.

— (1978) *Introduction à l’architexte*. Paris: Éditions du Seuil.

— (1989 [1982]) *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.

Geraghty, C. (1991) *Women and soap opera: a study of prime time soaps*. Cambridge, MA: Polity Press; Oxford: Basil Blackwell.

Ghertner, E. (2010) *Layout and composition for animation*. Burlington, MA: Focal Press/Elsevier.

Gide, A. (1948) *Journal 1889-1939*. París: Gallimard.

Glynn, K. (1996) “Bartmania: The social reception of an unruly image”. En: *Camera Obscura: Feminism, Culture and Media Studies*, 13 (2 38), p. 60-91.

— (2000) *Tabloid culture: trash taste, popular power, and the transformation of American television*. Durham y London: Duke University Press.

González, J. A. (1998) *La cofradía de las emociones (in) terminables: miradas sobre telenovelas en México*. México: Universidad de Guadalajara.

Gordillo, I. (2009) *Manual de narrativa televisiva*. Madrid: Síntesis.

Gray, J. (2005) “Television teaching: Parody, The Simpsons, and media literacy education” En: *Critical Studies in Media Communication*, 22 (3), p. 223-238.

— (2006) *Watching with The Simpsons. Television, parody, and intertextuality*. New York y London: Routledge.

— (2012) “From whence came Cartman: South Park’s Intertextual lineage”. En Brian Cogan (ed.) *Deconstructing South Park: Critical Examinations of Animated Transgression*. Lanham, MD: Lexington Books, p. 3-16.

Gripsrud, J. (1998) “Television, Broadcasting, Flow: Keys metaphors in TV theory”. En Christine Geraghty y David Lusted (eds.) *The Television Studies Book*. London y New York: Arnold, p. 17- 32.

322 Grote, D. (1983) *The end of comedy: the sit-com and the comedic tradition*. Hamden, CT: Archon Books.

- Gubern, R. (1983) *Cien años de cine. Volumen I*. Barcelona: Bruguera.
- (1987) *El simio informatizado*. Madrid: FUNDESCO.
- (2000) *El eros electrónico*. Madrid: Taurus.
- Hagerman, W.L. (1990) *Broadcast advertising copywriting*. Boston y London: Focal Press.
- Hall, S. (1980) “Encoding, Decoding”. En Stuart Hall (et al) *Culture, media, language: working papers in cultural studies, 1972-1979*. London: Routledge, p. 128-138.
- Hallin, D. (1994) *We keep America on top of the world: television, journalism, and the public sphere*. London: Routledge.
- Halpern, P. (2007) *What's science ever done for us? What The Simpsons can teach us about physics, robots, life and the universe*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Hallsall, A. (2008) “‘Bigger, longer and uncut’: South Park and the carnivalesque”. En Jeffrey Andrew Weinstock (ed.) *Taking South Park seriously*. Albany: State University of New York Press, p. 23-37.
- Hamamoto, D. (1989) *Nervous laughter: television situation comedy and liberal democratic ideology*. New York: Praeger.
- Hansen, A. et al. (1998) *Mass communication research methods*. Hampshire y London: Macmillan.
- Haralovich, M. B. (1988) “Suburban Family Sitcoms and Consumer Product Design: Addressing the Social Subjectivity of Homemakers in the 1950's”. En Phillip Drummond y Richard Paterson (eds.) *Television and its audience: international research perspectives*. London: British Film Institute, p. 38-60.
- Harries, D. (2000) *Film parody*. London: British Film Institute.
- Harrison, T. (1989 [1987]) *Manual de técnicas de publicidad*. Bilbao: Ediciones Deusto.
- Hartley, J. (1982) *Understanding news*. London: Routledge.
- (2000 [1999]) *Los usos de la televisión*. Barcelona: Paidós.
- Hein, J. (2003) *Jump the shark*. New York: Plume
- Hendershot, H. (1998) *Saturday morning censors: television regulation before the V-Chip*. Durham, NC: Duke University Press.
- Henry, M. (1994) “The triumph of popular culture, situation comedy, postmodernism, and The Simpsons”. En: *Studies in Popular Culture*, 17 (8), p. 85-99.
- Herman, E. S. y Chomsky, N. (1988) *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. New York: Pantheon.
- Hilton-Morrow, W. y McMahan, D. T. (2003) “The Flintstones To Futurama: network and prime time animation”. En Carol A. Stabile y Mark Harrison (eds.) *Prime time animation: television animation and American culture*. London y New York: Routledge, p. 74-88.
- Hodge, B. y Tripp, D. (1988 [1986]) *Los niños y la televisión*. Barcelona: Planeta.

- Holbert, R. L., Shah, D.V. y Kwak, N. (2003) "Political implications of prime-time drama and sitcom use: genre of representation and opinions concerning women's rights". En: *Journal of Communication*, 53 (1), p. 45-60.
- Horton, A.S. (ed.) (1991) *Comedy/Cinema/Theory*. Berkeley: University of California Press.
- Huff, R. (2006) *Reality television*. Westport, CT: Praeger.
- Hull, M.B. (2000) "Postmodern philosophy meets pop cartoon: Michel Foucault and Matt Groening". En: *Journal of Popular Culture*, 34 (2), p. 57-67.
- Hutcheon, L. (1980) *Narcissistic narrative. The metafictional paradox*. Waterloo, ON: Wilfrid Laurier University Press.
- (1985) *A theory of parody: the teachings of twentieth-century art forms*. New York y London: Methuen.
- Iampolski, M. (1996) *La teoría de la intertextualidad y el cine*. Valencia: Episteme.
- (1998) *The memory of Tiresias: intertextuality and film*. London: University of California Press.
- Iosifidis, P. (2007) *Public television in the digital era*. Hampshire y New York: Palgrave Macmillan.
- Irwin, W., Conard, M.T. y Skoble, A. J. (eds.) (2009 [2001]) *Los Simpsons y la filosofía*. Barcelona: Blackie Books.
- Irwin, W. y Lombardo, J.R. (2009 [2001]) "Los Simpsons y la alusión: «El peor ensayo de la historia»". En William Irwin, Mark T. Conard y Aeon J. Skoble (eds.) *Los Simpsons y la filosofía*. Barcelona: Blackie Books, p. 115-129.
- Iser, W. (1987 [1976]) *El acto de leer*. Madrid: Taurus.
- Jackson, K. M. (1993) *Walt Disney, a bio-bibliography*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Jacobson, H. (1997) *Seriously funny: from the ridiculous to the sublime*. London: Viking.
- Jameson, F. (1991 [1984]) *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós.
- Jauss, H.R. (2000 [1970]) *La historia de la literatura como provocación*. Barcelona: Península.
- Jhally, S. y Lewis, J. (1992) *Enlightened racism: The Cosby Show, audience, and the myth of the American dream*. Boulder: Westview Press.
- Johnson-Woods, T. (2007) *Blame Canada! South Park and contemporary culture*. New York: Continuum.
- Jones, G. (1992) *Honey, I'm home! sitcoms: selling the American dream*. New York: Grove Weidenfeld.
- Joyrich, L. (1992) "All that television allows: TV melodrama, postmodernism, and consumer culture." En Lynn Spigel y Dennise Mann (eds.) *Private screenings: television and the female consumer*. Minneapolis: University of Minnesota Press, p. 227-51.

- (1996) *Re-viewing reception. Television, gender, and postmodern culture*. Bloomington e Indianapolis: Indianan University Press.
- Karnick, K. B. y Jenkins, H. (eds.) (1995) *Classical Hollywood comedy*. London y New York: Routledge.
- Kellner, D. (2011 [1995]) *Cultura mediática. Estudios culturales, identidad y políticas entre lo moderno y lo posmoderno*. Madrid: Akal.
- Keslowitz, S. (2003) *The Simpsons and society: an analysis of our favorite family and its influence in contemporary society*. Detroit: Hats Off books.
- (2006) *The world according to The Simpsons: what our favorite TV family says about life, love and the pursuit of the perfect donut*. Naperville, IL: Sourcebooks, Inc.
- King, G. (2002) *Film comedy*. London: Wallf ower Press.
- Kleinhans, Ch. (1974) “Types of audience response. From tear-jerkers to thought-provokers”. En: *Jump Cut. A Review of Contemporary Media*, 4, p. 21-23.
- Knight, D. (2009 [2008]) “La parodia popular: *Los Simpsons* y el cine de gángsters”. En William Irwin, Mark T. Conard y Aeon J. Skoble (eds.) *Los Simpsons y la filosofía*. Barcelona: Blackie Books, p. 131-150.
- Koseluk, G. (2000) *Great brit-coms: British television situation comedy*. Jefferson, NC y London: McFarland.
- Kristeva, J. (1978 [1969]) *Semiótica 1*. Madrid: Fundamentos.
- Krutnik, F. (2003) *Hollywood comedians: the film reader*. London y New York: Routledge.
- Lacalle, Ch. (1995) “La voz del espectador”. En: *Telos*, 43 (septiembre-noviembre, 1995), p. 97-104.
- (2001) *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Langer, J. (200 [1998]) *La televisión sensacionalista: el periodismo popular y las “otras noticias”*. Barcelona: Paidós.
- Langer, M. (1997) “Animatophilia, cultural production and corporate interests. The case of Ren & Stimpy”. En Jayne Pilling (ed.) *A reader in animation studies*. London: John Libbey, p. 143-162.
- Larsen, P. (1993) “Análisis textual del contenido de ficción de los medios de comunicación”. En Klaus B. Jensen y N.W. Jankowski (eds.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosh Casa Editorial, S.A., p. 149-164.
- Lawson, H. (1985) *Reflexivity: the post-modern predicament*. London: Hutchinson.
- Lehman, C. (2007) *The colored cartoon. Black representation in American animated short films, 1907-1954*. Massachusetts: University of Massachusetts Press.
- Lejeune, P. (1994 [1975]) *El pacto autobiográfico y otros estudios*. Madrid: Megazul-Endymion.

- León Gross, T. (2006) "La agenda de los noticiarios". En Bernardo Díaz Nosty (Dir.) *Tendencias'06. Medios de Comunicación. El año de la televisión*. Madrid: Fundación Telefónica, p. 271-279.
- Lewis, J. (1986) "Decoding Television News". En Phillip Drummond y Richard Paterson (eds). *Television in transition: papers from the first international television studies conference*. London: British Film Institute, p. 205-234.
- (1991) *The ideological octopus: an exploration of television and its audience*. London: Routledge.
- Lindvall, T. R. y Melton, J. M. (1997 [1994]) "Toward a post-modern animated discourse. Bakhtin, intertextuality and the cartoon carnival". En Jayne Pilling (ed.) *A reader in animation studies*. London: John Libbey, p. 203- 220.
- Lipsitz, G. (1988) "The Meaning of memory: family, class and ethnicity in early network television programs". En: *Camera Obscura: Journal of Feminism and Film Theory*, 16, p. 79-116.
- Lorente, J. (1986) *Casi todo lo que sé de publicidad*. Barcelona: Folio.
- MacMurrough-Kavanagh, M. K. (2000) "What's all this then? The ideology of identity in *The Cops*". En Bruce Carson y Margaret Llewellyn-Jones (eds.) *Frames and fictions on television: the politics of identity within drama*. Portland, OR y Exeter, UK: Intellect Books, p. 40-49.
- Mai, H. P. (1991) "Bypassing intertextuality: hermeneutics, textual practice, hypertext". En Heinrich Plett (ed.) *Intertextuality*. New York: Walter de Gruyter, p. 30-59.
- Maltin, L. (1980) *Of Mice and Magic: A History of American Animated Cartoons*. New York: New American Library.
- Marc, D. (1997 [1989]) *Comic visions. Television comedy and American culture*. Malden, MA y Oxford: Blackwell.
- Marín, J.P. (2004) *Detrás de Los Simpson*. Madrid: Ediciones del Laberinto, S.L.
- Martín-Barbero, J. (1992) *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Mast, G. (1979) *The comic mind: comedy in the movies*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Matelski, M.J. (1988) *The soap opera evolution: America's enduring romance with Daytime*. Jefferson: McFarland and Company.
- Matthews, N. (2000) *comic politics: gender in hollywood comedy after the new right*. Manchester: Manchester University Press.
- McManus, J. H. (1994) *Market-driven journalism: let the citizens beware*. London: Sage.
- McNeil, A. (1991 [1980]) *Total television: a comprehensive guide to programming from 1948 to the present*. New York: Penguin Books.
- Means Coleman, R. (2000) *African american viewers and the black situation comedy: situating racial humor*. Nueva York: Garland.
- Menache, A. (2011) *Understanding motion capture for computer animation*. Burlington, MA: Morgan kaufmann.

- Metz, C. (1973 [1971]) *Lenguaje y cine*. Barcelona: Planeta.
- Mills, B. (2001) “‘Studying Comedy’ and ‘Humor Theory’”. En Glen Creeber (ed.) *The television genre book*. London: British Film Institute, p. 61-63.
- (2005) *Television Sitcom*. London: British Film Institute.
 - (2009) *The sitcom*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Mintz, L. (1985) “Situation Comedy”. En Brian G. Rose (ed.) *TV genres: a handbook and reference guide*. Westport, CT: Greenwood Press, p. 107-129.
- Mittell, J. (2001) “Cartoon realism: genre mixing and the cultural life of *The Simpsons*”. En: *Velvet Light Trap*, 47 (Spring Issue), pp. 15-28.
- (2003) “The great saturday morning exile”. En Carol A. Stabile y Mark Harrison (eds.) *Prime time animation: television animation and American culture*. London y New York: Routledge, p. 33-54.
 - (2004) *Genre and television: from cop shows to cartoon in American culture*. New York y London: Routledge.
 - (2005) “A cultural approach to television genre theory”. En Robert C. Allen and Annette Hill (eds.) *The television studies reader*. New York: Routledge, p. 171-181.
 - (2010) *Television and American culture*. New York: Oxford University Press.
- Moeller, S.D. (1999) *Compassion fatigue: how the media sell disease, famine, war and death*. London: Routledge.
- Morley, D. (1996 [1992]) *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos aires: Amorrortu.
- Morreale, J. (ed.) (2003) *Critiquing the sitcom: a reader*. Syracuse (NY): Syracuse University Press.
- Murphy, P. D. (1995) “The whole wide world was scrubbed clean. The androcentric animation of denatures Disney”. En Elizabeth Bell, Lynda Haas y Laura Sells (eds.) *From mouse to mermaid: the politics of film, gender, and culture*. Bloomington: Indiana University Press, p. 125-136.
- Neale, S. y Krutnik, F. (1990) *Popular film and television comedy*. London y New York: Routledge.
- Newman, K. M. (2003) “‘Misery Chick’: Irony, alienation and animation in MTV’s *Daria*”. En Carol A. Stabile y Mark Harrison (eds.) *Prime time animation: television animation and American culture*. London y New York: Routledge, p. 185-204.
- Nichols-Pethick, J. (2012) *TV cops: the contemporary American television police drama*. New York: Routledge.
- Nöth, W. y Bishara, N. (eds.) (2007) *Self-reference in the media*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- O’Day, M. (2005 [2001]) “Postmodernism and television”. En Stuart Sim (ed.) *The Routledge companion to postmodernism*. London y New York: Routledge, p. 103-110.
- O’Hailey, T. (2010) *Hybrid animation: integrating 2D and 3D assets*. Burlington, MA: Focal Press.
- Ogilvy, D. (1967 [1963]) *Confesiones de un publicitario*. Barcelona: oikos-tau.

- (1984 [1983]) *Ogilvy & publicidad*. Barcelona: Folio.
- Ortega Martínez, E. (1992) *La publicidad en televisión. Estilos, slogans, promociones, inversiones*. Madrid: Delphi Consultores Internacionales, S.L.
- Ott, B. (2007). *The small screen: how television equips us to live in the Information Age*. Malden, MA: Blackwell.
- Ott, B. y Walter, C. (2000) “Intertextuality: interpretive practice and textual strategy”. En: *Critical Studies in Media Communication*, 17 (4), p. 429-446.
- Ouellette, L. y Lewis, J. (2004) “Moving beyond the ‘vast wasteland’. Cultural policy and television in the United States”. En Robert C. Allen y Annette Hill (eds.) *the television studies reader*. London y New York: Routledge, p. 52-65.
- Packard, V. (1973 [1957]) *Las formas ocultas de la propaganda*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Palmer, J. (1987) *The logic of the absurd on film and television comedy*. London: British Film Institut.
- (1994) *Taking humour seriously*. London, Routledge.
- Parent, R. (2008) *Computer animation: algorithms and techniques*. Amsterdam [etc.]: Elsevier.
- Parisi, P. (1993) “‘Black Bart’ Simpsons: appropriation and revitalization in commodity culture”. En: *Journal of Popular Culture*, 27 (1), p. 125-42.
- Paul, W. (1994) *Laughing, screaming: modern Hollywood horror and comedy*. New York: Columbia University Press.
- Pearson, R. y Simpson, P. (eds.) (2001) *Critical dictionary of film and television theory*. London y New York: Routledge.
- Pilling, J. (ed.) (1997) *A reader in animation studies*. London: John Libbey.
- Pinski, M.I. (2010 [2001]) *El evangelio según Los Simpsons*. Mexico, D.F: Selector.
- Polan, D. (1985) “A brechtian cinema? Toward a politics of self-reflexive film”. En Bill Nichols (ed.) *Movies and methods. Volume II*. Berkeley y Los Angeles: University of California Press, p. 661-672.
- Postman, N. (1991 [1985]) *Divertirse hasta morir: el discurso público en la era del “show business”*. Barcelona: Ediciones de la Tempestad.
- Postman, N. y Powers, S. (1992) *How to watch TV news*. London: Penguin.
- Pringle, H. (2004) *Celebrity sells*. West Sussex, UK: John Wiley and sons, Ltd.
- Propp, V. (1981 [1928]) *Morfología del cuento*. Madrid: Fundamentos.
- Radway, J. (1987 [1984]) *Reading the romance: women, patriarchy and popular literature*. London y New York: Verso.
- Reichert, T. y Lambiase, J. (2003) *Sex in Advertising: Perspectives on the Erotic Appeal*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

- Rickman, G. (ed.) (2001) *The film comedy reader*. New York: Limelight.
- Riffaterre, M. (1990) "Compulsory reader response: the intertextual drive". En Michael Worton y Judith Still (eds.) *Intertextuality: theories and practices*. Manchester: Manchester University Press, p. 56-78.
- Roberts, S. (2004) *Character animation in 3D: use traditional drawing techniques to produce stunning CGI animation*. Oxford y Burlington, MA: Focal.
- (2011) *Character animation fundamentals: developing skills for 2D and 3D character animation*. Oxford: Focal.
- Robinson, M.J. (2012) "The feminine mistook: carnival, feminist humor and South Park". En Brian Cogan (ed.) *Deconstructing South Park: critical examinations of animated transgression*. Lanham, MD: Lexington Books, p. 179-194.
- Rose, M. (1993) *Parody: ancient, modern, and post-modern*. Cambridge y New York: Cambridge University Press.
- Rowe, K. (1994) "Roseanne. Unruly woman as domestic goddess". En Horance Newcomb (ed.) *Television: the critical view*. Oxford: Oxford University Press, p. 101-116.
- Saborit, J. (1992 [1988]) *La imagen publicitaria en televisión*. Madrid: Cátedra.
- Samuel, L. R. (2001) *Brought to you by. Postwar television advertising and the American Dream*. Austin: University of Texas Press.
- Samuelson, T. (2002) *But, wait! there's more!: the irresistible appeal and spiel of Ronco and Popeil*. New York: Rizzoli.
- Sánchez Noriega, J. L. (2006 [2002]) *Historia del cine. Teorías y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*. Madrid: Alianza.
- Sandler, K. S. (2003) "Synergy nirvana: Brand equity, television animation and cartoon network". En Carol A. Stabile y Mark Harrison (eds.) *Prime time animation: television animation and American culture*. London y New York: Routledge, p. 89-109.
- Santos, A. (1997) "Hollywood: la consolidación de los estudios". En Jenaro Talens y Santos Zunzunegui (coords.) *Historia general del cine. Volumen IV. América (1915-1928)*. Madrid: Catedra.
- Schatz, T. (1999) *Boom and bust: American cinema in the 1940s*. Berkeley: University of California Press.
- Schmidt, S.J. (2007) "Modes of self-reference in advertising". En Winfried Nöth y Nina Bishara (eds.) *Self-reference in the media*. Berlin: Mouton de Gruyter, p. 47-60.
- Schneider, S. (1988) *That's all folks!: the art of Warner Brothers animation*. New York: Henry Holt and company.
- Schroeder, R. (2003) *El mundo de Disney: una historia visual*. Madrid: Gaviota.
- Seib, P. (2002) *The global journalist: news and conscience in a world of conflict*. New York: Rowman and Littlefield.
- Silverman, D. S. (2007) "You can't air that": four cases of controversy and censorship in American television programming. Syracuse, NY: Syracuse University Press.

- Smith, D. (2002) *Disney: the first 100 years*. New York: Disney Editions.
- Smoodin, E. (1993) *Animating culture: Hollywood cartoons from the sound era*. New Brunswick (NJ): Rutgers University Press.
- (ed.) (1994) *Disney discourse: producing the magic kingdom*. New York: Routledge.
- Snow, D.E. y Snow, J.J. (2009 [2001]) “Los Simpsons y la política del sexo”. En William Irwin, Mark T. Conard y Aeon J. Skoble (eds.) *Los Simpsons y la filosofía*. Barcelona: Blackie Books, p. 175-199.
- Solomon, Ch. (1989) *Enchanted drawings: the history of animation*. New York: Knopf.
- Spang, K. (1984) “Mímesis, ficción y verosimilitud en la creación literaria”. En: *Anuario Filosófico*, XVII (2), p. 153 - 159.
- Spigel, L. (1992) *Make room for TV: television and the family ideal in postwar America*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Spring, J. H. (1992) *Images of American life: a history of ideological management in schools, movies, radio, and television*. Albany: State University of New York Press.
- Stabile, C. A. y Harrison, M. (eds.) (2003) *Prime time animation: television animation and American culture*. London y New York: Routledge.
- Staiger, J. (2000) *Blockbuster TV: must-see sitcoms in the network era*. London y New York: New York University Press.
- Stallybrass, P., & White, A. (1986) *The politics and poetics of transgression*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Stam, R. (1989) *Subversive pleasures: Bakhtin, cultural criticism, and film*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- (2001[2000]) *Teorías del cine: una introducción*. Barcelona: Paidós.
- Stam, R., Burgoyne, R. y Flitterman-Lewis, S. (1999 [1992]) *Nuevos conceptos de la teoría del cine. Estructuralismo, semiótica, narratología, psicoanálisis, intertextualidad*. Barcelona: Paidós.
- Stern, R. (2009) *But wait ... there's more!: tighten your abs, make millions, and learn how the \$100 billion infomercial industry sold us everything but the kitchen sink*. London: HarperCollins.
- Stevenson, J. (1995) *The fourth wall and the third space*. New York: Center for Playback Theater.
- Taylor, E. (1989) *Prime time families: television and culture in postwar America*. Berkeley: University of California Press.
- Thomas, F. y Johnston, O. (1995) *The illusion of life: Disney animation*. New York: Disney Editions.
- Thompson, B. (2004) *Sunshine on putty. The golden age of British comedy from Vic Reeves to the Office*. London: Harper Perennial.
- Thompson, K. y Bordwell, D. (2003 [1994]) *Film history. An introduction*. New York: McGraw-Hill Higher Education.

- Todorov, T. (2004 [1977]) *Poética estructuralista*. Madrid: Losada.
- Toro, F. de. (1987) *Semiótica del teatro: del texto a la puesta en escena*. Buenos Aires: Galerna.
- Torrelavega, J. L. (2010) “The Flintstones/The Simpsons: prime time, de la animación limitada al contenedor de ficciones”. En Alberto Ruiz de Samaniego (ed.) *Estéticas de la animación*. Madrid: Maia, p. 158- 182.
- Trujillo, N. (1991) “Hegemonic masculinity on the mound: media representation of Nolan Ryan and American sports culture”. En: *Critical Studies in Mass Communication*, 8 (3), p. 290-308.
- Turner, C. (2004) *Planet Simpson: how a cartoon masterpiece documented an era and defined a generation*. London: Ebury Press.
- Turner, G. (1999) “Tabloidization, journalism and the possibility of critique”. En: *International Journal of Cultural Studies*, 2(1), p. 59–76.
- Vidal González, R. (2006) *La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia.
- Vince, J. (ed.) (2000) *Essential computer animation fast: how to understand the techniques and potential of computer animation*. London: Springer.
- (2002) *Handbook of computer animation*. London y New York: Springer.
- Vineberg, S. (2005) *High comedy in American movies: class and humor from the 1920s to the present*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Wagg, S. (ed.) (1998 [1997]) *Because I tell a joke or two: comedy, politics and social difference*. London y New York: Routledge.
- Wallace, J.M. (2009 [2001]) “Un marxista (Karl, no Groucho) en Springfield”. En William Irwin, Mark T. Conard y Aeon J. Skoble (eds.) *Los Simpsons y la filosofía*. Barcelona: Blackie Books, p. 319-340.
- Waltone, K. y Du Vernay, D. (2010) *The Simpsons in the classroom. Embiggening the learning experience with the wisdom of Springfield*. Jefferson, NC: McFarlan & Company, Inc.
- Wasko, J. (2001) *Understanding Disney: the manufacture of fantasy*. Cambridge: Polity.
- Waugh, P. (1984) *Metafiction: the theory and practice of self-conscious fiction*. London y New York: Methuen.
- Webster, Ch. (2005) *Animation: the mechanics of motion*. Oxford [etc.]: Elsevier/Focal Press.
- Weinstein, D. (1998) “Of mice and Bart: The Simpsons and the postmodern”. En Cristina Degli-Esposti (ed.) *Postmodernism in the cinema*. Oxford: Berghahn Books, p.61-72.
- Weispfenning, J. (2003) “Cultural functions of reruns: time, memory, and television”. En: *Journal of Communication*, 53 (1), p. 165-176.
- Wells, P. (1998) *Understanding animation*. London: Routledge.
- (2002a) *Animation and America*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

— (2002b) *Animation: genre to authorship*. London y New York: Wallflower.

— (2007 [2006]) *Fundamentos de la animación*. Barcelona: Parramón.

Whitley, D. (2008) *The idea of nature in Disney animation*. Aldershot, Hants: Ashgate.

Williams-Rautiola, S. (2006) “Animated fathers: representation of masculinity in *The Simpsons* and *King of the Hill*”. En Suzanne Buchan (ed.) *Animated ‘Worlds’*. Eastleigh: John Libbey Publishing, p. 95-112.

Williamson, J. (1978) *Decoding Advertisements. Ideology and meaning in advertising*. London: Marion Boyars.

Wilmot, R. y Rosengard, P. (1989) *Didn’t you kill my mother-in-law?: the story of alternative comedy in Britain from The Comedy Store to Saturday Live*. London: Methuen.

Winder, C. y Dowlatabadi, Z. (2011) *Producing animation*. Boston: Focal Press.

7.2. Artículos de diarios o revistas

Alter, J. (1999) “The new powers that be”. En: *Newsweek*, 18 enero 1999, p. 14-15.

Battaglio, S. (2005) “The second life of Brian”. En: *TV Guide*, 1-7 mayo 2005, p. 25.

Fries, L. (2000) “Sammy. TV reviews”. En: *Variety*, 31 julio-6 agosto 2000, p. 34.

Greenstein, J. (1991) “Animated Nickelodeon seeks to build library”. En: *Multichannel News*, 12 (11), p. 16.

Netherby, J. (2004) “DVD keeps Family alive”. En: *Video Business*, 29 marzo 2004.

Patrizio, A. (2004) “The Family Guy to return. Production begins for a 2005 return to TV”. En: *IGN*, 27 febrero 2004. [En línea] <http://uk.dvd.ign.com/articles/495/495464p1.html> [Consultada: 25 febrero 2011].

7.3. Artículos especializados en Internet

Horowitz, J. (1999) “Mmm... Television. A study of the audience of *The Simpsons*”. [En línea] <http://www.snpp.com/other/papers/jh.paper.html>. [Consultada: 3 de diciembre de 2011].

7.4. Páginas webs consultadas

Channel Simpsons: <http://www.simpsonschannel.com/> [Consultada: 7 junio 2012].

Los Angeles Times. (s.f.). The Envelope. The Ultimate Award Site. Past winners database: <http://web.archive.org/web/20061017151120/theenvelope.latimes.com/extras/lostmind/ratings/ratings.htm> [Consultada: 20 diciembre 2010].

Office of Communications: <http://www.ofcom.org.uk>.

TV by Numbers: <http://tvbythenumbers.zap2it.com/> [Consultada: 7 junio 2012].

TV Week: <http://www.tvweek.com/> [Consultada: 7 junio 2012].

PARTE IV.

ANEXOS

Anexo 1. Lista completa de las comedias animadas de prime time

	Titulo	Cadena	Año/s de emisión	Temporadas (T)- episodios (E)	Duración
1	12 oz. Mouse	Adult Swim	2005-07	2T-20E	11-12 min
2	3-South	MTV	2002-03	1T -13E (2 sin emitir)	21-24 min
3	Allen Gregory	Fox	2011	1T-7E	21-24 min
4	The Alvin Show	CBS	1961-62	1T-26E	21-24 min
5	American Dad!	FOX	2005-	7T-133E ¹	21-24 min
6	Aqua Teen Hunger Force	Adult Swim	2000-	8T-110E	11-12 min
7	Archer	FX	2009-	3T-36E	21-24 min
8	Assy McGee	Adult Swim	2006-08	2T-20E	11-12 min
9	Baby Blues	The WB	2000	½ T-8E	21-24 min
		Adult Swim	2002	½ T-5E	
10	Beany and Cecil	ABC	1962	1T-26E	21-24 min
11	Beavis and Butt-head	MTV	1993-97	7T-200E	21-24 min*
			2011-	1T-22E	
12	Bob's Burgers	Fox	2011-	2T-24E	21-24 min
13	The Boondocks	Adult Swim	2005-	3T-45E	21-24 min
14	The Brak Show	Adult Swim	2000-03	3T-28E	11-12 min
15	The Brothers Grunt	MTV	1994-95	1T-38E	21-24 min
16	The Bugs Bunny Show	ABC	1960-1962	2T-52E	21-24 min*
17	The Bullwinkle Show	NBC	1961-62	1T--33E	21-24 min*

¹ Para todas las series que se continúan emitiendo, el número de temporadas y episodios esta contabilizado hasta el final de la temporada 2011-2012.

*Repartidos en dos o más segmentos

18	Calvin and the Colonel	ABC	1961-62	1T-26E	21-24 min
19	Capitol Critters	ABC	1992	1T-13E	21-24 min
20	Celebrity Deathmatch	MTV	1998-2002	4T-77E	21-24 min
		MTV2	2006-08	2T-16E	
21	China, IL	Adult Swim	2011-	1T- 11E	11-12 min
22	Clerks	ABC	2000	1T-6E	21-24 min
23	The Cleveland Show	FOX	2009-	3T-65E	21-24 min
24	Clone High	MTV	2002-03	1T-13E	21-24 min
25	Code Monkeys	G4	2007-08	2T-26E	21-24 min
26	The Critic	ABC	1994	1T-13E	21-24 min
		FOX	1995	1T-10E	
27	Daria	MTV	1997-2002	5T-65E	21-24 min
28	Dilbert	UPN	1999-2000	2T-30E	21-24 min
29	Dr. Katz, Professional Therapist	Comedy Central	1995-99	6T-81E	21-24 min
30	Downtown	MTV	1999	1T-13E	21-24 min
31	Drawn Together	Comedy Central	2004-07	3T-36E	21-24 min
32	The Drinky Crow Show	Adult Swim	2008-09	1T-11E	11-12 min
33	Duckman	USA Network	1994-97	4T-70E	21-24 min
34	Family Dog	CBS	1993	1T-10E	21-24 min
35	Family Guy	FOX	1999-2002	3T-50E	21-24 min
			2005-	7T-138E	
36	The Famous Adventures of Mr. Magoo	NBC	1964-65	1T-26E	21-24 min
37	Father of the Pride	NBC	2004	1T-14E	21-24 min
38	Fish Police	CBS	1992	1T-6E	21-24 min
39	The Flintstones	ABC	1960-66	6T-166E	21-24 min
40	Freak Show	Comedy Central	2006	1T-7E	21-24 min

41	Frisky Dingo	Adult Swim	2006-08	2T-25E	11-12min
42	Futurama	FOX	1999-2003	4T-72E	21-24 min
43	Game Over	Comedy Central	2008-	2T-42E	
44	Gary and Mike	UPN	2004	1T-6E	21-24 min
45	Gary the Rat	UPN	2001	1T-13E	21-24 min
46	God, The Devil, and Bob	Spike TV	2003	1T-13E	21-24 min
47	Good Vibes	NBC	2000	1T-13E	21-24 min
48	The Goode Family	MTV	2011	1T-12E	21-24 min
49	The Groovenians	ABC	2009	1T-13E	21-24 min
50	Happy Tree Friends	Adult Swim	2002	1T-1E	21-24 min
51	Harvey Birdman, Attorney at Law	G4	2006	1T-13E	21-24 min*
52	Home Movies	Adult Swim	2000-07	4T-39E	11-12 min
53	Hopeless Picture	UPN	1999	1T-5E	21-24 min
54	The Jetsons	Adult Swim	2001-2004	4T-47E	
55	Kid Notorious	IFC	2005	1T-9E	21-24 min
56	King of the Hill	ABC	1962-63	1T-24E	21-24 min
57	Korgoth of Barbaria	Comedy Central	2003-04	2T-9E	21-24 min
58	The Life & Times of Tim	FOX	1997-2009	13T-255E	21-24 min
59	Lil' Bush	Syndication	2010	1T-4E	
60	Lucy, the Daughter of the Devil	Adult Swim	2006	1T-1E	21-24 min
61	Mary Shelley Frankkeholes	HBO	2008-	3T-30E	21-24 min
		Comedy Central	2007-08	2T-17E	21-24 min* ²
		Adult Swim	2007	1T-11E	11-12 min
		Adult Swim	2010-	2T-20E	11-12 min

² Durante la primera temporada cada episodio duraba entre 11 y 12 minutos. No obstante, en la segunda fueron alargados a una media de 22 minutos.

62	Metacalypse	Adult Swim	2006-	42T-51E	21-24 min ³
63	Minoriteam	Adult Swim	2005-06	1T-20E	11-12 min
64	Mission Hill	The WB	1999-2000	1T-6E	21-24 min
		Adult Swim	2002	1T-7E	
65	Mongo Wrestling Alliance	Adult Swim	2011-	1T-10E	11-12 min
66	Moral Orel	Adult Swim	2005-08	3T-43E	11-12 min
67	Napoleon Dynamite	Fox	2012-	1T-6E	21-24 min
68	The Oblongs	The WB	2001	1T-4E	21-24 min
		Adult Swim	2002	1T-9E	
69	Perfect Hair Forever	Adult Swim	2004-07	2T-7E	11-12 min
70	The PJs	FOX	1999-2000	2T-31E	21-24 min
		The WB	2000-01	1T-16E	
71	Queer Duck	Showtime	2002-04	1T-20E	3 min
72	Ren and Stimpy "Adult Party Cartoon"	Spike TV	2003-04	1T-7E	21-24 min
73	Robot Chicken	Adult Swim	2005-	5T-100E	11-12 min
74	Saddle Rash	Adult Swim	2002	1T-1E	23 min
75	Sammy	NBC	2000	1T-13E (11 sin emitir)	21-24 min
76	Sealab 2021	Adult Swim	2000-05	4T-52E	11-12 min
77	Shorties Watchin' Shorties	Comedy Central	2004	1T-14E (1 sin emitir)	21-24 min
78	The Simpsons	FOX	1989-	23T-508E	21-24 min
79	Sit Down, Shut Up	FOX	2009	1T-13E	21-24 min
80	Slacker Cats	ABC Family	2007	2T-12E (6 sin emitir)	21-24 min
81	South Park	Comedy Central	1997-	16T-230E	21-24 min

³ Durante la primera y segunda temporada cada episodio tenía una duración de entre 11 y 12 minutos. No obstante, en las dos temporadas posteriores los episodios duraban entre 21 y 24 minutos.

82	Space Ghost Coast to Coast	Cartoon Network	1994-2001	6T-77E	15-30 min
		Adult Swim	2001-04	2T-15E	
		Game Tap	2006-08	2T-16E	
83	Squidbillies	Adult Swim	2005-	6T-70E	11-12 min
84	Starveillance	E!	2007	1T-6E	21-24 min*
85	Stripperella	Spike TV	2003-04	1T-13E	21-24 min
86	Stroker and Hoop	Adult Swim	2004-05	1T-13E	21-24 min
87	Superjail	Adult Swim	2008-	2T-20E	11-12 min
88	SuperNews!	Current TV	2005-10	2T-18E	21-24 min*
89	That Crook'd 'Sipp	Adult Swim	2007	1T-1E	15 min
90	This Just In!	Spike TV	2004	1T-6E	21-24 min
91	Titan Maximum	Adult Swim	2009	1T-9E	11-12 min
92	Tom Goes to the Mayor	Adult Swim	2004-06	2T-30E	11-12 min
93	Top Cat	ABC	1961-62	1T-30E	21-24 min
94	Tripping the Rift	Syfy	2004-07	3T-39E	21-24 min
95	Ugly Americans	Comedy Central	2010-	2T-31E	21-24 min
96	Undergrads	MTV	2001	1T-13E	21-24 min
97	Unsupervised	FX	2012-	1T-10E	21-24 min
98	The Venture Bros.	Adult Swim	2003-	4T-55E	21-24 min
99	VH1 ILL-ustrated	VH1	2003-2004	2T-13E	21-24 min*
100	Wait Till Your Father Gets Home	Syndication	1972-74	3T-48E	21-24 min
101	Welcome to Eltingville	Adult Swim	2002	1T-1E	22 min
102	Where's Huddles?	CBS	1970	1T-10E	21-24 min
103	Where My Dogs At?	MTV2	2006	1T-8E	21-24 min

Anexo 2. Muestra detallada

The Simpsons (Fox, 1989) Temporada 22 (2010-11) Domingos, 20:00 horas.

Núm.	Nombre del episodio	Fecha de emisión	Audiencia ⁴
1	Elementary School Musical	26-09-10	7.80
2	Loan-a Lisa	03-10-10	8.95
3	MoneyBART	10-10-10	6.74
4	Treehouse of Horror XXI	07-11-10	8.20
5	Lisa Simpson, This Isn't Your Life	14-11-10	8.97
6	The Fool Monty	21-11-10	6.63
7	How Munched is That Birdie in the Window?	28-11-10	9.42
8	The Fight Before Christmas	05-12-10	9.56
9	Donnie Fatso	12-12-10	7.31
10	Moms I'd Like to Forget	09-01-11	12.65
11	Flaming Moe	16-01-11	6.47
12	Homer the Father	23-01-11	6.50
13	The Blue and the Gray	13-02-11	5.62
14	Angry Dad: The Movie	20-02-11	6.44
15	The Scorpion's Tale	06-03-11	6.20
16	A Midsummer's Nice Dream	13-03-11	5.44
17	Love Is a Many Strangled Thing	27-03-11	6.14
18	The Great Simpsina	10-04-11	4.99
19	The Real Housewives of Fat Tony	01-05-11	6.11
20	Homer Scissorhands	08-05-11	5.48
21	500 Keys	15-05-11	6.00
22	The Ned-Liest Catch	22-05-11	5.29

⁴ Calculado en millones de espectadores la noche del estreno del episodio. Fuente: Nielsen Media Research. Datos consultados en TVbytheNumbers (<http://tvbythenumbers.zap2it.com>), Televisionweek (www.tvweek.com) y Simpsons Channel (www.simpsonschannel.com).

King of the Hill (Fox, 1997- 2009) Temporada 13 (2008-2009) Domingos, 20:30 horas.

Núm.	Nombre del episodio	Fecha de emisión	Audiencia
1	Dia-BILL-ic Shock	28-09-08	7.04
2	Earthly Girls Are Easy	05-10-08	7.16
3	Square-Footed Monster	19-10-08	7.35
4	Lost in MySpace	02-11-08	8.60
5	No Bobby Left Behind	09-11-08	6.79
6	A Bill Full of Dollars	16-11-08	7.04
7	Straight as an Arrow	30-11-08	6.20
8	Lucky See, Monkey Do	08-02-09	4.75
9	What Happens at the National Propane Gas Convention in Memphis Stays at the National Propane Gas Convention in Memphis	15-02-09	5.32
10	Master of Puppets	01-03-09	6.32
11	Bwah My Nose	08-03-09	4.92
12	Uncool Customer	15-03-09	5.38
13	Nancy Does Dallas	22-03-09	5.49
14	Born Again on the Fourth of July	19-04-09	5.52
15	Serves Me Right for Giving General George S. Patton the Bathroom Key	26-04-09	5.16
16	Bad News Bill	03-05-09	5.24
17	Manger Baby Einstein	10-05-09	4.10
18	Uh-oh, Canada	17-05-09	5.16
19	The Boy Can't Help It	13-09-09	6.20
20	To Sirloin with Love	13-09-09	7.68
21	The Honeymooners	17-05-10 ⁵	1.15
22	Bill Gathers Moss	18-05-10	1.07
23	When Joseph Met Lori, and Made Out with Her in the Janitor's Closet	19-05-10	1.06
24	Just Another Manic Kahn-Day	20-05-10	1.22

⁵ Este episodio, como los tres siguientes, no fueron emitidos por Fox sino por Adult Swim, de allí el notable descenso en el número de telespectadores. .

Family Guy (Fox, 1999-) Temporada 9 (2010-11) Domingos, 21:00 horas.

Núm.	Nombre del episodio	Fecha de emisión	Audiencia
1	And Then There Were Fewer	26-09-10	9.13
2	Excellence in Broadcasting	03-10-10	7.94
3	Welcome Back, Carter	10-10-10	7.02
4	Halloween on Spooner Street	07-11-10	7.97
5	Baby, You Knock Me Out	14-11-10	7.00
6	Brian Writes a Bestseller	21-11-10	6.59
7	Road to the North Pole	12-12-10	8.03
8	New Kidney in Town	09-01-11	9.29
9	And I'm Joyce Kinney	16-01-11	7.08
10	Friends of Peter G.	13-02-11	5.99
11	German Guy	20-02-11	6.57
12	The Hand That Rocks the Wheelchair	06-03-11	6.32
13	Trading Places	20-03-11	6.55
14	Tiegs for Two	10-04-11	6.61
15	Brothers & Sisters	17-04-11	6.04
16	The Big Bang Theory	08-05-11	6.52
17	Foreign Affairs	15-05-11	6.55
18	It's a Trap!	22-05-11	5.85

American Dad! (Fox, 2005-) Temporada 6 (2010-11) Septiembre – Diciembre: Domingos, 21:30 horas. Enero – Mayo: Domingos, 19:30 horas

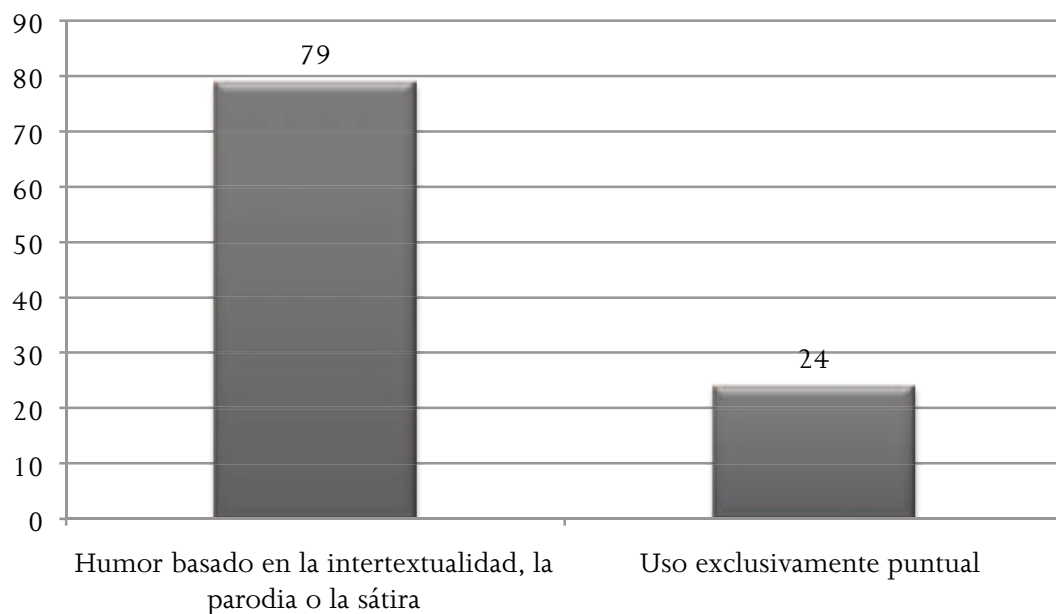
Núm.	Nombre del episodio	Fecha de emisión	Audiencia
1	100 A.D.	03-10-10	6.16
2	Son of Stan	10-10-10	5.38
3	Best Little Horror House in Langley Falls	07-11-10	6.30
4	Stan's Food Restaurant	14-11-10	5.38
5	White Rice	21-11-10	4.86
6	There Will Be Bad Blood	28-11-10	6.15
7	The People vs. Martin Sugar	05-12-10	5.31
8	For Whom the Sleigh Bell Tolls	12-12-10	6.26
9	Fart-Break Hotel	16-01-11	3.54
10	Stanny Boy and Frantastic	23-01-11	4.81
11	A Piñata Named Desire	13-02-11	3.93
12	You Debt Your Life	20-02-11	4.25
13	I Am the Walrus	27-03-11	4.99
14	School Lies	03-04-11	3.59
15	License to Till	10-04-11	3.35
16	Jenny Fromdabloc	17-04-11	4.74
17	Home Wrecker	08-05-11	3.29
18	Flirting With Disaster	15-05-11	3.89
19	Gorillas in the Mist	22-05-11	3.57

The Cleveland Show (Fox, 2009-) Temporada 2 (2010-11) Septiembre – Diciembre:
Domingos, 20:30 horas. Enero – Mayo: Domingos, 21:30 horas

Núm.	Nombre del episodio	Fecha de emisión	Audiencia
1	Harder, Better, Faster, Browner	26-09-10	6.60
2	Cleveland Live!	03-10-10	6.65
3	How Cleveland Got His Groove Back	10-10-10	5.63
4	It's the Great Pancake, Cleveland Brown	07-11-10	6.70
5	Little Man on Campus	14-11-10	6.72
6	Fat and Wet	21-11-10	5.07
7	Another Bad Thanksgiving	28-11-10	7.45
8	Murray Christmas	05-12-10	6.97
9	Beer Walk!	05-12-10	5.96
10	Ain't Nothin' But Mutton Bustin	09-01-11	7.38
11	How Do You Solve a Problem Like Roberta?	16-01-11	5.55
12	Like a Boss	23-01-11	5.19
13	A Short Story and a Tall Tale	13-02-11	4.76
14	Terry Unmarried	20-02-11	5.42
15	The Blue, The Gray and The Brown	06-03-11	4.82
16	The Way the Cookie Crumbles	13-03-11	4.75
17	To Live and Die in VA	20-03-11	5.45
18	The Essence of Cleveland	03-04-11	4.81
19	Ship'rect	10-04-11	4.99
20	Back to Cool	17-04-11	4.61
21	Your Show of Shows	08-05-11	4.76
22	Hot Cocoa Bang Bang	15-05-11	4.93

Anexo 3. Gráficos

Gráfico 1. Clasificación de las series. Intertextualidad, parodia y sátira.



Nº Uso exclusivamente puntual

- 1 12 oz. Mouse
- 2 3-South
- 3 The Brothers Grunt
- 4 Calvin and the Colonel
- 5 Downtown
- 6 The Drinky Crow Show
- 7 Family Dog
- 8 Gary and Mike
- 9 Gary the Rat
- 10 Good Vibes
- 11 The Groovenians
- 12 Happy Tree Friends
- 13 The Life & Times of Tim
- 14 Lucy, the Daughter of the Devil
- 15 Napoleon Dynamite
- 16 The PJs
- 17 Sit Down, Shut Up
- 18 Slacker Cats
- 19 Squidbillies

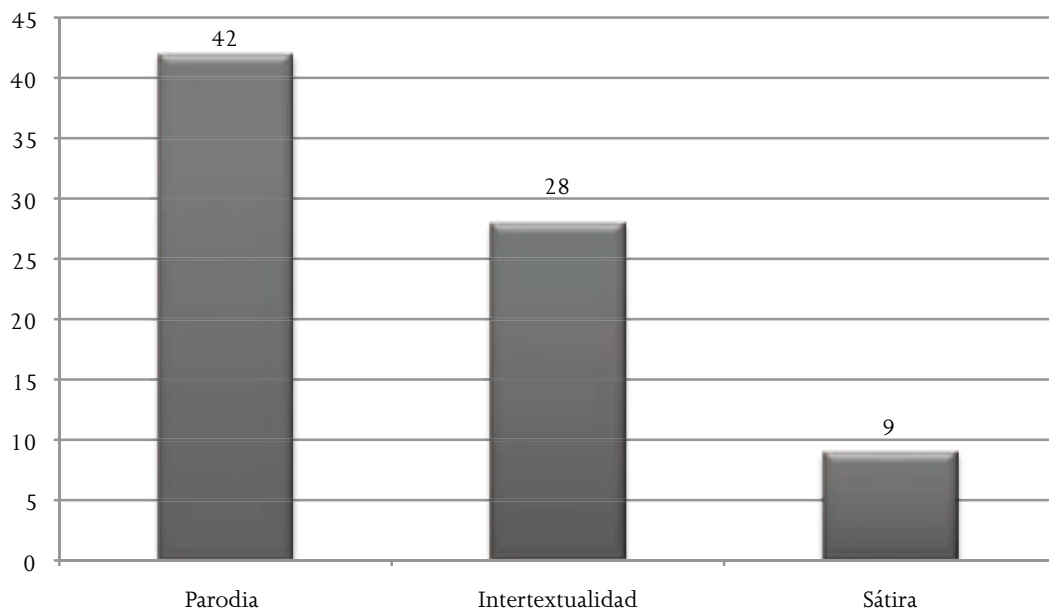
- 20 Superjail
- 21 Ugly Americans
- 22 Undergrads
- 23 Unsupervised
- 24 Where's Huddles?

Nº Humor basado en la intertextualidad, la parodia o la sátira

- 1 Allen Gregory
- 2 The Alvin Show
- 3 American Dad!
- 4 Aqua Teen Hunger Force
- 5 Archer
- 6 Assy McGee
- 7 Baby Blues
- 8 Beany and Cecil
- 9 Beavis and Butt-head
- 10 Bob's Burguers
- 11 The Boondocks
- 12 The Brak Show
- 13 The Bugs Bunny Show
- 14 The Bullwinkle Show
- 15 Capitol Critters
- 16 Celebrity Deathmatch
- 17 China, IL
- 18 Clerks
- 19 The Cleveland Show
- 20 Clone High
- 21 Code Monkeys
- 22 The Critic
- 23 Daria
- 24 Dilbert
- 25 Dr. Katz, Professional Therapist
- 26 Drawn Together
- 27 Duckman
- 28 Family Guy
- 29 The Famous Adventures of Mr. Magoo
- 30 Father of the Pride
- 31 Fish Police
- 32 The Flintstones
- 33 Freak Show
- 34 Frisky Dingo
- 35 Futurama
- 36 Game Over
- 37 God, The Devil, and Bob
- 38 The Goode Family

39	Harvey Birdman, Attorney at Law
40	Home Movies
41	Hopeless Picture
42	The Jetsons
43	Kid Notorious
44	King of the Hill
45	Korgoth of Barbaria
46	Lil' Bush
47	Mary Shelley Frankkeholes
48	Metalocalypse
49	Minoriteam
50	Mission Hill
52	Mongo Wrestling Alliance
52	Moral Orel
53	The Oblongs
54	Perfect Hair Forever
55	Queer Duck
56	Ren and Stimpy "Adult Party Cartoon"
57	Robot Chicken
48	Saddle Rash
59	Sealab 2021
60	Sammy
61	Shorties Watchin' Shorties
62	The Simpsons
63	South Park
64	Space Ghost Coast to Coast
65	Starveillance
66	Stripperella
67	Stroker and Hoop
68	SuperNews!
69	That Crook'd 'Sipp
70	This Just In!
71	Titan Maximum
72	Tom Goes to the Mayor
73	Top Cat
74	Tripping the Rift
75	The Venture Bros.
76	VH1 ILL-ustrated
77	Wait Till Your Father Gets Home
78	Welcome to Eltingville
79	Where My Dogs At?

Gráfico 2. Clasificación de herramientas.



Nº Sátira

- 1 The Boondocks
- 2 The Bullwinkle Show
- 3 Capitol Critters
- 4 Lil' Bush
- 5 Moral Orel
- 6 SuperNews!
- 7 That Crook'd 'Sipp
- 8 This Just In!
- 9 Tom Goes to the Mayor

Nº Intertextualidad

- 1 The Alvin Show
- 2 Baby Blues
- 3 Beany and Cecil
- 4 Beavis and Butt-head
- 5 The Bugs Bunny Show
- 6 China, IL
- 7 Clerks
- 8 Code Monkeys
- 9 The Critic
- 10 Dilbert
- 11 Dr. Katz, Professional Therapist
- 12 The Famous Adventures of Mr. Magoo

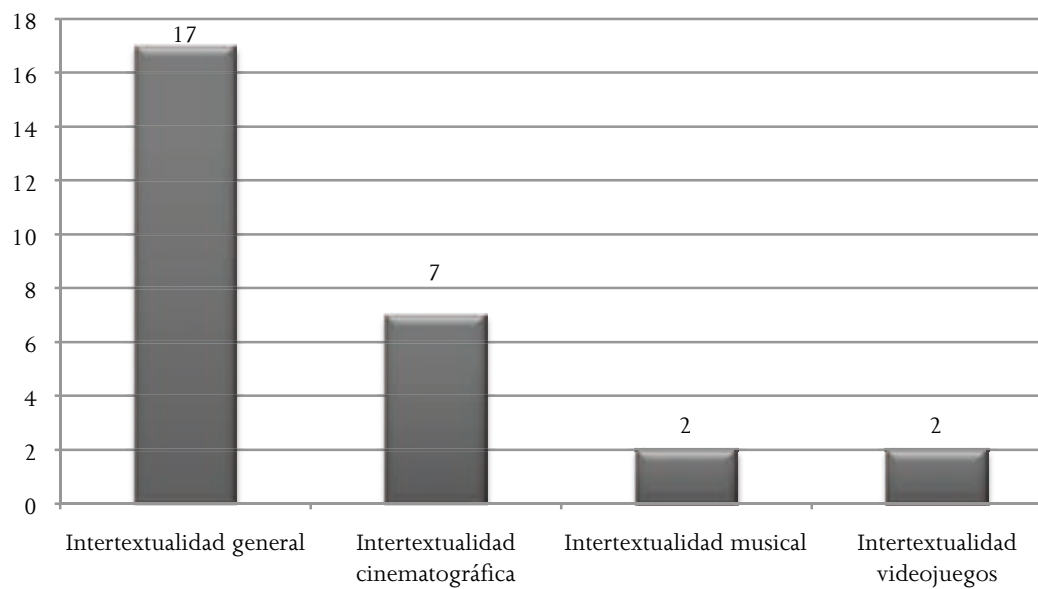
- 13 Game Over
- 14 God, The Devil, and Bob
- 15 Home Movies
- 16 Hopeless Picture
- 17 Kid Notorious
- 18 Mary Shelley Frankkeholes
- 19 Metalocalypse
- 20 Mission Hill
- 21 Queer Duck
- 22 Ren and Stimpy "Adult Party Cartoon"
- 23 Robot Chicken
- 24 Shorties Watchin' Shorties
- 25 Top Cat
- 26 VH1 ILL-ustrated
- 27 Welcome to Eltingville
- 28 Where My Dogs At?

Nº Parodias

- 1 Allen Gregory
- 2 American Dad!
- 3 Aqua Teen Hunger Force
- 4 Archer
- 5 Assy McGee
- 6 Bob's Burguer
- 7 The Brak Show
- 8 Celebrity Deathmatch
- 9 The Cleveland Show
- 10 Clone High
- 11 Daria
- 12 Drawn Together
- 13 Duckman
- 14 Family Guy
- 15 Father of the Pride
- 16 Fish Police
- 17 The Flintstones
- 18 Freak Show
- 19 Frisky Dingo
- 20 Futurama
- 21 The Goode family
- 22 Harvey Birdman
- 23 The Jetsons
- 24 King of the Hill
- 25 Korgoth of Barbaria
- 26 Minoriteam
- 27 Mongo Wrestling Alliance

- 28 The Oblongs
- 29 Perfect Hair Forever
- 30 Saddle Rash
- 31 Sealab 2021
- 32 Sammy
- 33 The Simpsons
- 34 South Park
- 35 Space Ghost Coast to Coast
- 36 Starveillance
- 37 Stripperella
- 38 Stroker and Hoop
- 39 Titan Maximum
- 40 Tripping the Rift
- 41 The Venture Bros.
- 42 Wait Till Your Father Gets Home

Gráfico 3. Tipos de intertextualidad.



Nº Musical

- 1 *Beavis and Butt-head*
- 2 *Metalocalypse*

Nº Videojuegos

- 1 *Code Monkeys*
- 2 *Game Over*

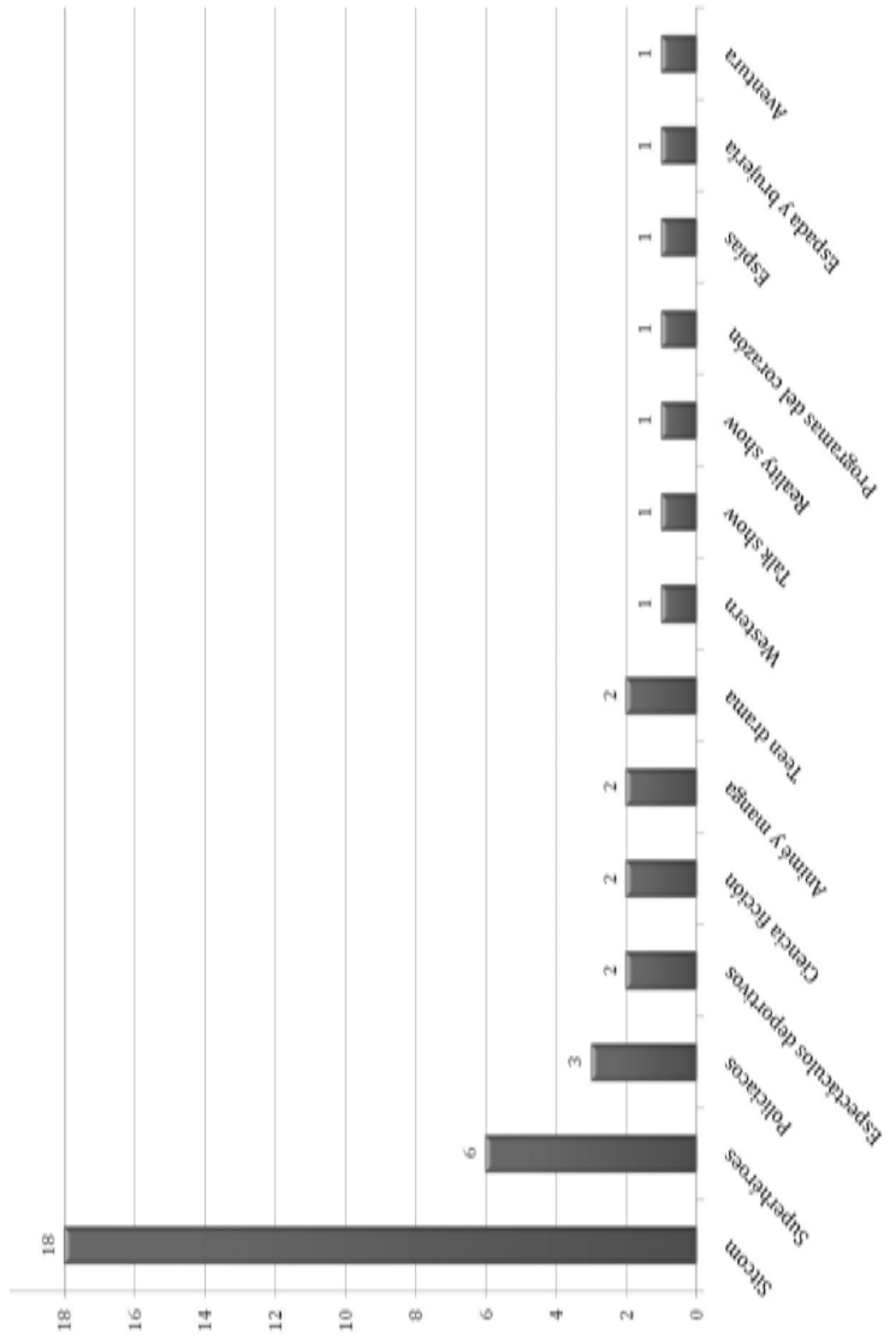
Nº Cinematográfica

- 1 *The Alvin Show*
- 2 *Clerks*
- 3 *The Critic*
- 4 *Home Movies*
- 5 *Hopeless Picture*
- 6 *Kid Notorious*
- 7 *Where My Dogs At?*

Nº General

- 3 The Bugs Bunny Show
- 4 China, IL
- 5 Dilbert
- 6 Dr. Katz, Professional Therapist
- 7 The Famous Adventures of Mr. Magoo
- 8 God, The Devil, and Bob
- 9 Mary Shelley Frankkeholes
- 10 Mission Hill
- 11 Queer Duck
- 12 Ren and Stimpy “Adult Party Cartoon”
- 13 Robot Chicken
- 14 Shorties Watchin' Shorties
- 15 Top Cat
- 16 VH1 ILL-ustrated
- 17 Welcome to Eltingville

Gráfico 4. Tipos de parodia



Nº Sitcoms

- 1 Allen Gregory
- 2 American Dad!
- 3 Bob's Burguers
- 4 The Brak Show
- 5 The Cleveland Show
- 6 Duckman
- 7 Family Guy
- 8 Father of the Pride
- 9 The Flintstones
- 10 Futurama
- 11 The Goode family
- 12 The Jetsons
- 13 King of the Hill
- 14 The Oblongs
- 15 Sammy
- 16 The Simpsons
- 17 South Park
- 18 Wait Till Your Father Gets Home

Nº Superhéroes

- 1 Aqua Teen Hunger Force
- 2 Freak Show
- 3 Frisky Dingo
- 4 Harvey Birdman, Attorney at Law
- 5 Minoriteam
- 6 Stripperella

Nº Policiacos

- 1 Assy McGee
- 2 Fish Police
- 3 Stroker and Hoop

Nº Espectáculos deportivos

- 1 Celebrity Deathmatch
- 2 Mongo Wrestling Alliance

Nº Ciencia ficción

- 1 Sealab 2021
- 2 Tripping the Rift

Nº Animé y manga

1 Perfect Hair Forever

2 Titan Maximum

Nº Teen Drama

1 Clone High

2 Daria

Nº Western

1 Saddle Rash

Nº Talk show

1 Space Ghost Coast to Coast

Nº Reality show

1 Drawn Together

Nº Programas del corazón

1 Starveillance

Nº Espías

1 Archer

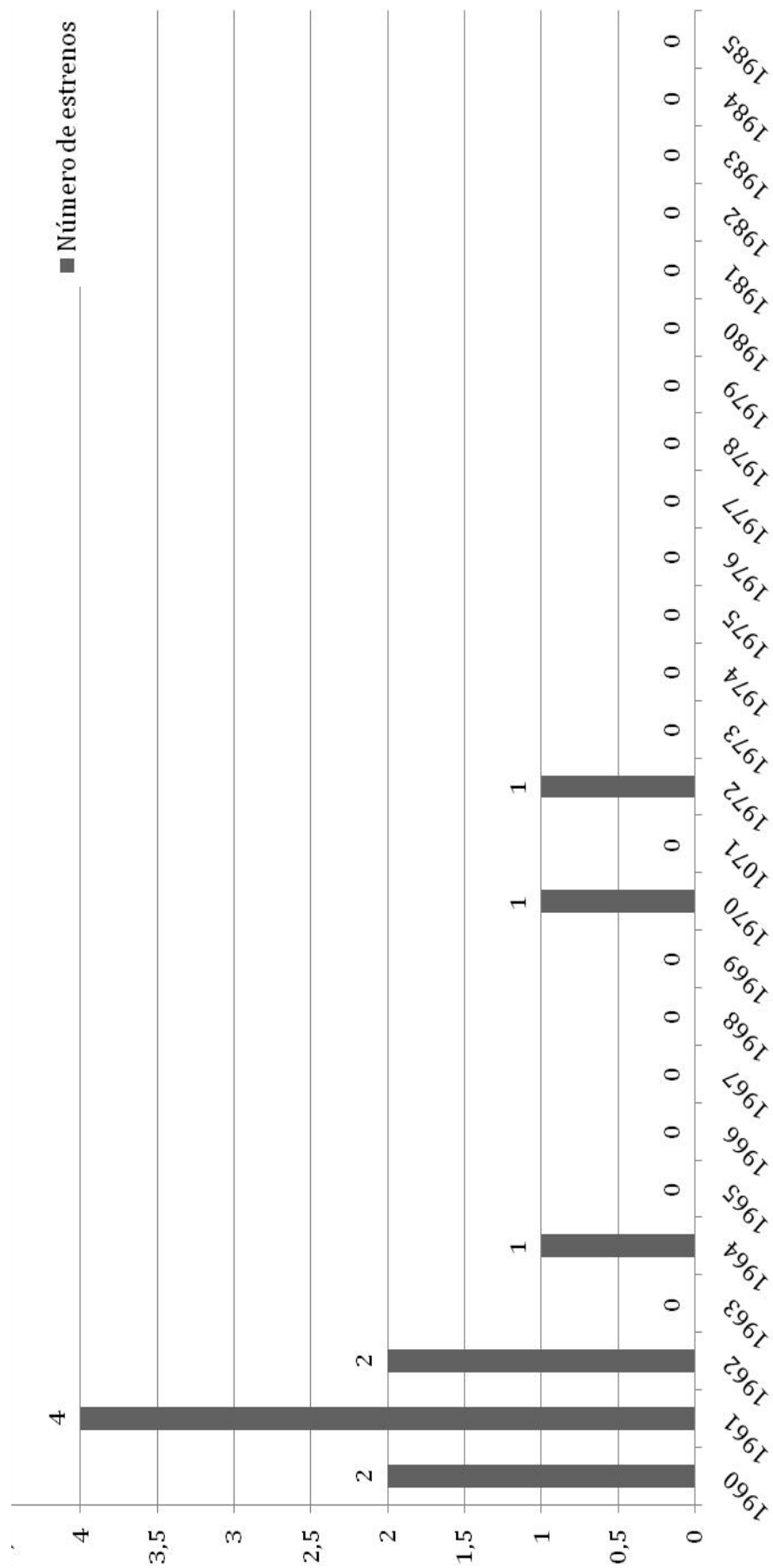
Nº Espada y brujería

1 Korgoth of Barbaria

Nº Aventura

1 The Venture Bros.

Gráfico 5. Número de estrenos por año I



N° 1960

- 1 The Bugs Bunny Show
- 2 The Flintstones

N° 1961

- 1 The Alvin Show
- 2 The Bullwinkle Show
- 3 Calvin and the Colonel
- 4 Top Cat

N° 1962

- 1 Beany and Cecil
- 2 The Jetsons

N° 1964

- 1 The Famous Adventures of Mr. Magoo

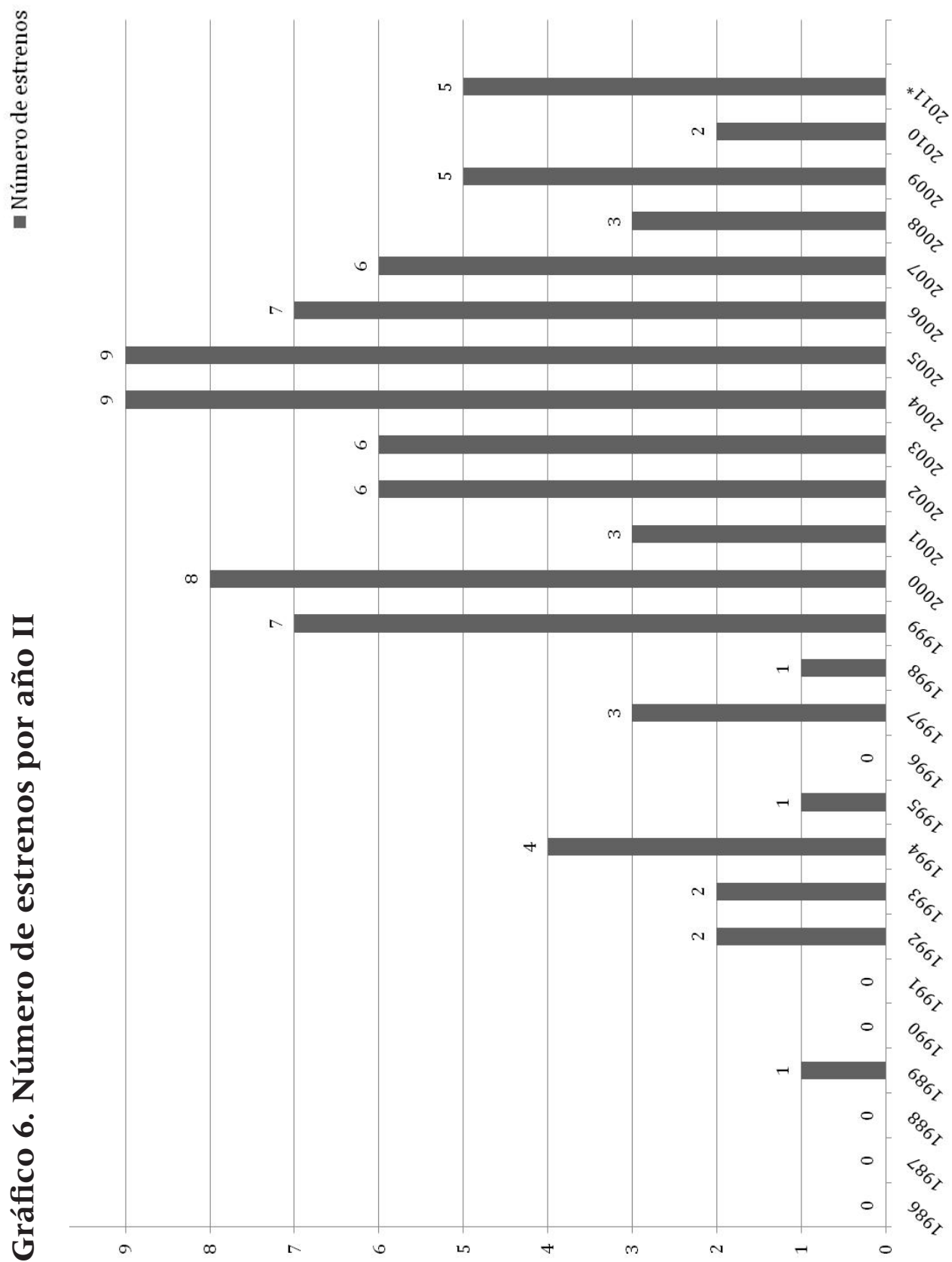
N° 1970

- 1 Where's Huddles?

N° 1972

- 1 Wait Till Your Father Gets Home

Gráfico 6. Número de estrenos por año II



Nº 1989

1 The Simpsons

Nº 1992

1 Capitol Critters

2 Fish Police

Nº 1993

1 Beavis and Butt-head

2 Family Dog

Nº 1994

1 The Brothers Grunt

2 The Critic

3 Duckman

4 Space Ghost Coast to Coast

Nº 1995

1 Dr. Katz, Professional Therapist

Nº 1997

1 Daria

2 King of the Hill

3 South Park

Nº 1998

1 Celebrity Deathmatch

Nº 1999

1 Dilbert

2 Downtown

3 Family Guy

4 Futurama

5 Home Movies

6 Mission Hill

7 The PJs

* Por razones de calendario académico y de programación televisiva, la tesis doctoral solo incluye los estrenos del mes de enero de 2012, razón por la cual dicho año se excluye del presente gráfico.

N° 2000

- 1 Aqua Teen Hunger Force
- 2 Baby Blues
- 3 The Brak Show
- 4 Clerks
- 5 God, The Devil, and Bob
- 6 Harvey Birdman, Attorney at Law
- 7 Sammy
- 8 Sealab 2021

N° 2001

- 1 Gary and Mike
- 2 The Oblongs
- 3 Undergrads

N° 2002

- 1 3-South
- 2 Clone High
- 3 The Groovenians
- 4 Queer Duck
- 5 Saddle Rash
- 6 Welcome to Eltingville

N° 2003

- 1 Gary the Rat
- 2 Kid Notorious
- 3 Ren and Stimpy "Adult Party Cartoon"
- 4 Stripperella
- 5 The Venture Bros.
- 6 VH1 ILL-ustrated

N° 2004

- 1 Drawn Together
- 2 Father of the Pride
- 3 Game Over
- 4 Perfect Hair Forever
- 5 Shorties Watchin' Shorties
- 6 Stroker and Hoop
- 7 This Just In!
- 8 Tom Goes to the Mayor
- 9 Tripping the Rift

N° 2005

- 1 12 oz. Mouse
- 2 American Dad!
- 3 The Boondocks
- 4 Hopeless Picture
- 5 Minoriteam
- 6 Moral Orel
- 7 Robot Chicken
- 8 Squidbillies
- 9 SuperNews!

N° 2006

- 1 Assy McGee
- 2 Freak Show
- 3 Frisky Dingo
- 4 Happy Tree Friends
- 5 Korgoth of Barbaria
- 6 Metalocalypse
- 7 Where My Dogs At?

N° 2007

- 1 Code Monkeys
- 2 Lil' Bush
- 3 Lucy, the Daughter of the Devil
- 4 Slacker Cats
- 5 Starveillance
- 6 That Crook'd 'Sipp

N° 2008

- 1 The Drinky Crow Show
- 2 The Life & Times of Tim
- 3 Superjail

N° 2009

- 1 Archer
- 2 The Cleveland Show
- 3 The Goode Family
- 4 Sit Down, Shut Up
- 5 Titan Maximum

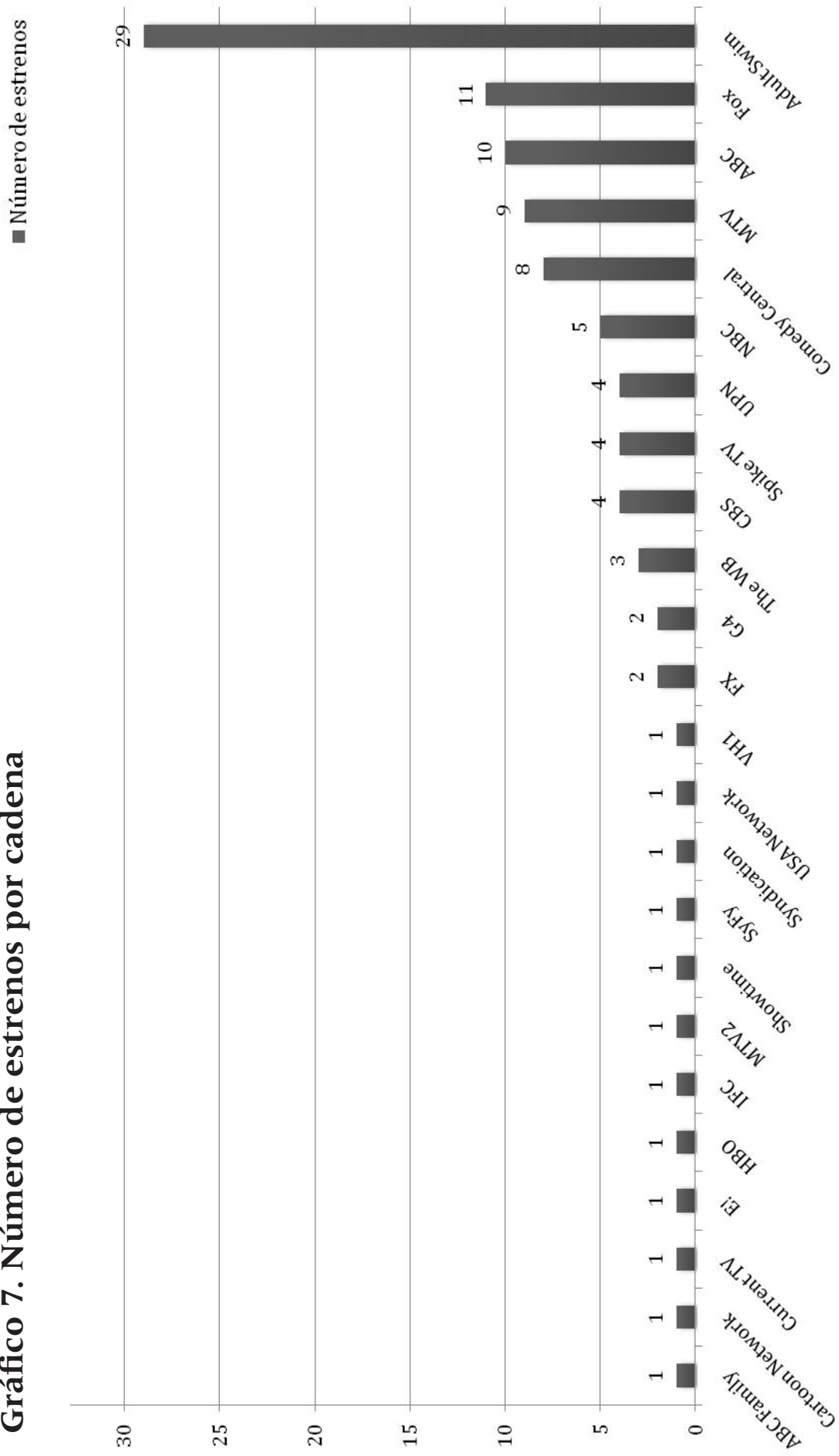
N° 2010

- 1 Mary Shelley *Frankkeholes*
- 2 *Ugly Americans*

N° 2011

- 1 Allen Gregory
- 2 Bob's Burguers
- 3 China, Il.
- 4 Good Vibes
- 5 *Mongo Wrestling Alliance*

Gráfico 7. Número de estrenos por cadena



N° ABC Family

1 *Slacker Cats*

N° Cartoon Network

1 *Space Ghost Coast to Coast*

N° Current TV

1 *SuperNews!*

N° E!

1 *Starveillance*

N° HBO

1 *The Life & Times of Tim*

N° IFC

1 *Hopeless Picture*

N° MTV2

1 *Where My Dogs At?*

N° Showtime

1 *Queer Duck*

N° Syfy

1 *Tripping the Rift*

N° Syndication

1 *Wait Till Your Father Gets Home*

N° USA Network

1 *Duckman*

N° FX

- 1 Archer
- 2 Unsupervised

N° G4

- 1 Code Monkeys
- 2 Happy Tree Friends

N° The WB

- 1 Baby Blues
- 2 Mission Hill
- 3 The Oblongs

N° CBS

- 1 The Alvin Show
- 2 Family Dog
- 3 Fish Police
- 4 Where's Huddles?

N° Spike TV

- 1 Gary the Rat
- 2 Ren and Stimpy "Adult Party Cartoon"
- 3 Stripperella
- 4 This Just In!

N° UPN

- 1 Dilbert
- 2 Game Over
- 3 Gary and Mike
- 4 Home Movies

N° NBC

- 1 The Bullwinkle Show
- 2 The Famous Adventures of Mr. Magoo
- 3 Father of the Pride
- 4 God, The Devil, and Bob
- 5 Sammy

N° Comedy Central

- 1 Dr. Katz, Professional Therapist
- 2 Drawn Together
- 3 Freak Show
- 4 Kid Notorious
- 5 Lil' Bush
- 6 Shorties Watchin' Shorties
- 7 South Park
- 8 Ugly Americans

N° MTV

- 1 3-South
- 2 Beavis and Butt-head
- 3 The Brothers Grunt
- 4 Celebrity Deathmatch
- 5 Clone High
- 6 Daria
- 7 Downtown
- 8 Good Vibes
- 9 Undergrads

N° ABC

- 1 Beany and Cecil
- 2 The Bugs Bunny Show
- 3 Calvin and the Colonel
- 4 Capitol Critters
- 5 Clerks
- 6 The Critic
- 7 The Flintstones
- 8 The Goode Family
- 9 The Jetsons
- 10 Top Cat

N° Fox

- 1 Allen Gregory
- 2 American Dad!
- 3 Bob's Burgers
- 4 The Cleveland Show
- 5 Family Guy
- 6 Futurama
- 7 King of the Hill
- 8 Napoleon Dynamite
- 9 The PJs
- 10 The Simpsons
- 11 Sit Down, Shut Up

Nº Adult Swim

- 1 12 oz. Mouse
- 2 Aqua Teen Hunger Force
- 3 Assy McGee
- 4 The Boondocks
- 5 The Brak Show
- 6 China, Il.
- 7 The Drinky Crow Show
- 8 Frisky Dingo
- 9 The Groovenians
- 10 Harvey Birdman, Attorney at Law
- 11 Korgoth of Barbaria
- 12 Lucy, the Daughter of the Devil
- 13 Mary Shelley Frankkeholes
- 14 Metalocalypse
- 15 Minoriteam
- 16 Mongo Wrestling Alliance
- 17 Moral Orel
- 18 Perfect Hair Forever
- 19 Robot Chicken
- 20 Saddle Rash
- 21 Sealab 2021
- 22 Squidbillies
- 23 Stroker and Hoop
- 24 Superjail
- 25 That Crook'd 'Sipp
- 26 Titan Maximum
- 27 Tom Goes to the Mayor
- 28 The Venture Bros.
- 29 Welcome to Eltingville

Anexo 4. Fichas de las comedias animadas de *prime time*

0-9

12 oz. Mouse (Ratón esponja)

Formato: Serie cómica de humor negro con elementos del *thriller*

Fecha inicial de emisión: 19 de junio de 2005

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 20

Duración del episodio: 11-12 min

Creador/a: Matt Maiellaro

Protagonistas: Matt Maiellaro (Mouse Fitzgerald), Adam Reed (Shark), Kurt Socolich (Rectangular Businessman) y Dave Willis (Rhoda).

Resumen argumental: *12 oz. Mouse* explica la historia de un ratón alcohólico llamado Mouse Fitzgerald. “Fitz”, como suelen llamarlo, trabajaba para una agencia secreta del gobierno, estaba casado y tenía una hija. Sin embargo, un buen día es secuestrado por un ser misterioso que le hace perder la memoria y es abandonado en una ciudad desconocida. Fitz intenta recuperar su pasado pero no resulta una tarea nada fácil.

Comentarios: Al final de la serie se desvela que Fitz fue secuestrado e introducido en un universo simulado, es decir, que todos los acontecimientos que habían tenido lugar hasta ahora no eran reales. El propósito de reclutar a Fitz en la simulación era extraerle información secreta a la que éste había tenido acceso. El final de la serie es ambiguo y dejó algunos aspectos sin resolver.

3-South

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 30 de octubre de 2002

Cadena: MTV

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13 (2 sin emitir)

Duración del episodio: 21-24 min

Creador/a: Mark Hentemann y Steve Callaghan

Protagonistas: Brian Dunkleman (Sanford Reilly) y Brian Posehn (Del Swanson)

Resumen argumental: El programa explica la relación de dos amigos de la infancia, Sanford y Del, y sus aventuras en el campus de Barder College. Ambos son tontos e irresponsables; sin embargo, el elevado nivel de estupidez e ineptitud del resto de estudiantes de la universidad los hace parecer héroes. Junto a sus nuevos compañeros, Todd, Joe, Ed y Felicity, Sanford y Del viven alocadas aventuras y se meten en muchos problemas.

A

Allen Gregory

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 30 de octubre de 2011

Cadena: Fox

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 7

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Jonah Hill, Andrew Mogel y Jarrad Paul

Protagonistas: Johan Hill (Allen Gregory De Longpre), French Stewart (Richard De Longpre), Nat Faxon (Jeremy De Longpre), Joy Osmanski (Julie De Longpre) y Christina Puccelli (Patrick)

Resumen argumental: La serie sigue la vida de Allen Gregory De Longpre, un pretencioso niño de siete años que, de un día para otro, se ve obligado a abandonar su lujosa vida y asistir a una escuela pública. Las escasas aptitudes sociales de Allen le impiden simpatizar con el resto de niños y su complejo de superioridad dificulta la relación con los profesores. Los padres de Allen, Richard y Jeremy, una pareja homosexual, no saben cómo enfrentar la nueva situación, lo que aumenta el descontrol en la vida de Allen Gregory y la ejecución de sus descabellados planes para enamorar a Judith Gottlieb, la directora de la escuela primaria.

Comentarios: Fox canceló oficialmente la serie el 8 de enero de 2012, después de tan solo 7.

***The Alvin Show* (Alvin y las ardillas)**

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 4 de octubre de 1961

Cadena: CBS

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 26

Duración del episodio: 21-24 min

Creador/a: Ross Bagdasarian

Protagonistas: Ross Bagdasarian (Alvin/Simon/Theodore/David Seville)

Resumen argumental: Cada episodio cuenta con cuatro segmentos: dos números musicales, un corto protagonizado por los vocalistas de *Alvin and the Chipmunks* y otro por Clyde Crashcup. *Alvin and the Chipmunks* es un peculiar grupo musical conformado por tres ardillas antropomorfizadas, de allí los dos números musicales por episodio. Las tres ardillitas, Alvin (el rebelde), Simon (el intelectual) y Theodore (el niño de mamá) tienen un sorprendente talento musical, talento que su padre adoptivo, David Seville, compositor musical y representante, ha hecho reconocer. Clyde Crashcup, por su parte, es un inventor poco original que se dedica a reinventar objetos o acreditarse creaciones de otros inventores.

Comentarios: La serie permaneció en prime time tan solo una temporada, pero consiguió gran éxito en el horario de la mañana de los sábados. Nuevas versiones de la serie fueron producidas en años posteriores: *Alvin and the Chipmunks* (NBC, 1983-88), *The Chipmunks* (NBC, 1988-89) y *The Chipmunks Go to the Movies* (NBC, 1989-90). Todo los episodios de la última serie, *The Chipmunks Go to the Movies*, eran parodias de populares películas de Hollywood, entre ellas, *Back to the Future* (1985), *Big* (1988), *King Kong* (1976) o *Batman* (1989).

***American Dad!* (Padre made in USA)**

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 6 de febrero de 2005

Cadena: Fox

Número de temporadas: 7

Número de episodios: 133¹

Duración del episodio: 21-24 min

¹ Para todas las series que se continúan emitiendo, el número de temporadas y episodios esta contabilizado hasta el final de la temporada 2011-2012.

Creador/a: Seth MacFarlane, Mike Barker y Matt Weitzman

Protagonistas: Seth MacFarlane (Stan Smith/Roger), Wendy Schaal (Francine Smith), Rachael MacFarlane (Hayley Smith), Scott Grimes (Steve Smith) y Dee Bradley Baker (Klaus)

Resumen argumental: *American Dad!* explica las aventuras y desventuras de Stan Smith y su peculiar familia. Stan trabaja para la CIA y está obsesionado con atrapar a todo tipo de terroristas. Stan quiere a su familia, pero a un más a su país, por el cual es capaz de hacer cualquier cosa. Francine, la esposa de Stan, tiene un pasado lleno de fiestas, drogas y promiscuidad. Sin embargo, ha sabido dejar atrás ese tipo de vida para estar con el hombre al que ama. Hayley, la hija mayor de los Smith, asiste a un centro de Formación Profesional. A pesar de todos los esfuerzos de su padre, Hayley es una ferviente liberal de izquierdas, lo que la enfrenta constantemente a Stan. Por su parte, Steve, el hijo menor, es un empollón que intenta aparentar quien no es para conseguir perder la virginidad, objetivo que nunca alcanza. El panorama familiar lo completan Roge, un extraterrestre alcohólico y Klaus, un deportista alemán atrapado en el cuerpo de un pez dorado. En cada episodio la familia es presentada en una situación diferente; sin embargo, algunas temáticas persisten episodio tras episodio. Por ejemplo, el deseo de Stan de que Steve se convierta en un hombre a su imagen y semejanza, los disfraces de Roger y su necesidad de tener una vida fuera de casa, la esperanza de Francine de dejar de ser una simple ama de casa, el deseo de Hayley de rebelarse contra la ideología de su padre y la desesperación de Steve por pertenecer al grupo de jóvenes más populares del instituto.

***Aqua Teen Hunger Force* (*Aqua Unit Patrol Squad 1* a partir de 2011)**

Formato: Serie cómica de humor negro

Fecha inicial de emisión: 30 de diciembre de 2000

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 8

Número de episodios: 110

Duración del episodio: 11 – 12 min

Creador/a: Matt Maiellaro y Dave Willis

Protagonistas: Dana Snyder (Master Shake), Carey Means (Frylock) y Dave Willis (Meatwad/Carl Brutananadilewski)

Resumen argumental: La serie está protagonizada por tres piezas de comida rápida antropomorfizadas: un batido, un paquete de patatas fritas y una albóndiga. Shake, el

batido, es el temperamental y cínico líder; Frylock, el paquete de patatas, es el más inteligente y trabajador, mientras que Meatwad, la albóndiga, es inocente y adorable. Juntos conforman el “Aqua Teen Hunger Force”, un grupo de detectives que resuelven crímenes y misterios. Suelen combatir a diversos villanos, todos con alguna conexión a Dr. Weird.

Comentarios: En 2011, el nombre de la series oficialmente cambiado a *Aqua Unit Patrol Squad 1*. El cambio de nombre conllevó también un cambio de localización. La trama dejó de tomar lugar en Nueva Jersey y pasó a desarrollarse en Seattle, aunque el vecindario y la casa de los protagonista continua siendo exactamente igual a la anterior.

Archer

Formato: *Sitcom*

Fecha inicial de emisión: 17 de septiembre de 2009

Cadena: FX

Número de temporadas: 3

Número de episodios: 36

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Adam Reed

Protagonistas: H. Jon Benjamin (Sterling Malory Archer), Aisha Tyler (Lana Kane), Jessica Walter (Malory Archer), Chris Parnell (Cyril Figgis), Judy Greer (Cheryl Tunt), Amber Nash (Pam Poovey), Lucky Yates (Doctor Algernop Krieger), Adam Reed (Ray Gillette) y George Coe (Woodhouse)

Resumen argumental: Sterling Archer es un egocéntrico agente secreto que cree tener grandes habilidades para el espionaje global y para conquistar chicas, pero que en realidad fracasa en ambas misiones. Cada día en la oficina tiene que lidiar con su madre y jefe, Malory Archer; su ex novia y compañera de trabajo, Lana Kane, y grupo de incompetentes colaboradores.

Assy McGee

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 26 de noviembre de 2006

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 20

Duración del episodio: 11 – 12 min

Creador/a: Matt Harrigan y Carl W. Adams

Protagonistas: Larry Murphy (Assy McGee/detective Don Sánchez), H. Jon Benjamin (el alcalde) y Carl W. Adams (oficial DiLorenzo).

Resumen argumental: La serie gira alrededor del personaje de Assy McGee, un violento y temperamental detective de policía, que no tiene ni torso, ni cabeza, ni brazos, tan solo es un par de piernas y un trasero. Junto a su compañero, Sánchez, Assy protege las calles de Exeter, New Hampshire, y resuelve todos los crímenes. Assy no es bueno cumpliendo las reglas, siempre hace lo que quiere y, por supuesto, estoy le trae muchos problemas con su jefe. En más de una oportunidad, Assy ha sido excluido de un caso como consecuencia de su comportamiento; aunque siempre consigue que lo readmitan.

B

Baby Blues

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 28 de julio de 2000

Cadena: The WB – Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13 (8 emitidos en The WB y 5 en Adult Swim)

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Rick Kirkman y Jerry Scott

Protagonistas: Mike O'Malley (Darryl MacPherson), Julia Sweeney (Wanda MacPherson), E.G. Daily (Zoe MacPherson), Kath Soucie (Rodney Bitterman/ Megan Bitterman), Nicole Sullivan (Bizzy), Joel Murray (Carl Bitterman), Arabell Field (Melinda Bitterman) y Diedrich Bader (Kenny)

Resumen argumental: *Baby Blues* sigue la vida de una joven pareja, Darryl y Wanda MacPherson, que se enfrenta a su mayor reto: criar a su primera hija, Zoe. Darryl y Wanda, como la inmensa mayoría de padres primerizos, intentan controlar hasta el más mínimo detalle en la vida de su pequeña y se asustan ante cualquier nuevo suceso. La serie explora la educación de los hijos creando un paralelo entre los MacPherson y sus vecinos, los Bitterman. Estos últimos tienen tres niños, cada uno más insoportable que el anterior. Al parecer, los niños han agotado la paciencia y las ganas de educarlos de sus padres y ahora les permiten hacer lo que quieran.

Comentarios: La serie está basada en el comic del mismo nombre creado por Rick Kirkman y Jerry Scott.

Beany and Cecil

Formato: Sketch

Fecha inicial de emisión: 6 de enero de 1962

Cadena: ABC

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 26

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Bob Clampett

Protagonistas: Jim MacGeorge (Beany Boy/Captain Horatio Hufflepuff /Crowy) y Irv Shoemaker (Cecil/Dishonest John)

Resumen argumental: *Beany and Cecil* fue la evolución de *Matty's Funday Funnies*. Dicha serie presentaba cortos animados de Famous Studios protagonizados por Casper, the friendly ghost; Herman the Mouse; Tommy the Tortoise; Katnip; Baby Huey; Buzzy the Crow y Little Audrey. En *Beany and Cecil*, los viejos cortos fueron reemplazados por las aventuras de Beany y Cecil, un tierno niño que puede volar gracias a su gorro y una enorme serpiente marina. Ambos viven a bordo del barco del tío de Beany, el Capitán Horacio Hufflepuff, un hombre aventurero y despistado, gracias al que Beany y Cecil podrán vivir un sinfín de graciosas y divertidas aventuras. La serie, al igual que *Matty's Funday Funnies*, fue patrocinada por Mattel Toy Company y producida por Paramount/Famous Studio. Estrenó bajo el título de *Matty's Funnies with Beany and Cecil*, pero después de los primeros tres meses el nombre del programa fue reducido a *Beany and Cecil*.

Comentarios: En 1988, la serie revivió bajo el nombre de *The New Adventures of Beany and Cecil*. No obstante, únicamente se produjeron ocho episodios, de los cuales solo cinco fueron emitidos.

Beavis and Butt-head (Beavis y Butt-head)

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 8 de marzo de 1993

Cadena: MTV

Número de temporadas: 8

Número de episodios: 222

Duración del episodio: 21 – 24 min (dos segmentos de 11 min o tres de 7 min)

Creador/a: Mike Judge

Protagonistas: Mike Judge (Beavis/Butt-head)

Resumen argumental: *Beavis and Butt-head* se centra en la vida de sus dos protagonistas, Beavis y Butt-Head, dos adolescentes descerebrados amantes del rock y el heavy metal que viven en Highland, Texas. La serie tiene una estructura narrativa muy simple y cada episodio se divide en dos segmentos. En el primero, la pareja de amigos aparece cometiendo alguna travesura en el instituto o en el “Burger World”, restaurante de comida rápida en que ambos trabajan; mientras que en el segundo, son presentados viendo videos musicales y comentándolos. Beavis y Butt-head poseen un sentido del gusto muy limitado y determinan si un vídeo es aceptable o no en función de la cantidad de violencia y chicas desnudas que aparecen en cada uno de ellos. Sus únicas etiquetas para evaluarlos son: “cool” y “This sucks!”.

Bob's Burguers

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 9 de enero de 2011

Cadena: Fox

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 24

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Loren Bouchard

Protagonistas: H. Jon Benjamin (Bob Belcher), John Roberts (Linda Belcher), Dan Mintz (Tina Belcher), Eugene Mirman (Gene Belcher) y Kristen Schaal (Louise Belcher)

Resumen argumental: La serie gira alrededor de la familia Belcher, propietarios de una hamburguesería. Las hamburguesas de Bob, hechas a partir de una receta heredada de generación en generación, son increíbles y mucho mejores que las de la competencia. Sin embargo, Bob no es buen vendedor y su esposa y sus tres hijos tampoco son de gran ayuda. Esta es la razón por la cual la mayoría de clientes de Bob terminan yéndose al restaurante italiano de enfrente, propiedad de Jimmy Pesto, némesis de Bob.

The Boondocks

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 6 de noviembre de 2005

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 3

Número de episodios: 45

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Aaron McGruder

Protagonistas: Regina King (Huey Freeman/Riley Freeman) y John Witherspoon (Robert Freeman)

Resumen argumental: La historia inicia cuando Huey y Riley, dos niños afroamericanos, se mudan de Chicago, la ciudad en la que nacieron, al tranquilo suburbio de Woodcrest con su irascible abuelo. Los chicos experimentan un importante choque cultural al pasar de un entorno casi exclusivamente afroamericano a un vecindario de clase alta donde todos son blancos. Huey, de 10 años, es un niño social y políticamente comprometido con el “afrocentrismo”². En algunas ocasiones se deja llevar por sus fervientes causas negras, pero normalmente sirve como centro moral de la serie. Por su parte, su hermano menor, Riley, de 8 años, es un apasionado de todo el entorno “gangsta rap”, uno de los aspectos de la cultura contemporánea afroamericana que Huey ve con desconfianza porque considera que va en contra de todos los esfuerzos de los americanos por construir una imagen positiva de la comunidad y un futuro más prospero para ellos.

Comentarios: La serie está basada en la tira cómica de igual nombre creada por Aaron McGruder. Durante la celebración del Comic Con 2011 se anunció que la serie había sido renovada para una cuarta temporada; no obstante, dicho anuncio no ha sido confirmado y no hay fecha establecida para el estreno de la temporada.

The Brak Show

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 21 de diciembre de 2000

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 3

Número de episodios: 29 (incluido un websodio)

² El afrocentrismo es una ideología cultural limitada a los Estados Unidos que se dedica a la historia de los afroamericanos. Nace como contracorriente del eurocentrismo y el orientalismo en los que hay una actitud negativa hacia las personas de raza negra.

Duración del episodio: 11 – 14 min

Creador/a: Jim Fortier, Andy Merrill y Pete Smith

Protagonistas: Andy Merrill (Brak/Clarence), C. Martin Croker (Zorak), George Lowe (Dad), Carey Means (Thundercleese), Marsha Crenshaw y Joanna Daniel (Mom)

Resumen argumental: La serie presenta los años de adolescencia de Brak, el pirata espacial de la serie *Space Ghost* (CBS, 1966-68). Lejos de su acostumbrado entorno, Brak es presentado en una típica casa suburbana junto a sus padres y su hermano menor, Sisto. Su padre es bastante más pequeño que el resto de personajes y tiene un marcado acento latino. Por su parte, la madre es una humana de proporciones normales que recuerda a June Cleaver de *Leave it to Beaver* (CBS, 1957-58; ABC, 1958-63). Zorak, el vecino y mejor amigo de Brak, también era un personaje original de *Space Ghost*. Zorak es un chico grosero y destructor que ejerce una mala influencia sobre Brak, un adolescente honesto y un poco infantil.

The Brothers Grunt

Formato: Serie cómica con elementos del thriller

Fecha inicial de emisión: 15 de agosto de 1994

Cadena: MTV

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 38

Duración del episodio: 21 – 24 min (tres segmentos de 7 min)

Creador/a: Danny Antonucci

Protagonistas: Doug Parker (Perry/Frank/Tony/Bing/Dean/Sammy)

Resumen argumental: La historia de la serie inicia cuando los seis hermanos Grunt, unos humanoides de tez pálida, con las venas marcadas y los gruñidos como único medio de expresión, a una ceremonia sagrada en la que uno de ellos será escogido como “El elegido” y salvará a los Grunt de la extinción. El elegido resulta ser Perry, a quien estresa tanto la gran responsabilidad que le acaban de otorgar que decide huir de ella, así como del monasterio en el que vive con sus hermanos. De esta manera, sus cinco hermanos se ven obligados a emprender un viaje en su búsqueda e intentar convencerlo de que vuelva con ellos.

The Bugs Bunny Show

Formato: Serie cómica antológica

Fecha inicial de emisión: 11 de octubre de 1960

Cadena: ABC

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 52

Duración del episodio: 21 – 24 min (tres segmentos de 7 min)

Creador/a: Tex Avery y Chuck Jones

Protagonistas: Mel Blanc (Bugs Bunny/Daffy Duck)

Resumen argumental: Es una serie antológica presentada por Bugs Bunny y compuesta por cortos cinematográficos de *Looney Tunes* y *Merrie Melodies* producidos entre 1948 y 1969. La premisa central del programa es que Bugs y sus amigos están grabando un programa de variedad en frente de una audiencia en vivo. Al inicio de cada episodio, se sube un telón y aparecen Bugs y Daffy Duck en medio de un escenario cantando y presentando al resto de personajes (Porky Pig, the Road Runner, Tweety y Sylvester, Henry Hawk, Hippity Hopper y Yosemite Sam). De igual forma, al final de cada episodio, los personajes vuelven a aparecer sobre el escenario y se baja el telón, sobre el que se sobrepunen los títulos de créditos. Durante la segunda temporada, el formato de *The Bugs Bunny Show* experimenta algunos cambios. Los cortos siguen siendo exportados directamente del cine, pero ahora enlazados entre ellos con secuencias nuevas, creados por Warner Bros. Cartoons, para unificarlos por ideas o temas. Este cambio trae consigo la asignación de un único título propio para cada episodio, en vez de un título por segmento.

Comentarios: La serie solo se emitió en *prime time* durante dos temporadas, pero ha sobrevivido durante décadas en la franja horaria de las mañanas de los sábados.

The Bullwinkle Show

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 24 de septiembre de 1961

Cadena: NBC

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 33

Duración del episodio: 21 – 24 min (varios segmentos)

Creador/a: Jay Ward.

Protagonistas: June Foray (Rocket “Rocky” J. Squirrel/Natasha Fatale), Bill Scott (Bullwinkle J. Moose) y Paul Frees (Boris Badenov)

Resumen argumental: La serie sigue las aventuras de Rocky y Bullwinkle, una ardilla voladora y un alce canadiense antropomorfizados que siempre consiguen desmontar los maléficos planes de Boris y Natasha, dos espías rusos. Cada episodio es presentado por un títere de Bullwinkle que comenta hechos noticiosos del momento y se mofa de alguna celebridad. A continuación, se presentan dos cortos de Rocky y Bullwinkle. La trama de dichos cortos suele incluir arcos narrativos que se prolongan en numerosos episodios. Por ejemplo, la tercera temporada de la serie (1961-62), la única emitida en prime time, contiene 33 episodios (66 cortos) y tan solo 4 cuatro arcos narrativos.

Comentarios: El 24 de septiembre de 1961 la serie se estrena en prime time. Sin embargo, las aventuras de Rocky y Bullwinkle ya hacía dos años que eran presentadas en televisión. Estos dos personajes habían aparecido por primera vez el 19 de noviembre de 1959, en ABC, en la serie de *Rocky and his friends*. El programa era emitido dos veces por semana, martes y jueves en la tarde. Al inicio de la temporada 1961-62, la serie se traslada a la franja de prime time pero solo se mantiene allí durante unos meses. Posteriormente es emitida los sábados en la tarde.

C

Calvin and the Coronel

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 3 de octubre de 1961

Cadena: ABC

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 26

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Freeman F. Gosden y Charles J. Correll

Protagonistas: Freeman Gosden (Colonel Montgomery J. Klaxon), Charles Correll (Calvin T. Burnside), Paul Frees (Oliver Wendell Clutch), Virginia Gregg (Maggie Belle) y Beatrice Kay (Sue)

Resumen argumental: La serie estaba protagonizada por el Coronel Montgomery J. Klaxon, un hábil zorro que siempre está intentado estafar a otros con la ayuda, siempre involuntaria, de Calvin T. Burnside, un oso tonto y fumador. El Coronel vive con su esposa, Maggie Belle, y la hermana de ella, Sue, quien siempre desconfía de los planes de su cuñado. Calvin y el Coronel viven alocadas aventuras como consecuencia de los también alocados planes del Coronel.

Comentarios: *Calvin and the Colonel* fue la versión televisada y animada del programa radial *Amos 'n' Andy*. De hecho, algunos guiones, como por ejemplo el del episodio de estreno “The Television Job”, eran tomados literalmente de su predecesor en la radio.

Capitol Critters

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 31 de enero de 1992

Cadena: ABC

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Nat Mauldin, Steven Bochco y Michael Wagner

Protagonistas: Neil Patrick Harris (Max), Charlie Adler (Jammett), Patti Deutsch (Trixie), Jennifer Darling (Berkeley), Bobcat Goldthwait (Muggle) y Dorian Harewood (Moze)

Resumen argumental: La serie está protagonizada por Max, un joven ratón de Nebraska que se ve obligado a abandonar su hogar después de que unos exterminadores eliminen a toda su familia. Poco antes de morir, su madre le había hablado acerca de un primo, Berkeley, que vivía en Washington, D.C. Max, sin ningún otro plan, decide marcharse en busca de su primo y descubre que éste vive, junto a otros roedores, en el sótano de la Casa Blanca. Allí, Max será constantemente perseguidos por los gatos del presidente, pero también hará grandes amigos. *Capitol Critters*, tal como su escenario central indica, se concentraba en la parodia y la sátira política. Además, la serie trata temas como la segregación racial y la drogadicción.

Celebrity Deathmatch

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 14 de mayo de 1998

Cadena: MTV y MTV2

Número de temporadas: 6

Número de episodios: 93

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Eric Fogel

Protagonistas: Maurice Schläfer y Jim Thornton (Johnny Gomez), Len Maxwell y Chris Edgerly (Nick Diamond) y Mills Lane (Mills Lane)

Resumen argumental: Caricaturas de celebridades en plastilina pelean hasta la muerte sobre un cuadrilátero de lucha libre. Las luchas y los personajes escogidos para cada una de ellas se presentan como resultado de rencillas o malentendido dados a conocer por la prensa del corazón. Los combates son presentados por Johnny Gomez y Nick Diamond, quienes los comentan y describen con lujo de detalles, y arbitrados por el juez Mills Lane. Cada encuentro está acompañado de ruedas de prensa y entrevistas exclusivas con cada uno de los participantes y momentos privados en los vestidores antes y después del combate.

China, IL

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 2 de octubre de 2011

Cadena: Adult Swim

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 11

Duración del episodio: 11 – 12 min

Creador/a: Brad Neely

Protagonistas: Brad Neely (Steve Smith/Frank Smith/Mark “Baby” Cakes), Greta Gerwig (Pony Merks) y Hulk Hogan (The Dean)

Resumen argumental: La serie sigue el día a día de la peor universidad de Estados Unidos de América, ubicada en China, Illinois. El decano organiza fiestas con príncipes saudís, los profesores se dedican a seducir a los estudiantes y nadie parece muy interesado por la educación.

Clerks

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 31 de mayo de 2000

Cadena: ABC

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 6

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Kevin Smith y David Mandel

Protagonistas: Brian O'Halloran (Dante Hicks), Jeff Anderson (Randal Graves), Jason Mewes (Jay), Kevin Smith (Silent Bob) y Alec Baldwin (Leonardo Leonardo)

Resumen argumental: La serie sigue las vidas de Dante Hicks y Randal Graves, dos amigos que trabajan en la misma calle. Dante es dependiente en el “Quick Stop” y Randal en el “RST Video”. No obstante, Randal pasa la mayor parte del día en el “Quick Stop” hablando con Dante, principalmente de películas. La jornada laboral de Dante también se ve interrumpida constantemente por Jay y Silent Bob, un par de drogadictos que se dedican a robar artículos del “Quick Stop”. A Dante no le gusta su empleo, pero aún así no quiere perderlo. Sin embargo, conservarlo será cada vez más difícil gracias a Leonardo Leonardo, un diabólico multimillonario que acaba de abrir una tienda al estilo del “Quick Stop” y no para de planear estrategias para hundir a la competencia.

Comentarios: La serie está basada en la película de Kevin Smith del mismo nombre (1994). La serie, al igual que la película, era una oda a la inercia y la vagancia, presentaba los mismos lugares y personajes principales, incluso contó con las voces de los actores de la versión cinematográfica.

The Cleveland Show (El show de Cleveland)

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 27 de septiembre de 2009

Cadena: Fox

Número de temporadas: 3

Número de episodios: 65

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Seth MacFarlane, Mike Henry y Richard Appel

Protagonistas: Mike Henry (Cleveland Brown/Rallo Tubbs), Sanaa Lathan (Donna Tubbs), Reagan Gomez-Preston (Roberta Tubbs), Kevin Michael Richardson (Cleveland Brown Jr./Lester Krinklesac), Jason Sudeikis (Holt Richter/Terry Kimple) y Seth MacFarlane (Tim the Bear)

Resumen argumental: La serie narra las aventuras y desventuras de su protagonista, Cleveland Brown. La historia inicia cuando Cleveland decide mudarse de Quahog, Rhode Island, a California. Cleveland ha perdido su casa como consecuencia del divorcio con Loretta y tiene la custodia completa de su hijo, Cleveland Brown, Jr. Junto a éste, emprende el viaje de camino a California; sin embargo, durante el recorrido, Cleveland decide hacer una parada en su pueblo natal, Stoolbend, Virginia. Allí se reencuentra con su amor de la adolescencia, Donna Tubbs, ahora separada y madre de dos hijos, y junto a ella decide formar una nueva familia.

Comentarios: *The Cleveland show* es un *spin off* de *Family Guy*.

Clone High

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 2 de noviembre de 2002

Cadena: MTV

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Phil Lord, Christopher Miller y Bill Lawrence

Protagonistas: Will Forte (Abe Lincoln), Nicole Sullivan (Joan of Arc), Michael McDonald (Gandhi), Christa Miller (Cleopatra), Chris Miller (JFK) y Phil Lord (Principal Scudworth)

Resumen argumental: *Clone High* toma lugar en un instituto al que asisten los clones de importantes personajes históricos gracias a los experimentos con ADN del director Cinnamon J. Scudworth. El protagonista de la serie es un clon de Abraham Lincoln, un joven tímido que está tan concentrado en conquistar a Cleopatra, una chica promiscua y egoísta, que no se da cuenta que su mejor amiga, Juana de Arco, está loca por él. Conquistar a Cleopatra también es el objetivo de JFK, el clon de John F. Kennedy,

un joven guapo, popular y arrogante. Por los pasillos del instituto se pasean además el clon de Gandhi, un chico que intenta vivir de la misma manera que su antecesor pero se dedica a ir de fiesta en fiestas; otro de George Washington Carver, con el que Gandhi planea hacer una película, y una versión juvenil de Genghis Khan que suele lucir una camiseta que dice “Screw Tibet”. La serie ofrece una mirada a la relación entre la adolescencia y el amor, el sexo, el alcohol, las enfermedades de transmisión sexual y otros temas, a través de grandes personalidades.

Code Monkeys

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 11 de julio de 2007

Cadena: G4

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 26

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Adam de la Peña

Protagonistas: Adam de la Peña (Dave), Matt Mariska (Jerry), Andy Sipes (Bob), Dana Snyder (Todd), Tony Strickland (Black Steve) y Gretchen McNeil (Mary)

Resumen argumental: La serie sigue las actividades cotidianas de los empleados de GameaVision, una compañía de videojuegos, a principios de los ochenta. Dave y Jerry son los protagonistas de la serie y programadores de la compañía. Dave es vago y siempre está intentando evadirse de sus responsabilidades, prefiere jugar con los videojuegos que hacerlos. Por su parte, Jerry es muy trabajador y responsable; sin embargo, Dave siempre consigue enredarlo con sus planes y ninguno de los dos hace bien su trabajo. El formato de la serie copia el de los videojuegos de 8 bits y en numerosas ocasiones presenta cuadros de textos con los que se equipara al espectador con un jugador (“Player 1 Start!”, “Game Over”, “Continue?”).

Comentarios: Según G4, el canal que emitía la serie, la primera temporada fue un éxito rotundo. Sin embargo, la serie recibió críticas muy variadas y en 2009 fue cancelada oficialmente.

The Critic (El crítico)

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 26 de enero de 1994

Cadena: ABC y Fox

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 23

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Al Jean y Mike Reiss

Protagonistas: Jon Lovitz (Jay Sherman), Nancy Cartwright (Margo Sherman), Christine Cavanaugh (Marty Sherman), Gerrit Graham (Franklin Sherman), Doris Grau (Doris Grossman) y Judith Ivey (Eleanor Sherman)

Resumen argumental: La serie gira alrededor de la vida de Jay Sherman, un crítico cinematográfico. Sherman presenta el programa “Comming Attractions” en el canal 67 y suele reseñar películas patéticas a las que suele describir con una sola frase: “It stinks!”. Mientras lo enfocan las cámaras, Sherman parece un hombre que lo tiene todo bajo control; sin embargo, su vida privada está dominada por el caos: tiene un hijo con sobrepeso, una ex esposa que lo odia y unos padres adoptivos bastante locos.

D

Daria

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 3 de marzo de 1997

Cadena: MTV

Número de temporadas: 5

Número de episodios: 65

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Glenn Eichler y Susie Lewis Lynn

Protagonistas: Tracy Grandstaff (Daria Morgendorffer), Wendy Hoopes (Helen Morgendorffer/Quinn Morgendorffer/Jane Lane) y Julián Rebolledo (Jake Morgendorffer)

Resumen argumental: En el instituto Lawndale, Daria Morgendorffer destaca de entre todos los estudiantes. Daria es una adolescente inteligente, sarcástica y poco popular. Es reservada y posee una gran perspicacia. Tanto dentro de su círculo familiar como en el instituto, Daria tiene que enfrentarse día a día a personas vanidosas y vacías que no se corta un pelo en criticar. Junto a su mejor amiga, Jane, intenta sobrevivir a una secundaria plagada de adolescentes inmaduros e insensatos y se enfrenta al reto de hacerse adulta.

Comentarios: La serie fue un spin off de *Beavis and Butt-Head*.

Dilbert

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 25 de enero de 1999

Cadena: UPN

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 30

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Scott Adams

Protagonistas: Daniel Stern (Dilbert), Chris Elliott (Dogbert), Larry Miller (Pointy-haired Boss), Gordon Hunt (Wally), Jackie Hoffman (Dilmom), Jim Wise (Loud Howard), Tom Kenny (Ratbert) y Kathy Griffin (Alice)

Resumen argumental: Dilbert es uno de los miles de empleados de una enorme corporación. Junto a Alice y Wally, sus cínicos y desmotivados compañeros, Dilbert trabaja para un jefe tonto y testarudo que no tiene clara ni cuál es su responsabilidad. Además, Dilbert tiene que lidiar con Dogbert, su maléfico perro, que siempre está ideando planes para conquistar el mundo.

Comentarios: La serie está basada en la tira cómica de Scott Adams del mismo nombre.

Dr. Katz, Professional Therapist

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 28 de mayo de 1995

Cadena: Comedy Central

Número de temporadas: 6

Número de episodios: 81

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Jonathan Katz y Tom Snyder

Protagonistas: Jonathan Katz (Dr. Katz), Jon Benjamin (Ben), Laura Silverman (Laura), Will LeBow (Stanley) y Julianne Shapiro (Julie)

Resumen argumental: La serie se centra en su protagonista, el sicoterapeuta Jonathan Katz, a quien da voz el comediante de igual nombre. Mientras intenta ayudar a sus pacientes con sus traumas, paranoias y conflictos, Dr. Katz tienen que arreglar sus propios problemas: una secretaria incompetente y un hijo de 23 años, Ben, que aun no sabe a que dedicarse. Dr. Katz suele quedar con su mejor amigo, Stan, en el bar Jacky's 33, donde intenta reunir el coraje suficiente para lanzarse a conquistar a Julie, la propietaria.

Downtown

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 13 de agosto de 1999

Cadena: MTV

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Chris Prynosi, George Krstic y Anne D. Berstein

Protagonistas: Gregory Gilmore (Alex), Leyora Zuberger (Chaka), Marco H. Rodriguez (Fruity), Scot Rienecker (Goat), Tammy Lang (Jen), Hector Fontanez (Matt), Aurora Lucia-Levey (Mecca) y Phoebe Summersquash (Serena)

Resumen argumental: La serie sigue las vidas de un variado grupo de jóvenes que viven en Nueva York. Alex, su protagonista, es un chico que acaba de dejar la residencia familiar para independizarse. Alex es muy listo, pero también tímido y carece de confianza en sí mismo; lo que hace casi imposible que consiga novia, un trabajo mejor y una vida más excitante, justo lo que desea. Chaka, su hermana, es su polo opuesto: sale cada noche, tiene numerosas aventuras con chicos diferentes y es un

fracaso escolar. Su vecino, Goat, a pesar de parece un indigente, es bien conocido en todo el barrio y muy querido. Su mejor amiga, Jen, busca el amor y la aceptación pero se rehúsa a admitirlo y Serena, la chica de los sueños de Alex, esconde bajo su estilo gótico, una chica dulce y positiva. El reparto es completado por otros amigos de Alex como Fruity, Matt y Leah.

Drawn Together (La casa de los dibujos)

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 27 de octubre de 2004

Cadena: Comedy Central

Número de temporadas: 3

Número de episodios: 36

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Dave Jeser y Matt Silverstein

Protagonistas: Adam Carolla (Spanky Ham), Jess Harnell (Captain Leslie Hero), Abbey DiGregorio (Ling-Ling), Jack Plotnick (Xandir P. Wiff ebottom), Tara Strong (Princess Clara/Toot Braunstein), Cree Summer (Foxy Love) y James Arnold Taylor (Wooldoor Jebediah Sockbat)

Resumen argumental: En esta parodia a los reality shows, ocho estereotipados personajes de dibujos animados, todos de diferentes técnicas y estilos, son obligados a convivir bajo un mismo techo. El resultado de dicha convivencias serán situaciones chispeantes, escandalosas y perturbadoras, en las que estos 8 personajes dejen ver sus verdaderas personalidades y demostrarán de lo que son capaces.

The Drinky Crow Show

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 13 de mayo de 2007

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 11

Duración del episodio: 11 – 12 min

Creador/a: Tony Millionaire y Eric Kaplan

Protagonistas: Dino Stamatopoulos (Drinky Crow/Lieutenant Vronchy), David Herman (Uncle Gabby/Captain Maak), Becky Thyre (Phoebe Bird/Captain's Daughter) y Pamela Adlon (Mademoiselle DeBoursay)

Resumen argumental: La serie está protagonizada por Drinky Crow, un cuervo depresivo y alcohólico, y su mejor amigo, Uncle Gabby, un mono irlandés egocéntrico. Ambos trabajan en un navío americano del XIX, dirigido por el capitán Maak, siempre en guerra con el teniente Vronchy, un malvado cocodrilo que comanda la marina francesa.

Comentarios: La serie está basada en la tira comica *Maakies*, de Tony Millionaire.

Duckman: Private Dick/Family Man

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 5 de marzo de 1994

Cadena: USA Network

Número de temporadas: 4

Número de episodios: 70

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Everett Peck

Protagonistas: Jason Alexander (Eric Tiberius Duckman), Gregg Berger (Willibald Feivel Corfed), Dweezil Zappa (Alex Duckman), Danna Hill (Charles Duckman), Mambo Duckman (E.G.Daily) y Nancy Trais (Berenice Florence Hufnagel/Grandma. ma)

Resumen argumental: La serie cuenta las desventuras de un cínico y fracasado pato que trabaja como detective. A partir de la muerte de su esposa Beatrice, Duckman, junto a sus hijos Alex, Charles y Mambo, se muda con su cuñada Bernice, gemela idéntica de su fallecida esposa, con quien tendrá que vivir y enfrentar cuestiones como la crianza en familias mono parentales, la soledad, la viudez, la pérdida de las convicciones religiosas, etc. Como detective, Duckman es poco sofisticado e inepto; solo gracia a la ayuda de su compañero mucho mas capacitado, Cornfed, Duckman se las apaña para resolver suficientes casos para pagar sus deudas.

Comentarios: El personaje protagonista, Duckman, era muy similar al de George Costanza de *Seinfeld* (NBC, 1989-98); de hecho es el mismo actor, Jason Alexander, quien interpreta a Costanza y da voz a Duckman.

F

Family Dog

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 23 de junio de 1993

Cadena: CBS

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 10

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Brad Bird

Protagonistas: Martin Mull (Skip Binsford), Molly Cheek (Beverly Binsford), Danny Mann (Family Dog), Zak Huxtable Epstein (Billy Binsford) y Cassie Cole (Buffy Binsford)

Resumen argumental: *Family dog* cuenta la historia de una familia disfuncional, los Binsford, desde la mirada de su perro. Family dog, el perro, es maltratado por sus dueños, una familia de seres cínicos y malvados que lo obligan a toda clase de cosas. Por ejemplo, en “Show Dog” (T1.E1) lo inscriben en un concurso de talentos en contra de su voluntad y en “Enemy Dog” (T1.E4) lo obligan a hacerse amigo del perro de los vecinos más ricos del barrio solo para que la familia también pueda hacerse amiga de los propietarios.

Comentarios: Los primeros tres cortos de la serie aparecieron por primera vez el 16 de febrero de 1987, dentro del programa *Amazing Stories* (NBC, 1985-87). Sin embargo, fueron necesarios seis años para que idea original se convirtiera en una serie de media hora.

Family Guy (Padre de familia)

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 31 de enero de 1999

Cadena: Fox

Número de temporadas: 10

Número de episodios: 188

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Seth MacFarlane

Protagonistas: Seth MacFarlane (Peter/Stewie/Brian), Alex Borstein (Lois), Seth Green (Chris) y Mila Kunis (Meg)

Resumen argumental: *Family Guy* gira alrededor de la familia Griffin, especialmente de Peter, el padre, un gordo tonto que pasa todo el día viendo televisión y bebiendo cerveza. Su esposa, Lois, es quien controla la situación y lleva las riendas de la familia. Peter y Lois tienen tres hijos. Meg, la hija mayor, está obsesionada por entrar al grupo de los chicos más populares del instituto, pero éstos nunca se lo permiten. Es el objeto de todas las bromas de la familia. Chris, el segundo hijo, es muy tonto pero tiene una habilidad artística sorprendente. Hace amigos con facilidad, aunque nunca consigue conquistar a las chicas. Stewie, el bebé de la familia, es diabólico y pasa el día ideando planes para asesinar a su propia madre y dominar el planeta. Brian, el perro, es el más inteligente de todos y el responsable de que la familia se mantenga unida y sobreviva.

The Famous Adventures of Mr. Magoo

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 19 de septiembre de 1964

Cadena: NBC

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 26

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Walter Black y Barbara Chain

Protagonistas: Jim Backus (Mr. Magoo)

Resumen argumental: En esta encarnación de la NBC, Mr. Magoo es el anfitrión, narrador y protagonista de narraciones literarias como *Don Quijote de la Mancha* y *El conde de Montecito*. Algunas historias están contenidas en un único episodio, por ejemplo la de *Moby Dick* en el episodio del mismo nombre (T1.E5); mientras que otras se prolongan

y son explicadas en diversos episodios, por ejemplo *Los tres mosqueteros* que tiene dos partes (T1.E6 y E7) o *Robin Hood* que cuenta con cuatro (T1.E8, E9, E10 y E11). Dentro de la trama de dichas narraciones no hay ninguna referencia a la notable miopía del protagonista; no obstante, los segmentos introductorios de cada episodio presentan a Mr. Magoo chocándose contra paisajes de fondo y hablando con accesorios del escenario, lo que conecta así la serie con los dibujos originales. Sin embargo, esta era la única relación. Ni *The Famous Adventures of Mr. Magoo*, ni ninguna de las series posteriores protagonizadas por Mr. Magoo, consiguió recuperar la verdadera esencia del personaje.

Father of the Pride

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 31 de agosto de 2004

Cadena: NBC

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 14

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Jeffrey Katzenberg

Protagonistas: John Goodman (Larry), Danielle Harris (Sierra), Cheryl Hines (Kate), Carl Reiner (Sarmoti), Orlando Jones (Snack), Daryl Sabana (Hunter), Julian Holloway (Siegfried) y David Herman (Roy)

Resumen argumental: La serie explica el día a día de una familia de leones blancos, cuyo patriarca, Larry, es la estrella del show de magia de Siegfried y Roy en Las Vegas. Larry es un león con sobrepeso, que acostumbra a hablar sin pensar y que se convierte en estrella como consecuencia de una serie de sucesos inesperados. Su suegro, Sarmoti, había sido el centro del espectáculo antes de que apareciera Larry, de hecho, su nombre es un acrónimo de “Siegfried and Roy, Masters of the Impossible”. Sarmoti desaprueba a Larry como reemplazo en el espectáculo y como yerno, lo critica constantemente y encuentra erróneas todas sus acciones. Larry, además de un suegro insoportable, tiene que lidiar con una hija revolucionaria de 16 años y un niño de 10, al parecer, mentalmente deficiente.

Fish Police

Formato: Serie policiaca cómica

Fecha inicial de emisión: 28 de febrero de 1992

Cadena: CBS

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 6

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Steve Moncuse

Protagonistas: John Ritter (Inspector Gil), Héctor Elizondo (Calamari), Edward Asner (Chief Abalone), Jonathan Winters (Mayor Cod), Tim Curry (Sharkster), Frank Elker (Mussel Marinara) y Robert Guillaume (Detective Catfish)

Resumen argumental: En las profundidades de una metrópolis subacuática, Fish City, un detective de la policía, el inspector Gil, resuelve crímenes y se enfrenta al crimen organizado, mientras evita ser seducido por una sensual cantante, Angel. El argumento de la serie, como el personaje del detective, recuerdan a las películas clásicas de cine negro, aunque es este caso las historias no están protagonizadas por humanos sino por carpas y otras especies marinas.

Comentarios: La serie está basada en el comic de Steve Moncuse del mismo nombre. Solo fueron emitidos tres de los seis episodios producidos, antes de que la serie fuera cancelada definitivamente.

The Flintstones (Los Picapiedra)

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 30 de septiembre de 1960

Cadena: ABC

Número de temporadas: 6

Número de episodios: 166

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: William Hanna y Joseph Barbera

Protagonistas: Alan Reed (Fred Flintstone), Jean Vander Pyl (Wilma Flintstone), Mel

Blanc (Barney Rubble) y Bea Benaderet (Betty Rubble)

Resumen argumental: *The Flintstones* es una parodia de la vida moderna suburbana que toma lugar en la edad de piedra. Los personajes actúan y hablan de acuerdo a las normas y pautas contemporáneas, aunque viven en la prehistórica ciudad de Bedrock. Fred trabaja como operario de una grúa y está casado con Wilma. Los mejores amigos de la pareja son sus vecinos, los Rubble, Barney y Betty. Las parejas comparten casi todas las actividades cotidianas e incluso tienen su primer hijo al mismo tiempo.

Freak Show

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 4 de octubre de 2006

Cadena: Comedy Central

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 7

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: H. Jon Benjamin y David Cross

Protagonistas: H. Jon Benjamin (Tuck), David Cross (Benny/ Primi the premature baby), Janeane Garofalo (The bearded clam), Brian Stack (World's Tallest Nebraskan) y Jon Glase (Log Cabin Republican)

Resumen argumental: *Freak Show* explica las desventuras del “Freak Squad”, un escuadrón de fenómenos de circo que trabajan de forma secreta como superhéroes de segundo nivel. El Pentágono suele asignarle las misiones de poca importancia o relevancia que rechaza el “Justice Squad”³, el escuadrón de elite. El “Freak Squad” está conformado por Tuck y Benny, unos gemelos siameses; la almeja barbuda; el nebrasqueño mas alto del mundo; Primi, el bebé prematuro y el “Log Cabin Republican”.⁴

3 Una clara referencia a la Liga de la Justicia (Justice League), conformada por Superman, Batman, Wonder Woman, Flash, Gren Lantern, Aquaman, entre muchos otros.

4 “Log Cabin Republicans” es una organización que hace parte del partido americano republicano, que lucha por la igualdad de derechos, especialmente de los homosexuales.

Friky Dingo

Formato: Serie cómica de superhéroes y aventuras

Fecha inicial de emisión: 16 de octubre de 2006

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 25

Duración del episodio: 11 – 12 min

Creador/a: Adam Reed y Matt Thompson

Protagonistas: Adam Reed (Xander Crews/Killface), Christian Danley (Simon), Kelly Jenrette (Sinn) y Kate Miller (Grace Ryan)

Resumen argumental: La serie gira alrededor del conflicto entre Killface, un súper villano, y su archienemigo, Awesome X, un superhéroe. Xander Crews, la identidad bajo la que se esconde Awesome X, es el propietario de una gran corporación. Gracias a todo el dinero que ha producido con ésta, Crews se puede dedicar a luchar contra el crimen. Al inicio de la serie, Awesome X ha conseguido vencer a todos los villanos conocido y teme verse obligado a retirarse. No obstante, aparece Killface y los planes de retiro se olvidan. Killface amenaza con destruir la humanidad usando el “Annihilatrix”, un artefacto que puede lanzar la tierra contra el sol.

Comentarios: La serie fue oficialmente cancelada durante la producción de la tercera temporada en 2008. A finales de ese mismo año, se estreno un spin-off de la serie, *The Xtacles*. No obstante, solo se produjeron dos episodios, pues para enero de 2009, 70/30 Productions, la empresa productora de ambas series, se declaró en bancarrota.

Futurama

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 28 de marzo de 1999

Cadena: Fox y Comedy Central

Número de temporadas: 6

Número de episodios: 114

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Matt Groening

Protagonistas: Billy West (Philip Fry/Professor Farnsworth/Doctor Zoidberg/Zapp Brannigan), Katey Sagal (Leela), John DiMaggio (Bender), Tress MacNeil (Mom), Maurice LeMarche (Kif Kroker), Lauren Tom (Amy Wong), Phil LaMarr (Hermes Conrad) y David Herman (Scruffy)

Resumen argumental: Philip J. Fry es un joven repartidor de pizzas con un futuro poco prometedor. Por accidente, Fry es congelado el 31 de diciembre de 1999 en una cámara de criogénica y despertado mil años después en el futuro, lo que le da una nueva oportunidad para empezar. Rápidamente es contratado en por Planet Express Corporation, una compañía de transportes y correos interplanetaria, propiedad de su lejanísimo sobrino el profesor Hubert J. Farnsworth. Sus compañero de trabajo y mejores amigos son la capitana Leela, de quien Fry está enamorado, y Bender, un robot mal hablado, jugador, alcohólico, fumador, cleptómano, misántropo y egocéntrico.

G

Game Over

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 10 de marzo de 2004

Cadena: UPN

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 6

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: David Sacks

Protagonistas: Elizabeth Daily (Billy Smashenburn / Zenna), Rachel Dratch (Alice Smashenburn / Mammoth), Artie Lange (Turbo), Lucy Liu (Raquel Smashenburn), Patrick Warburton (Ripley “Rip” Smashenburn), Marie Matiko (Dark Princess Chang) y James Sie (Sam Chang)

Resumen argumental: La serie explica la vida de los personajes de videojuegos cuando no están trabajando, es decir, fuera de su personaje. Raquel, la madre, es una copia de Lara Croft y Rip, el padre, es piloto del Grand Prix. No obstante, sus profesiones no implican los mayores retos a los que tienen que enfrentarse, sino sus propios hijos: Alice y Billy, una pareja de adolescentes desesperados por encontrar su sitio en la jerarquía social de su entorno.

Comentarios: A pesar de enorme promoción por parte de la cadena y las críticas positivas, solo se produjeron seis episodios de la serie; de los cuales 5 fueron emitieron y casi siempre en diferentes horarios.

Gary and Mike

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 11 de enero de 2001

Cadena: UPN

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Fax Bahr y Adam Small

Protagonistas: Harland Williams (Mike Bonner) y Christopher Moynihan (Gary Newton)

Resumen argumental: La serie explica las aventuras de Gary y Mike, dos amigos de la infancia, mientras recorren Estados Unidos de América. La historia inicia cuando Gary renuncia a su empleo como enfermero para seguir los pasos de Lewis y Clark⁵, por orden de su padre. Gary debía hacer el viaje en solitario para conseguir el objetivo impuesto también por su padre: convertirse en un hombre. No obstante, Mike se apunta en el último momento. La noche anterior se ha acostado con la hija del jefe de la policía del pueblo y ahora éste lo persigue para vengar la deshonra a su familia. Mike ve el viaje de Gary como una oportunidad para librarse del jefe de la policía y huye con Gary y Mike. Juntos, los dos amigos van a Vermont (Phish Phry, T1.E3), Washington, D.C. (Washington D.C., T1.E5), Las Vegas (The virgin Gary, T1.E6), Nueva York (New York, New York, T1.E7), Minnesota (Cult status, T1.E8), Hollywood (The scene, T1.E11), entre muchas otros estados y ciudades.

Comentarios: En el último episodio de la serie, Gary y Mike se ven envueltos en una serie de malentendidos y la policía los persigue. Como única solución a sus problemas, los dos chicos deciden cometer suicidio. No obstante, no sé sabe que pasa finalmente porque la última escena del último episodio es un texto que dice: “To be continued...”. La serie fue cancelada después de su primera temporada y, por consiguiente, el enigma nunca fue resuelto.

⁵ Meriwether Lewis y William Clark lideraron la primera expedición transcontinental hasta la costa pacífica de los Estados Unidos. La expedición inició en St. Louis, Missouri, la misma localidad en la que inicia la trama de la serie.

Gary the Rat

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 26 de junio de 2003

Cadena: Spike TV

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a:

Protagonistas: Kelsey Grammer (Gary Andrews), Billy Gardell (Jackson Buford Harrison), Spencer Garrett (Truman Pinkdale), Rick Gómez (Bud), Vance DeGeneres (terapeuta de Gary), Susan Savage (Boots) y Robb Cullen (Johnny Horatio Bugz)

Resumen argumental: Gary es un exitoso abogado que se ha dedicado a ganar la carrera de locos que para él es la vida (*rat race* en inglés). Tanto se ha dedicado a ello, que una mañana se despierta transformado en una rata gigante. Gary intenta mantener su elevado estatus social y ajustar su transformación a su estilo de vida, aunque sabe que quizás cambiar dicho estilo sea la única forma de recuperar su condición de humano. Su nuevo aspecto le trae muchos problemas y le plantea numerosos inconvenientes cada día; aunque de vez en cuando resulta ventajoso.

God, the Devil, and Bob

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 9 de marzo de 2000

Cadena: NBC

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Matthew Carlson

Protagonistas: James Garner (God), Alan Cumming (Devil), French Stewart (Bob Alman), Nancy Cartwright (Megan Alman), Jeff Doucette (Smeck), Laurie Metcalf (Donna Alman) y Kath Soucie (Andy Alman).

Resumen argumental: Dios está decepcionado con el mundo de hoy. Demasiadas personas se dedican a hacer el mal y nadie parece emplear el buen juicio, lo que lo conduce a pensar en darse por vencido. Pero antes de hacerlo, decide hacer una apuesta con el demonio: si un humano escogido por éste demuestra que la humanidad es decente, Dios salva la humanidad; de lo contrario, destruye la tierra y comienza de cero. El demonio escoge a Bob Alman, un operario de una cadena de montaje de coches en un suburbio de Detroit, perezoso y que adora la cerveza. Por miedo, Bob se compromete a participara en la apuesta. Así, sin órdenes ni instrucciones, Bob debe probar que la humanidad merece ser salvada viviendo una vida decente en un mar de tentaciones.

Comentarios: La NBC únicamente emitió cuatro de los 13 episodios producidos, entre el 9 y el 28 de marzo de 2000. Después de 11 años, los nueve episodios restantes fueron presentados por Adult Swim entre el 8 de enero y el 26 de marzo de 2011.

Good Vibes

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 27 de octubre de 2011

Cadena: MTV

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 12

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: David Gordon Green

Protagonistas: Josh Gad (Mondo) y Adam Brody (Woodie)

Resumen argumental: Mondo Brando es un chico que se acaba de mudar de Nueva Jersey a California. Rodeado de cuerpos bronceados y chicas en bañador, Mongo se siente como pez fuera del agua. No obstante, Mongo conoce a Woodie, el chico mas enrollado de la playa, y éste le presenta a toda la gente del vecindario.

The Goode Family

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 27 de mayo de 2009

Cadena: ABC

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Mike Judge

Protagonistas: Mike Judge (Gerald Goode), Nancy Carell (Helen Goode), David Herman (Ubuntu Goode), Linda Cardellini (Bliss Goode), Brian Doyle-Murray (Charlie) y Dee Bradley Baker (Che)

Resumen argumental: La serie sigue la vida de los Goode, una familia obsesionada con la responsabilidad medioambiental y con ser social y políticamente correctos en todo momento y acerca de todo. Gerald, el padre, es administrador de un centro de estudios de Formación Profesional. Proviene de una familia de académicos liberales y utiliza como único medio de transporte su bicicleta. Su esposa, Helen, a diferencia de él, es hija de un conservador que se burla de todos los principios de la familia. Helen es una activista local y su mayor preocupación es su estatus entre los demás miembros de la comunidad ecologista. Ubuntu es el hijo adoptado de Gerald y Helen. La pareja decidió adoptar un niño africano para promover la tolerancia racial dentro de su comunidad; sin embargo, no recibieron un niño negro, como esperaban, sino uno blanco y rubio procedente de Suráfrica. Bliss, la única hija biológica de los Goode, suele estar en desacuerdo con muchas de las ideas de sus padres pero no por falta de tolerancia sino por estar mejor informada. Suele ser la voz de la razón de la familia.

The Groovenians

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 10 de noviembre de 2002

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 1

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Kenny Scharf

Protagonistas: Paul Reubens (Jet/the Bubble), Drena De Niro (Glindy), Dennis Hopper (Dad/King Normans), Ann Magnuson (Lalasha/Mom/Zazzy), Vincent Gallo (Nixon), Debi Mazar (Cuckoo bird/Yalda/Swirly) y Jeff Bennett (Suavo)

Resumen argumental: La serie cuenta la historia de dos jóvenes artistas que no encuentra su sitio en el aburrido planeta en el que viven. Por ello deciden fugarse a la utópica Groovenia, un planeta habitado por seres de todo el universo que solo se dedican a la creación artística y la diversión.

H

Happy Tree Friends

Formato: Sketch

Fecha inicial de emisión: 25 de septiembre de 2006

Cadena: G4

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min (tres segmentos de 7 min)

Creador/a: Aubrey Ankrum, Rhode Montijo y Kenn Navarro

Resumen argumental: Cada episodio de *Happy Tree Friends* incluye tres segmentos cómicos protagonizados por 22 mamíferos antropomorfizados, dulces y tiernos en apariencia, pero de carácter agresivo y violento. Cada uno de los segmentos inicia presentado a algunos de los personajes en una situación cotidiana. No obstante, dicha situación da pie a un enfrentamiento violento que inevitablemente desencadena en la muerte de alguno de los involucrados o un inocente que pasaba cerca del lugar de los hechos. Los personajes siempre reencarnan en los episodios posteriores y nunca se evidencian señales de violencia o heridas.

Comentarios: Desde su estreno en Internet, la serie se convirtió en un fenómeno. No obstante, su paso por la televisión fue muy discreto.

Harvey Birdman, Attorney at Lay **(Harvey Birdman, Abogado)**

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 30 de diciembre de 2000

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 4

Número de episodios: 39

Duración del episodio: 11 – 12 min

Creador/a: Michael Ouweleen y Erik Richter

Protagonistas: Gary Cole (Harvey Birdman), Stephen Colbert (Phil Ken Sebben/Myron Reducto), Thomas Allen (Peanut), John Michael Higgins (Mentok the Mind-Taker), Peter MacNicol (X the Eliminator) y Chris Edgerly (Peter Potamus)

Resumen argumental: Harvey Birdman, protagonista de *Birdman and the Galaxy Trio* (NBC, 1967-69), abandona el entorno de los superhéroes y hace una incursión en el universo de las leyes. Ahora como abogado, Birdman representa a antiguas estrellas de Hanna-Barbera en una amplia variedad de casos. Birdman ha aprendido a acomodar sus enormes alas dentro del traje, pero continua llevando su característica máscara. Avenger, su águila mascota, se ha convertido en su secretaria personal y otros personajes de la serie original, como X the Eliminator, Reducto, Mentok the Mind-Taker y Vulturo, también han asumido nuevos roles.

***Home Movies* (Películas caseras)**

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 26 de abril de 1999

Cadena: UPN y Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 4

Número de episodios: 52

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Brendon Small y Loren Bouchard

Protagonistas: Brendon Small (Brendon), Jon Benjamin (Coach John McGuirk/Jason), Melissa Bardin Galsky (Melissa), Paula Poundstone y Janine Ditullio (Paula)

Resumen argumental: La serie explica la vida de Brendon Small, un niño visionario de 8 años que, usando como actores a sus mejores amigos Jason y Melissa, se las arregla para dirigir más de mil películas caseras. Sus padres están divorciados, pero él no se siente diferente por ello, dado que es la situación más habitual en el resto de niños que los rodean. De hecho, su amigo Jason se siente molesto porque sus padres aun siguen juntos.

Hopeless Pictures

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 19 de agosto de 2005

Cadena: IFC

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 9

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Eric Gilliland

Protagonistas: Michael McKean (Mel Wax), Bob Balaban (Sam), Lisa Kudrow (Sandy), Jennifer Coolidge (Tracy Mink) y Jonathan Katz (Dr. Stein)

Resumen argumental: La vida personal y profesional del productor Mel Wax es un verdadero desastre. Wax intenta mantener a flote su propio estudio cinematográfico, “Hopeless Pictures”. El nombre del estudio es un homenaje a sus difuntos padres: Hope y Les Wax; quienes en forma de fantasma persiguen a Mel para reprocharle no haber cumplido sus expectativas. Por su fuera poco, Mel afronta su cuarto divorcio y Sandy, su ex mujer, está dispuesta a lo que sea para sacar el mayor provecho de la situación.

J

The Jetsons (Los Supersónicos)

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 23 de septiembre de 1962

Cadena: ABC

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 24

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: William Hanna y Josep Barbera

Protagonistas: George O’Hanlon (George Jetson), Penny Singleton (Jane Jetson), Daws Butler (Elroy Jetson), Janet Waldo (Judy Jetson), Don Messick (Astro the Dog), Jean Vander Pyl (Rosie), y Mel Blanc (Mr. Spacey)

Resumen argumental: A raíz del éxito de *The Flintstones*, Hanna-Barbera decidió producir una familia animada similar, pero en este caso, ubicada en un futuro entonces lejano, el siglo XXI. Los Jetson viven en Orbit City y la familia está conformada por George, el padre; Jane, la madre; Judy, la hija adolescente; el pequeño Elroy y Astro, la mascota de la familia. En el futurístico universo de los Jetson, los coches vuelan y los robots reemplazan el tradicional servicio domestico.

Comentarios: *The Jetsons* solo se emitió en prime time durante una temporada. No obstante, la serie fue revivida en 1985 y se produjeron dos temporadas más que fueron emitidos los sábados por la mañana. *The Jetsons* fue la primera serie de la ABC emitida en color.

K

Kid Notorious

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 22 de octubre de 2003

Cadena: Comedy Central

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 9

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Brett Morgen, Robert Evans y Alan R. Cohen

Protagonistas: Robert Evans (*Kid Notorious*), Niecy Nash (*Tollie Mae*), Alan Selka (*English*), Saul Hudson (*Slash*) y Billiy West (*Donald Rumsfeld*)

Resumen argumental: La serie está protagonizada por Robert Evans, el productor de Hollywood, interpretándose a sí mismo. En cada episodio, Evans se ve envuelto en absurda y bizarras situaciones. Por ejemplo, en “The f-you soup” (T1.E2), Evans viaja a Nepal para conseguir leche de yak para la sopa de su mejor amigo, Slash; en “Kim Jong II must die” (T1.E4), Donald Rumsfeld le ordena asesinar al líder de Corea del Norte y, en “The Nazi party” (T1.E5), Evans se infiltra en una organización neonazi para vengar la muerte de un amigo.

***King of the Hill* (El rey de la colina)**

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 12 de enero de 1997

Cadena: Fox y Syndication

Número de temporadas: 13

Número de episodios: 259

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Mike Judge y Greg Daniels

Protagonistas: Mike Judge (Hank Hill/Jeff Boomhauer), Kathy Najimy (Peggy Hill), Pamela Segall Adlon (Bobby Hill), Brittany Murphy (Luanne Platter), Johnny Hardwick (Dale Gribble), Stephen Root (Bill Dauterive) y Toby Huss (Cotton Hill)

Resumen argumental: Hank Hill, el protagonista de la serie, es un anticuado y conservador vendedor de propano que intenta adaptarse al mundo moderno. Su esposa, Peggy, suele contradecirlo; su hijo, Bobby, es una decepción y su padre, Cotton, es un dictador. Pero aun así, Hank consigue mantener la cabeza fría y un fuerte sentido de la moralidad, lo que lo convierte el “rey de la colina”. Hank suele disfrutar de sus momentos de ocio tomando cerveza con sus mejores amigos y vecinos: Bill Dauterive, un militar divorciado; Dale Gribble, un exterminador obsesionado con las teorías de conspiración del gobierno, y Jeff Boomhauer, un *playboy*.

Korgoth of Barbaria

Formato: Serie cómica de acción y aventura

Fecha inicial de emisión: 3 de junio de 2006

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 1

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Aaron Springer y Genndy Tartakovsky

Protagonistas: Diedrich Bader (Korgoth), Corey Burton (Narrador/Specules), Craig Raisner (Gog-Ma-Gogg), John DiMaggio (Stink/Scrotus/varios), Tom Kenny (Hargon/varios) y Susan Spano (Orala)

Resumen argumental: Korgoth es una parodia del personaje de ficción Conan el Bárbaro y de la “espada y la brujería”, subgénero de la fantasía épica. El primer y único episodio de la serie explica el viaje de Korgoth al catillo del mago Specules. Korgoth espera encontrar allí un extraño objeto, “el duende de oro de la cuarta edad”, con el que podrá conseguir la cura al parasito mortal del que está infectado. Durante la travesía, Korgoth asesina a numerosos seres y acoge a una niña de la que se enamora. Finalmente, en el castillo, se libra una dura batalla entre Korgoth y Specules. La niña de Korgoth es asesinada, pero él resulta vencedor. Con el duende de oro, Korgoth obtiene el elixir para el parásito mortal, aunque éste necesita de muchos años para hacer efecto.

Comentarios: El 18 de junio de 2006 Adult Swim anunció que *Korgoth of Barbaria* había sido seleccionada para convertirse en serie regular del canal. No obstante, no se produjo ningún episodio más de la serie.

L

The Life & Times of Tim

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 28 de septiembre de 2008

Cadena: HBO

Número de temporadas: 3

Número de episodios: 30

Duración del episodio: 21-24 min (dos segmentos de 10-12 min)

Creador/a: Steve Dilbarian

Protagonistas: Steve Dildarian (Tim), MJ Otto (Amy), Nick Kroll (Stu), Matt Johnson (Rodney) y Bob Morrow (Debbie)

Resumen argumental: *The Life & Times of Tim* es una serie acerca de un chico normal, Tim, que siempre está intentando hacer lo correcto pero, por algún extraño motivo, el universo siempre conspira contra él. Tim vive con su novia, Amy, en Nueva York y trabaja en “Omniconp”.

Lil' Bush

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 13 de junio de 2007

Cadena: Comedy Central

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 17

Duración del episodio: 11 – 12 min (primera temporada, 2007) / 21 - 24 min (segunda temporada: 2008)

Creador/a: Donick Cary

Protagonistas: Chris Parson (George W. Bush), Dave B. Mitchell (George H. W. Bush/Jeb Bush), Mara Cary (Barbara Bush), Donick Cary (Dick Cheney), Iggy Pop (Donald Rumsfeld), Ann Villeda y Kari Wahlgren (Condoleezza Rice)

Resumen argumental: En el universo sobre el que se construye la ficción, George H.W. Bush es presidente de los Estados Unidos de América y George W. Bush es tan solo un niño de quinto de primaria. George W. Bush es retratado como un primogénito estúpido, arrogante y peligroso que causan estragos en la Casa Blanca y provoca desastres alrededor del mundo con la ayuda de sus amigos, los pequeños Dick Cheney, Condoleezza Rice y Donald Rumsfeld.

Comentarios: Los episodios de la primera temporada estaban conformados por dos segmentos, uno de ellos un número musical de la banda formada por los protagonistas, y tenían una duración de entre 11 y 12 minutos. Por su parte, los episodios de la segunda temporada constituían una historia completa de entre 21 y 24 minutos, incluido un número musical.

Lucy, the Daughter of the Devil

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 30 de octubre de 2005

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 11

Duración del episodio: 11 – 12 min

Creador/a: Loren Bouchard

Protagonistas: Melissa Bardin Galsky (Lucy/Becky), Jon Glaser (Jesús), H. Jon Benjamin (The Devil/Judas/Giuseppe Cantalupi) y Sam Seder (Robert “Bob” Whitehead/Benetti)

Resumen argumental: La serie sigue la vida de Lucy, una chica de 21 años que, quiera o no, debe seguir el legado de su padre: ser el futuro anticristo. En el primer episodio de la serie, Lucy conoce a Jesús, DJ y mesías, con quien inicia una relación sentimental. Mientras los jóvenes comparten sus vidas, el padre de Lucy, el demonio, planea diferentes estrategias para gobernar el mundo con la ayuda de su asistente personal y abogada, Becky.

M

Mary Shelley's Frankenhole

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 27 de junio de 2010

Cadena: Adult Swim

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 20

Duración del episodio: 11- 12 min

Creador/a: Dino Stamatopoulos

Protagonistas: Jeff B. Davis (Dr. Victor Frankenstein), Scott Adsit (Professor Sanguinaire Polidori/Frankenstein's “Creation”/Gustav), Britta Phillips (Elizabeth Frankenstein), Chris Shearer (Count Dracula), Tigger Stamatopoulos (Igor), Mark Rivers (Heinrich/Blanket Jackson/Mohandas K. Ghandi), Jay Johnston (Stewart Lawrence), Joe Unger (Joe Yunger) y Dino Stamatopoulos (Mother Teresa/Death)

Resumen argumental: El Dr. Frankenstein, después de perfeccionar la fórmula de la inmortalidad, se dedica a construir un sinfín de “agujeros de gusano” entre su castillo y todos los periodos históricos. De esta manera, tiene la posibilidad de viajar en el tiempo y tratar a notables figuras históricas. Otros personajes del programa incluyen a Elizabeth Frankenstein, esposa del doctor; el conde Dracula, su rival, e Igor, su jorobado asistente.

Metalocalypse

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 6 de agosto de 2006

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 4

Número de episodios: 51

Duración del episodio: 11 – 12 min (primera y segunda temporada: 2006-2008)/
21 – 24 min (tercera y cuarta temporada: 2009-2012)

Creador/a: Brendon Small y Tommy Blacha

Protagonistas: Brendon Small (Nathan Explosion/Skwisgaar Skwigelf/ Pickles) y
Tommy Blacha (Toki Wartooth/William Murderface)

Resumen argumental: La serie sigue las aventuras de una ficticia banda de death metal llamada Dethklok. La banda y sus miembros, increíblemente estúpidos, son adorados por el mundo entero y acostumbran a dejar un rastro de caos y destrucción a su paso. Estos dos hechos llama la atención de un grupo denominado “The Tribunal”, dedicado a controlar todos los planes y actividades de Dethklok. Un episodio típico de la serie presenta a “The Tribunal” intentando mantener y perpetuar la ignorancia popular y el consumismo desenfrenado cada vez que una de las locuras de Dethklok amenaza inadvertidamente con trastornar el status quo.

Comentarios: El estreno de la cuarta temporada de la serie se espera para el 29 de abril de 2012. La temporada contará con 12 episodios y volverá al formato original de 11-12 minutos por episodios.

Minoriteam

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 6 de noviembre de 2005

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 20

Duración del episodio: 11- 12 min

Creador/a: Peter Girardi, Todd James y Adam de la Peña

Protagonistas: Dana Snyder (Dr. Wang), Nick Puga (El Jefe), Rodney Saulsberry (Fasto), Enn Reitel (Jewcano) y Keith Lal (Non-Stop)

Resumen argumental: *Minoriteam* presenta un equipo de cinco superhéroes que lucha contra la discriminación racial. Cada uno de ellos representa el estereotipo de una raza o etnia: Dr. Wang, el líder del equipo, es de procedencia asiática y una calculadora humana; el Jefe es un mexicano con sobrepeso que lucha con la ayuda del “Leafblower 3000”, el arma más peligrosa del universo; Fasto es afroamericano y el hombre más rápido que jamás allá existido; Jewcano es un judío con todo el poder de la fe judía y de un volcán, y Non-Stop, un indio propietario de una tienda de conveniencia inmune a las balas.

Mission Hill

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 24 de septiembre de 1999

Cadena: The WB y Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Bill Oakley y Josh Weinstein

Protagonistas: Wallace Langham (Andrew “Andy” French), Scott Menville (Kevin French), Brian Posehn (Jim Kuback) y Vicky Lewis (Posey Tyler)

Resumen argumental: *Mission Hill* toma lugar en la zona bohemia de la ciudad de Cosmopolis, hogar de un trío de veinteañeros liderados por Andy French. Andy es aspirante a ilustrador, pero por el momento trabaja en “Ron’s Waterbed World”, una tienda de colchones de agua. Andy comparte un enorme loft con Posey, una masajista hippie, y Jim, un barbudo pelirrojo que quiere ser radical pero paradójicamente se encuentra en la cúspide del negocio publicitario. La vida de Andy da un giro inesperado cuando, Kevin, su hermano de 17 años, decide dejar a sus padres y mudarse con él. Evidentemente, acompañado de Stogie, su golden retriever que come de todo. Andy y Kevin son como el agua y el aceite; no obstante, tendrán que llevarse bien ahora que viven bajo el mismo techo.

Mongo Wrestling Alliance

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 23 de enero de 2011

Cadena: Adult Swim

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 10

Duración del episodio: 11- 12 min

Creador/a: Tommy Blacha

Protagonistas: Pamela Adlon (Alice), Jason Nash (Rusty), Tommy Blacha (Fat Bathazar), Will Sasso (Booter), Billy West (Johnny) y Harry Dean Stanton (Baron)

Resumen argumental: Rusty Kleberkuh se graduó de la Universidad y se convirtió en luchador profesional. Después de trabajar duro y conseguir un sitio en la “West Valley Championship Wrestling”, Rusty asciende a la “Mongo Wrestling Alliance”, donde espera vengar a su abuelo, derrotado años atrás por el *booker*⁶ de dicha asociación.

Moral Orel

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 13 de diciembre de 2005

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 3

Número de episodios: 43

Duración del episodio: 11 – 12 min

Creador/a: Dino Stamatopoulos

Protagonistas: Carolyn Lawrence (Orel Puppington), Scott Adsit (Clay Puppington), Britta Phillips (Bloberta Puppington), Tigger Stamatopoulos (Shapey Puppington) y William Salyers (Rev. Putty)

Resumen argumental: Orel Puppington, el protagonista de *Moral Orel*, es un niño de

⁶ Es el encargado de determinar los encuentros: elige a los luchadores, el modo de vencer el combate y el vencedor.

12 años que intenta vivir bajo los preceptos morales de la iglesia protestante. Orel intenta seguirlos al pie de la letra, siempre con resultados desastrosos. Durante la primera temporada, la serie siguió una fórmula estándar: Orel escuchaba el sermón del domingo e intentaba poner en práctica lo aprendido. No obstante, su interpretación del sermón hacía creer a Orel que estaba siguiendo los designios del Señor haciendo cosas como reanimar cadáveres, ingerir su propia orina, fumar crack, practicar eutanasias o intentar inseminar a mujeres, mientras duermen, con magas pasteleras llenas de semen. Al final del episodio, el padre de Orel, intentando corregir a su hijo, le explicaba el verdadero sentido del sermón; aunque en realidad su interpretación era aun más retorcida que la del mismo Orel. Los episodios de la segunda temporada abandonan la estructura narrativa anterior y se construyen a partir de los argumentos secundarios introducidos en la primera temporada. Aunque Orel sigue viviendo alocadas aventuras, la mayoría de los episodios se centran en gente del pueblo, su relación con el protagonista Orel y aborda temas más oscuros y perturbadores. La tercera y última temporada de la serie se desarrolla alrededor del viaje que la familia Puppington realiza al final de la segunda temporada y las implicaciones emocionales que dicho viaje tiene en la vida de Orel.

Comentarios: La serie fue cancelada de forma repentina dejando siete guiones sin producir, lo que redujo de 20 a 13 el número de episodios de la última temporada. A partir de la segunda temporada, la calidad de la animación de la serie aumentó enormemente y se amplió el número de escenarios y personajes.

N

Napoleon Dynamite

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 15 de enero de 2012

Cadena: Fox

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 6

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Jared Hess y Jerusha Hess

Protagonistas: Jon Heder (Napoleon Dynamite), Aaron Ruell (Kip Dynamite), Efen Ramirez (Pedro Sánchez), Tina Majorino (Deb), Jon Gries (Uncle Rico), Sandy Martin (Grandma Dynamite), Diedrich Bader (Rex) y Haylie Duff (Summer Wheatley)

Resumen argumental: La serie está protagonizada por un adolescente excéntrico, convencido de tener increíbles e ilimitadas habilidades. En realidad, Napoleon sufre de acoso escolar y se inventa dichas habilidades para pretender ser quien no es. Napoleon vive con su abuela y su hermano mayor, Kip, a quien odia y responsabiliza constantemente de arruinarle la vida.

O

The Oblongs (Los Oblong)

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 1 de abril de 2001

Cadena: The WB y Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Angus Oblong y Jace Richdale

Protagonistas: Will Ferrell (Bob Oblong), Jean Smart (Pickles Oblong), Randy Sklar (Biff Oblong), Jason Sklar (Chip Oblong), Pamela Segall Adlon (Milo Oblong) y Jeannie Elias (Beth Oblong)

Resumen argumental: La familia Oblong vive en Hill Valley, un valle al que van a parar todos los residuos tóxicos de una lujosa zona residencial. Dichos residuos ocasionan a la familia, y al resto de vecinos del valle, una variedad de anomalías físicas y emocionales. Bob Oblong, el padre de familia, carece de extremidades superiores e inferiores; Pickles, la madre, ha perdido todo el cabello; Biff y Chip son gemelos siameses; Milo conserva un único pelo en toda la cabeza, tiene estrabismo en un ojo y sufre de numerosos desórdenes mentales, y Beth, la más pequeña de la familia, tiene una enorme verruga alargada en la cabeza. El despilfarrador estilo de vida de los residentes de la comunidad de “The Hills” es el causante de todos los problemas de contaminación, pero a ellos no parecen impórtales en lo más mínimo los demás.

Comentarios: La serie está inspirada en los personajes del libro *Creepy Susie and 13 other tragic tales for troubled children* (1999) de Angus Oblong.

P

Perfect Hair Forever

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 7 de noviembre de 2004

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 7

Duración del episodio: 11 – 12 min

Creador/a: Mike Lazzo, Matt Harrigan y Matt Maiellaro

Protagonistas: Kim Manning (Gerald Bald Z), Matt Maiellaro (Uncle Grandfather), Dave Willis (Coiffio) y Dennis Moloney (Catman).

Resumen argumental: *Perfect Hair Forever* es una serie acerca de un chico llamado Gerald, que se embarca en una aventura a través de un extraño bosque en busca del “cabello perfecto” para remediar su calvicie prematura. El viaje lo emprende tal como le sugiere su mentor Uncle Grandfather, quien le obsequia a “Action Hot Dog”, un perro, para que lo acompañe. Durante la travesía, Gerald conoce a extraños personajes como Cat Man, Model Robot y Astronomic Cat, todos ayudantes de Coiffio, enemigo y rival de Gerald por razones que nunca son explicadas en la serie.

Comentarios: El estilo visual y musical de la secuencia de créditos iniciales y finales variaba en cada episodio de la serie. En el stand de Adult Swim del Comic-Con de 2006, se anunció la cancelación oficial de la serie. En octubre del mismo año, Adultswim.com confirmó que se producirían 16 episodios más de *Perfect Hair Forever* y serían emitidos por Internet. No obstante, hasta el momento, no se ha vuelto a emitir ningún episodio nuevo de la serie.

The PJs

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 10 de enero de 1999

Cadena: Fox y The WB

Número de temporadas: 3

Número de episodios: 47

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Eddie Murphy, Larry Wilmore y Steve Tompkins

Protagonistas: Eddie Murphy (Thurgood Stubbs), Loretta Devine (Muriel Stubbs), Ja'net Dubois (Florence), Crystal Scales (Calvin), Michele Morgan (Juicy) y Shawn Michael Howard (Smokey)

Resumen argumental: Thurgood Strubbs vive con su esposa, Muriel, en un bloque de viviendas de protección oficial, en el que él trabaja como conserje. Thurgood es grosero, irritable y muy desagradable. Ningún vecino se lleva bien con él y la única que lo soporta es su esposa, una fan consagrada de Oprah Winfrey. Entre los vecinos mas excéntricos de la finca se encuentra la señora Avery, una vieja rabiosa y enemiga de Thurgood; la señorita Mambo Garcelle “Haiti Lady” Dupris, la practicante de vudú; Bebe Ho, la vulgar hermana de Muriel, y su esposo, el coreano Jimmy Ho, quien cree que es negro; la obesa familia Hudson; Smokey, un sin techo, y Emilio Sánchez, el mejor amigo de Thurgood.

Q

Queer Duck

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 31 de diciembre de 2001

Cadena: Showtime

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 20

Duración del episodio: 3 min

Creador/a: Mike Reiss

Protagonistas: Jim J. Bullock (Queer Duck/Adam Seymour Duckstein), Kevin Michael Richardson (Openly Gator), Billy West (Bi-Polar Bear) y Maurice LaMarche (Oscar Wildcat) y Tress MacNeille (Dr. Laura Schlessinger).

Resumen argumental: Adam Seymour Duckstein, más conocido como Queer Duck, es un pato antropomorfizado homosexual que trabaja como enfermero. Queer Duck es conocido por cotillear sobre todo y con todo el mundo, en especial por

teléfono mientras ve televisión. A lo largo de la serie se expusieron numerosos temas relacionados con la sexualidad del personaje; por ejemplo, en “I’m coming out” (T1.E1), Queer Duck explica a su familia que es homosexual; en “Wedding Bell Blues” (T1.E9), Queer Duck y su novio, Openly Gator, contraen matrimonio y en “Ku Klux Klan & Ollie” (T1.E10) Queer Duck es asediado por el Klu Klux Klan dadas sus preferencias sexuales. Queer Duck mantiene una buena relación con sus padres, ahora que éstos lo han aceptado. Sin embargo, Queer Duck sabe que sus padres no lo quieren tanto como a Lucky, su hermano heterosexual.

R

Ren and Stimpy “Adult Party Cartoon” **(Ren y Stimpy “Solo para adultos”)**

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 26 de junio de 2003

Cadena: Spike TV

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 7

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: John Kricfalusi

Protagonistas: John Kricfalusi (Ren) y Eric Bauza (Stimpy)

Resumen argumental: El programa continua las aventuras de Ren y Stimpy, protagonistas de *The Ren and Stimpy Show* (Nickelodeon, 1991-96). Ren es un chihuahua psicótico y Stimpy un inocente gato. La serie original fue muy controvertida por su uso de humor escatológico, insinuaciones sexuales y violencia. En *Ren and Stimpy “Adult Party Cartoon”* los personajes ya no están dentro del censurado universo Nickelodeon y son presentados en las más arriesgadas situaciones.

Robot Chicken (Pollo Robot)

Formato: Sketch

Fecha inicial de emisión: 20 de febrero de 2005

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 5

Número de episodios: 100

Duración del episodio: 11 – 12 min

Creador/a: Seth Green y Matthew Senreich

Protagonistas: Seth Green, Jordan Allen-Dutton, Alex Borstein, Hugh Davidson, Tamara Gardfield, Clare Grant, Jordan Ladd, Dan Milano, Matthew Senreich, Adam Talbott y Victor Yerrid

Resumen argumental: *Robot Chicken* es un programa de sketches en los que se parodia numerosos textos y personajes de la cultura popular empleando diversos estilos de animación, aunque principalmente *stop motion*. Los segmentos no poseen ninguna relación entre ellos y el ritmo en que son presentados es frenético, de esta manera, *Robot Chicken* constituye un programa especialmente formulado para una generación caracterizada por el trastorno de déficit de atención.

S

Saddle Rash

Formato:

Fecha inicial de emisión: 24 de marzo de 2002

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 1

Duración del episodio: 23 min

Creador/a: Loren Bouchard

Protagonistas: H. Jon Benjamin (Gummy/Tommy Morgan), Sarah Silverman (Hanna Headstrong), Sam Seder (Slim), Todd Barry (Kitty the Kid) y Mitch Hedberg (Muscular Mel).

Resumen argumental: Un pistolero sin brazos llega a Saddle Rash, un pequeño pueblo del viejo oeste americano, con el propósito de vengarse de Tommy Morgan, el bandolero responsable de la pérdida de sus extremidades superiores. Morgan ha estado escondido en las colinas desde que se ofreció una recompensa por su captura,

vivo o muerto. Durante su estancia en el pueblo, el nuevo forastero se hace amigo de Gummy, un viejo loco buscador de oro, además de narrador de la historia, quien le apoda Slim. Hanna Headstrong, la hija de un hacendado del pueblo, se enamora de Slim pero su amor no es correspondido ya que el pistolero solo está interesado en vengarse. Al final del episodio, Slim y Tommy Morgan se enfrentan, pero Slim fracasa/monda el tiro y no consigue matar a Morgia. Sin embargo, todo el pueblo de Saddle Rash, interesado en la recompensa que se ofrece por el bandolero, decide atacarlo y consiguen entregarlo a la justicia.

Sammy

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 8 de agosto de 2000

Cadena: NBC

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13 (11 sin emitir)

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: David Spade y Drake Sather

Protagonistas: David Spade (Sammy Blake/Jamie Blake), Maura Tierney (Kathy Kelly), Jeffrey Tambor (Steve), Harland Williams (Todd Blake), Andy Dick (Mark Jacobs), Bob Odenkirk (Gary Blake), Olivia Hack (Lola) y Julia Sweeney (Marie).

Resumen argumental: Sammy es una comedia autobiográfica del comediante David Spade. En la serie, Spade da voz a James Blake, una estrella del cine y la televisión. Blake está muy unido a sus dos hermanos, Tood y Gary, también su asesor financiero. Al igual que Spade, Blake fue abandonado, junto a su madre y sus hermanos, por su padre cuando era tan solo un niño. Sin embargo, ahora que Blake ha alcanzado la fama su padre, Sammy, ha decidido volver a hacer parte de su vida. Tood lo recibe con los brazos abiertos, Gary solo quiere que se vuelva a marchar y Sammy no está muy seguro de lo que debe hacer.

Comentarios: Se produjeron 13 episodios de la serie pero solo dos fueron emitidos, el 8 y el 15 de agosto de 2000, respectivamente. La serie fue cancelada por sus bajísimos niveles de audiencia y el resto de episodios nunca fueron emitidos. De igual forma que en la serie, el desaparecido padre de David Spade, Sam Spade, reaparece en la vida de su hijo cuando éste se vuelve famoso. Es preciso señalar que Sam Spade fue incluso asesor de la serie animada.

Sealab 2021 (Laboratorio submarino 2021)

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 23 de noviembre de 2000

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 4

Número de episodios: 52

Duración del episodio: 11 – 12 min

Creador/a: Adam Reed y Matt Thompson

Protagonistas: Harry Goz (Hazel “Hank” Murphy), Michael Goz (Bellerophon “Tornado” Shanks), Bill Lobley (Jodene Sparks), Kate Miller (Debbie DuPree), Ellis Henican (Derek “Stormy” Waters), Brett Butler (Dr. Quentin Q. Quinn), Erik Estrada (Marco Rodrigo Diaz de Vivar Gabriel Garcia Marquez), mc chris (Hesh Hepplewhite), Angela Gibbs (Debbie Love), Adam Reed (Dr. Ilad Virjay) y Matt Thompson (Sharko)

Resumen argumental: De igual forma que sus predecesores de los setenta *Sealab 2020* (NBC, 1972), *Sealab 2021* presenta a un grupo de científicos y aventureros estacionados en un laboratorio submarino de alta tecnología. No obstante, *Sealab 2021* toma lugar un año después del marco temporal que establecía la serie original. Durante ese año, el profesionalismo y la moral del equipo se ha ido degradando lentamente, haciendo que la tripulación invierta más tiempo en holgazanear que en trabajar.

Shorties Watchin' Shorties

Formato: Sketch

Fecha inicial de emisión: 28 de abril de 2004

Cadena: Comedy Central

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 14 (uno sin emitir)

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Jim Serpico, Eric Brown y Tom Sellitti

Protagonistas: Nick DiPaolo (Nick) y Patrice O'Neal (Patrice)

Resumen argumental: *Shorties Watchin' Shorties* presenta cortos animados creados a partir de los monólogos de famosos comediantes americanos (Dane Cook, Bill Burr, Brian Regan, Brian Posehn, Chris Hardwick, Mitch Hedberg, Mike Birbiglia, Jim Gaffigan y Lewis Black). Mientras de fondo se puede escuchar la voz del monologuista durante su acto, por medio de la animación podemos ver en escena la situación representada de forma visual. Entre segmento y segmento, también aparecen Nick y Patrice, dos bebés que viven en un barrio marginal de New York y su única fuente de entretenimiento es la televisión. De hecho, pasan la mayor parte del tiempo viendo los monólogos animados.

Comentarios: Inicialmente, los cortos animados eran presentados en Comedy Central durante los cortes comerciales. No obstante, tuvieron tanto éxito que se convirtieron en una producción de media hora. A partir de allí, se introdujo la pareja de bebés.

***The Simpsons* (Los Simpson)**

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 17 de diciembre de 1989

Cadena: Fox

Número de temporadas: 23

Número de episodios: 508

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Matt Groening

Protagonistas: Dan Castellaneta (Homer), Julie Kavner (Marge), Nancy Cartwright (Bart) y Yeardley Smith (Lisa)

Resumen argumental: *The Simpsons* es una comedia animada sobre la familia moderna. Comenzó como clips de un minuto en el programa de *The Tracey Ullman Show* y se ha convertido en uno de las series más exitosas de la televisión americana. La familia Simpson está conformada por cinco miembros: Homer, el padre, un adicto a la comida y la cerveza que siempre mete a la familia en problemas; Marge, la madre, ama de casa, esposa y madre perfecta; Bart, el hijo mayor, se pasa el día gastando bromas y se mete en toda clase de problemas; Lisa, la niña perfecta, estudiosa y educada, aunque una fracasada social, y Maggie, el bebé, a quien se le conoce bien por nunca abandonar su chupete rojo.

Sit Down, Shut up

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 19 de abril de 2009

Cadena: Fox

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Mitchell Hurwitz

Protagonistas: Will Arnet (Ennis Hoffard), Jason Bateman (Larry Littlejunk, Kristin Chenoweth (Miracle Grohe), Will Forte (Stuart Proszakian), Tom Kenny (Muhammad Sabeeh “Happy” Fa-ach Nuabar), Nick Kroll (Andrew LeGustambos), Cheri Oteri (Helen Klensch), Kenan Thompson (Sue Sezno) y Henry Winkler (Willard Deutschebog)

Resumen argumental: *Sit Down, Shut up* está basada en la serie australiana de imagen real del mismo nombre⁷. La historia gira en torno al profesorado del instituto de un pequeño pueblo de Florida, el Knob Haven High School. Ennis, Larry, Miracle y el resto de profesores conforma un excéntrico y variado grupo; sin embargo, todos tienen una cosa en común: su falta de interés por los alumnos, las clases y la enseñanza en general. *Sit Down, Shut up* disecciona la sociedad moderna, al tiempo que expone los sueños, decepciones y la dudosa humanidad de nuestras primeras figuras de autoridad y formación, los profesores.

Comentarios: A diferencia de la inmensa mayoría de series animadas, *Sit Down, Shut up* emplea fondos de imagen real para presentar personajes animados. Los escenarios pertenecen en realidad al John Muir High School, un instituto ubicado a lado de Rough Draft Studios, los estudios de animación que produjeron la serie.

El último episodio de la serie se emitió el 21 de noviembre de 2009 y de inmediato la serie fue oficialmente cancelada.

Slacker Cats

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 13 de agosto de 2007

Cadena: ABC Family

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 12 (seis sin emitir)

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Andy Riley y Kevin Cecil

Protagonistas: Harland Williams (Buckley), Sinbad (Eddie), Kiersten Warren (Tabitha), Emo Philips (Dooper), Nicole Sullivan (Louise), Niecy Nash (Mrs. Boots) y Alex Borstein (Latoyah)

Resumen argumental: *Slacker Cats* explica las extrañas aventuras de Eddie y Buckley, dos gatos domesticados que intentan encontrar su sitio en la jungla de asfalto. La mayoría de episodios tramas giran alrededor de los planes de Buckley y Eddie para escapar de la rutina cotidiana aprovechándose de los humanos con los que viven o de otros gatos.

Comentarios: *Slacker Cats* fue cancelada el 17 de septiembre de 2007, después de tan solo seis episodios. El resto de episodios producidos, otros seis, fueron presentados como una segunda temporada en la web de ABC Family y estrenaron el 19 de enero de 2009.

South Park

Formato: *Sitcom*

Fecha inicial de emisión: 13 de agosto de 1997

Cadena: Comedy Central

Número de temporadas: 16

Número de episodios: 230

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Trey Parker y Matt Stone

Protagonistas: Trey Parker (Stan Marsh/Eric Cartman) y Matt Stone (Kyle Broflovski y Kenny McCormick)

Resumen argumental: La serie se centra en la vida de cuatro amigos estudiantes de cuarto de primaria: Stan Marsh, el más normal; Kyle Broflovski, el judío; Kenny, el que muere en cada episodio, y Eric Cartman, el gordo despreciable. La serie toma lugar en South Park, una ficticia población de Colorado, donde ocurren cosas extrañas, como abducciones alienígenas o la mudanza de Michael Jackson. La serie parodia una

infinidad de celebridades y critica todas y cada una de las ideologías e instituciones alrededor del planeta.

Space Ghost Coast to Coast **(Fantasma del espacio de costa a costa)**

Formato: Talk show

Fecha inicial de emisión: 15 de abril de 1994

Cadena: Cartoon Network, Adult Swim (Cartoon Network) y Game Tap

Número de temporadas: 10

Número de episodios: 108

Duración del episodio: 15 – 30 min

Creador/a: Mike Lazzo

Protagonistas: George Lowe (Space Ghost), C. Martin Croker (Zorak/Moltar) y Andy Merrill (Brak)

Resumen argumental: *Space Ghost Coast to Coast* trata de un superhéroe retirado, Space Ghost (personaje original de la serie *Space Ghost* [CBS, 1966-68]), que dirige su propio talk show. Sus antiguos enemigos, Moltar y Zorak, se han convertido en productor y músico del programa respectivamente. En la serie original, Space Ghost contaba con escasos minutos para luchar contra el mal y salvar al universo; mientras que ahora tiene como única misión entrevistar a celebridades. Entre las que han sido presentadas en el programa figuran Michael Moore, Matt Groening, Mike Judge, William Shatner, Jim Carrey, Cameron Díaz, Slash Buzz Aldrin, Metallica y The Bee Gees.

Squidbillies (Los calamareños)

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 16 de octubre de 2005

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 6

Número de episodios: 70

Duración del episodio: 11 – 12 min

Creador/a: Jim Fortier y Dave Willis

Protagonistas: Unknown Hinson (Early Cuyler), Daniel McDevitt (Rusty Cuyler), Dana Snyder (Granny Cuyler), Patricia French (Lil Cuyler), Bobby Ellerbee (Sheriff) y Dave Willis (Narrador/Glenn/Deputy Denny)

Resumen argumental: Hace cinco millones de años, el océano atlántico cubría todo Estados Unidos de América. Durante el proceso de transformación del océano hasta la forma que tiene hoy, una familia de calamares se quedó varada en las montañas del Norte de Georgia. Esta heterogénea mezcla de revoltosos moluscos, infuenciados por los paletos sureños que los rodean, se adaptan fácilmente a un mundo dominado por las peleas, disputas familiares, el consumo desproporcionado de bebidas alcohólicas y el continuo desafío a la autoridad.

Starveillance

Formato: Sketch

Fecha inicial de emisión: 5 de enero de 2007

Cadena: E!

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 6

Duración del episodio: 21 – 24 min (seis segmentos)

Creador/a: Eric Fogel

Protagonistas: Gil Oseri (Corey), Ben Schwartz (Glenn), Tia Dionne Hodge (varios), Kathy Searle (varios), Erin Quill (varios) y Noah Starr (varios)

Resumen argumental: *Starveillance* es una parodia de los programas del corazón y presenta a numerosas celebridades en momentos de su vida privada. Las diferentes situaciones, en forma de sketch, son presentadas por Glen y Corey, quienes han instalado cámaras alrededor del planeta para mantener vigilados a los famosos.

Comentarios: *Starveillance* es una de las pocas series animadas de prime time que ha empleado claymation. A pesar de que la serie fue muy bien valorada por la crítica, sus bajos niveles de audiencia le negaron la posibilidad de una segunda temporada.

Stripperella

Formato: Serie cómica de superhéroes

Fecha inicial de emisión: 26 de junio de 2003

Cadena: Spike TV

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Stan Lee

Protagonistas: Pamela Anderson (Stripperella), Tom Kenny (Kevin Calhoun), Maurice LaMarche (Chief Stroganoff), Jill Talley (Giselle), Sirena Irwin (Persephone), Greg Proops (Bernard)

Resumen argumental: Pamela Anderson da voz a Stripperella, una súper heroína que se oculta bajo la identidad de Erotica Jones, una exuberante bailarina de un club nocturno. Stripperella lucha contra villanos como Dr. Cesarean, un cirujano plástico que planea introducir implantes mamarios de nitroglicerina o Klinko, el jefe de una copistería que emplea la fotocopiadora para lavarle el cerebro a sus clientes y convertirlos en criminales. Stripperella carece de verdaderos súper poderes, es un héroe más del tipo de Batman: posee una inteligencia muy superior a la media, una gran habilidad atlética, es experta en artes marciales y puede planear desde grandes alturas gracias a su abundante cabellera. Además, cuenta con una amplia variedad de dispositivos de alta tecnología, aunque más similares a los de James Bond que a los de Batman.

Stroker and Hoop

Formato: Serie cómica policíaca

Fecha inicial de emisión: 1 de agosto de 2004

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Casper Kelly y Jeff Olsen

Protagonistas: Jon Glaser (Stroker) y Timothy “Speed” Levitch (Hoop).

Resumen argumental: Stroker y Hoop son una pareja de investigadores privados en Los Angeles, que se visten y actúan como si vivieran en los setenta. Muy a pesar de las buenas opiniones que tienen sobre sí mismo, Stroker y Hoop son unos auténticos fracasados: ni Stroker es un don Juan, ni Hoop un maestro del disfraz. Solo son contratados por personas que no pueden pagar detectives competentes o tontos que se dejan convencer por su anuncio en las páginas amarillas. De forma recurrente, sus intentos por resolver un crimen acaban en altercados violentos y miles de dólares en daños a propiedad ajena.

Comentarios: *Stroker and Hoop* debutó el primero de agosto de 2004, pero se introdujo de forma regular en la programación del canal a partir del 5 de septiembre de 2005. El último episodio de la primera temporada se emitió el 25 de diciembre del mismo año y en febrero de 2006, Les Harper, jefe de animación de la serie, anunció que la serie no había sido renovada para una segunda temporada.

Superjail!

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 28 de septiembre de 2008

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 20

Duración del episodio: 11 – 12 min

Creador/a: Christy Karacas, Stephen Warbrick y Ben Gruber

Protagonistas: David Wain (the warden), Teddy Cohn (Jared), Christy Karacas (Alice/Jackknife), Richard Mather (the twins) y Eric Bauza (Lord Stingray)

Resumen argumental: En un mundo surreal, una enorme prisión de máxima seguridad es regentada por un director tan excéntrico y extraño como sus propios prisioneros. La serie se caracteriza sus cambios repentinos en la trama y los escenarios y por la violencia extrema. En la primera temporada, cada episodio explica una historia lineal en torno a alguno de los caprichos del director de la prisión. Sin embargo, la trama no siempre es resuelta sino que la historia se detiene cuando la situación alcanza proporciones caóticas. En todo caso, al final de cada episodio, la situación inicial es restaurada. A partir de la segunda temporada, los creadores de la serie modificaron el formato y pasaron a concentrarse en el

desarrollo de los personajes; tal como demostró el argumento del primer episodio de la segunda temporada, “Best Friends Forever”.

Comentarios: El episodio piloto de la serie fue emitido el 13 de mayo de 2007; no obstante, la serie se estrenó de forma regular el 28 de septiembre de 2008.

SuperNews!

Formato: *Sketch*

Fecha inicial de emisión: 19 de agosto de 2005

Cadena: Current TV

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 18

Duración del episodio: 21 – 24 min (seis segmentos)

Creador/a: Josh Faure-Brac

Protagonistas: Josh Faure-Brac (George W. Bush), Jason Nash (varios), Bob Barnes (narrador), Brian Shortall (varios), Rebecca Sage Allen (varios), Jordan Peele (varios), Jonah Ray (varios) y Jerry Minor (varios)

Resumen argumental: *SuperNews!* es una sátira cómica en la que los hechos más absurdos del día a día son representados en un hilarante universo animado. En dicho universo podemos descubrir políticos, presentadores de noticias, magnates informáticos, celebridades, etc. desde una nueva perspectiva. Los acontecimientos o situaciones están presentados en forma de breves *sketches* enlazados por medio de transiciones temáticas. Los personajes que han aparecido con mayor frecuencia son: Barack Obama, Hillary Clinton, John McCain, Lindsay Lohan, Paris Hilton y Britney Spears.

Comentarios: Josh Faure-Brac creó *SuperNews!* en 2005 para la inauguración del nuevo canal por cable Current TV. Inicialmente se trataba de capsulas cómicas repartidas a lo largo de la programación diaria, pero en marzo de 2009 el canal decidió convertirla en una serie de media hora. El último episodio de la serie fue emitido el 28 de enero de 2010 y el 12 de mayo de ese mismo año la serie fue oficialmente cancelada.

T

That Crook'd 'Sipp

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 13 de mayo de 2007

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 1

Duración del episodio: 15 min

Creador/a: Jacob Escobedo, Nick Weidenfeld, Levell “David Banner” Crump y Mike Weiss

Protagonistas: Amechi Akosa (Odysseus Gibson), David Banner (Virgil Gibson), Roxanne Estrada (Gray Beauxregard), Heather Lawless (Caledonla Beauxregard), Adam Reed (Beauregard Beauxregard VIII), Jason Walden (Beauregard Beauxregard IX / Harold Hankel) y Hayden Ward (Amelia Beauxregard)

Resumen argumental: “That Tree of Strife”, el único episodio de *That Crook'd 'Sipp*, explica la relación de contraste entre una familia americana, los Beauxregards, que representa el espíritu del “Old South”⁸ y la nueva cultura del “Dirty South”⁹, en la que no todos los miembros de la familia Beauxregard consiguen encajar.

Comentarios: La serie debutó como parte del especial “The Night of 1,000 Pilots” de Adult Swim. Su aceptación por parte del público impulsó a los responsables del canal a encargarse de seis episodios más para incluir la serie en la programación del canal. No obstante, antes de iniciar el proceso de producción, la serie fue desechada y la idea central fue transformada en un especial, “Freaknik: The Musical”, que emitió el 7 de marzo de 2010.

⁸ Geográficamente, el “Old South” o “viejo sur” es una subregión del sur americano conformada por los estados de Virginia, Maryland, Carolina del Norte, Carolina del Sur y Georgia. Culturalmente, el término describe el periodo anterior a la Guerra Civil Americana. Para muchos sureños blancos, el vocablo hace referencia a una época de prosperidad, orden social y calidad de vida. Por el contrario, para la población afroamericana describe un pasado marcado por las plantaciones de esclavos.

⁹ El “Dirty South” es un estilo de rap que irrumpió en la segunda mitad de los noventa en el sur de Estados Unidos de América. El “dirty south” desciende del “southern rap”, un género musical de finales de los ochenta. Actualmente, el triángulo formado por Nueva Orleans, Atlanta y Saint Louis se ha convertido en la nueva meca del “gangsta rap” en Estados Unidos de América.

This Just In!

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 12 de marzo de 2004

Cadena: Spike TV

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 6

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Steve Marmel

Protagonistas: Steve Marmel (Brian Newport), Peter MacNicol (Craig Tindle), Alex Meneses (Sami Ruiz), Phil Morris (Jimmy Townhouse), Jennifer Hale (Hu Tindle) y Colin Mahan (George W. Bush/varios personajes)

Resumen argumental: La serie sigue la vida de Brian Newport, un columnista republicano que todo lo convierte en noticia. Newport es abiertamente conservador, apoya la intervención de Estados Unidos de América en Irak, está en contra de la atención sanitaria universal y admira a George W. Bush porque, según el mismo Newport, es una de esas personas que primero dispara y después pregunta. Newport es de la clase de personas que hablan y actúan sin pensar; por ello, su mejor amigo, Jimmy Townhouse, continuamente se ve obligado a disculparse, en nombre de Brian, por sus opiniones y acciones.

Comentarios: El sexto y último episodio de la serie fue emitido el 18 de abril de 2004.

Titan Maximum

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 27 de septiembre de 2009

Cadena: Adult Swim

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 9

Duración del episodio: 11- 12 min

Creador/a: Tom Root y Matthew Senreich

Protagonistas: Breckin Meyer (Palmer), Rachael Leigh Cook (Jodi), Eden Espinosa (Sasha), Dan Milano (Willie), Tom Root (Spud) y Seth Green (Gibbs)

Resumen argumental: La serie está protagonizada por un grupo de superhéroes, el “Titan Force Five” (Palmer, Jodi, Sasha, Spud y Gibbs), encargados de defender la capital de la luna de Saturno. Dos años antes de iniciar la trama de la serie, el equipo se había disuelto por un recorte presupuestario, consecuencia de serie de incidentes cada vez más frecuentes. Cada uno de los miembros del equipo había encontrado un trabajo normal y corriente y llevaban mucho tiempo sin verse. No obstante, Gibbs, uno de los ex miembros del equipo, vuelve como un súper villano que quiere conquistar el Sistema Solar con un ejército de monstruos. Palmer, Jodi y Sacha (Spud murió en un accidente), los tres miembros restantes, deciden entonces unirse para detenerlo. Para volver a ser el “Titan Force Five”, se unen al equipo Willie, el hermano de Palmer, y Leon, un mono.

Tom Goes to the Major

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 14 de noviembre de 2004

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 30

Duración del episodio: 11 – 12 min

Creador/a: Tim Heidecker y Eric Wareheim

Protagonistas: Tim Heidecker (Tom Peters) y Eric Wareheim (The Mayor)

Resumen argumental: Tom Peters es un aspirante a empresario, ciudadano ejemplar y nuevo vecino de un pequeño pueblo, Jefferton. Peters está lleno de ideas nuevas y originales para mejorar el pueblo y el alcalde está dispuesto a aceptar casi cualquier propuesta, siempre y cuando ésta esté acompañada de una elegante presentación en PowerPoint o un número musical fresco. Sin embargo, el alcalde siempre retoca las ideas de Tom y las convierte en un auténtico desastre. La serie explora las posibilidades cómicas de las maquinaciones gubernamentales, el pensamiento provincial y el orgullo cívico.

Top Cat (Don gato y su pandilla)

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 27 de septiembre de 1961

Cadena: ABC

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 30

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: William Hanna y Joseph Barbera

Protagonistas: Arnold Stang (Top Cat), Allen Jenkins (Officer Dibble), Maurice Gosfield (Benny the Ball), Leo DeLyon (Brain/Spooock), Marvin Kaplan (Choo-Choo) y John Stephenson (Fancy-Fancy)

Resumen argumental: Top Cat cuenta la historia de una pandilla de gatos callejeros y su carismático líder, Top Cat. Con su habilidad para engañar y engatusar, Top Cat siempre está intentando hacerse rico, comer gratis o gastando bromas. Todo esto bajo la mirada constante del oficial Dibble, un policía muy estricto con la pandilla, pero también su amigo.

Tripping the Rift (Tropezando en el espacio)

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 4 de marzo de 2004

Cadena: Syfy (Sci Fi Channel)

Número de temporadas: 3

Número de episodios: 39

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Chris Moeller y Chuck Austen

Protagonistas: Stephen Root (Chode McBlob), Gina Gershon, Carmen Electra y Jenny McCarthy (Six), Gayle Garfinkle (T’Nuk Laylor), Rick Jones (Whip), Maurice LaMarche (Gus), John Melendez (Spaceship Bob) y Terrence Scammell (Darph Bobo)

Resumen argumental: Tripping the Rift sigue las aventuras del Capitán Chode y el resto de la extraña tripulación del “Júpiter 42”, una nave interestelar controlada mediante

inteligencia artificial. La principal misión del equipo a bordo es combatir a los malvados Payasos Oscuros, aunque pasan más tiempo evadiendo a la “Confederación”, una parodia de la “United Federation of Planets” de *Star Trek*, y hablando de sexo. El universo, los personajes y las naves de la serie están modelados en función de los presentados en las series de *Star Trek* y *Battlestar Galactica*, la saga *Star Wars* y la película 2001: *A Space Odyssey*.

U

Ugly Americans

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 17 de marzo de 2010

Cadena: Comedy Central

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 31

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Devin Clark

Protagonistas: Matt Oberg (Mark Lilly), Kurt Metzger (Randall), Natasha Leggero (Callie), Randy Pearlstein (Leonard), Michael-Leon Wooley (Twayne) y Larry Murphy (Frank)

Resumen argumental: *Ugly Americans* toma lugar en un universo alternativo en que la ciudad de Nueva York está habitada por extraterrestres, zombis, demonios y otras extrañas criatura. Mark Lilly, protagonista de la serie, es un trabajador social que se dedica a ayudar a los nuevos ciudadanos, humanos o de cualquier tipo, a adaptarse e integrarse en la ciudad. No es una tarea fácil, pero Mark decide aceptar el reto. Además de un trabajo estresante, Mark tiene que lidiar con su compañero de piso, un zombi, y su novia, un demonio.

Undergrads (Años universitarios)

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 1 de abril de 2001

Cadena: MTV

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Pete Williams

Protagonistas: Pete Williams (Nitz/Cal Evans/Rocko/Gimpy), Susan Dalton (Kimmy Burton), Jene Yeo (Jessie) y Robert Tinkler (Mump)

Resumen argumental: *Undergrads* explica la historia de Nitz, Gimpy, Cal y Rocko, cuatro amigos de la infancia, que se ven obligados a separarse para ir a universidades diferentes. Las fraternidades, las tradiciones de los campus, las chicas y la jerarquía social dentro de la universidad son solo algunos de los retos a los que se tendrán que enfrentar estos cuatro amigos.

Unsupervised

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 19 de enero de 2012

Cadena: FX

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 10

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: David Hornsby, Scott Marder y Rob Rosell

Protagonistas: Justin Long (Gary) y David Hornsby (Joel)

Resumen argumental: *Unsupervised* es una serie sobre unos mejores amigos, Gary y Joel, que intentan superar la adolescencia sin ningún tipo de guía. El padre de Gary lo abandono hace años y lo dejó bajo el cuidado de su ausente madrastra; mientras que los ancianos padres de Joel no se involucran en la vida de su hijo. El resto de adultos en la vida de este par de chicos son todo menos un modelo a seguir. Por ello, ambos han decidido vivir bajo sus propios preceptos y continuar el camino de la vida apoyado, únicamente, el uno en el otro.

V

The Venture Bros. (Los hermanos Venture)

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 16 de febrero de 2003

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 4

Número de episodios: 55

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Jackson Publick (seudónimo de Christopher McCulloch) y Doc Hammer

Protagonistas: Christopher McCulloch (Henry Allen “Hank” Venture), Michael Sinterniklaas (Roger “Dean” Venture), James Urbaniak (Dr. Thaddeus S. “Rusty” Venture), Patrick Warburton (Brock Samson), Soul-Bot (H.E.L.P.e.R.) y Brendon Small (Sergeant Hatred)

Resumen argumental: *The Venture Bros.* es una clara de *Jonny Quest*. La serie presenta las aventuras de dos adolescentes, Hank y Dean Venture, que, como Jonny, tienen un padre científico. No obstante, Thaddeus S. “Rusty” Venture es solo un intento de científico que lucha por vivir bajo el legado de su padre, el Dr. Jonas Venture, un verdadero súper científico y aventurero. El guardaespaldas de los hermanos Venture, en reemplazo de Race Bannon, es el agente secreto Brock Samson, quien invierte la mayor parte de su tiempo metiendo al Dr. Venture y sus hijos en un sinfín de problemas.

VH1 Ill-ustrated

Formato: Sketch

Fecha inicial de emisión: 17 de octubre de 2003

Cadena: VH1

Número de temporadas: 2

Número de episodios: 13

Duración del episodio: 21 – 24 min (vario segmentos)

Creador/a: Bob Cesca

Resumen argumental: El programa está conformado por sketches cómicos que burlan a celebridades y parodian textos de la cultura popular. Algunos personajes recurrentes son Axl Rose, Michael Jackson, SpongeBob SquarePants y George W. Bush.

W

Wait Till Your Father Gets Home **(Espera a que llegue papá a casa)**

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 12 de septiembre de 1972

Cadena: Syndication

Número de temporadas: 3

Número de episodios: 48

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: William Hanna y Joseph Barbera

Protagonistas: Tom Bosley (Harry), Joan Gerber (Irma), Kristina Holland (Alice), David Hayward y Lennie Weinrib (Chet), Jackie Earle Haley y Willie Aames (Jamie) y Jach Burns Ralph

Resumen argumental: *Wait Till Your Father Gets Home* narra la vida de los Boyles, una típica familia americana de los setenta. Harry Boyle, el padre, tiene una compañía de suministros para restaurantes. Su esposa, Irma, es un ama de casa tradicional con ocasionales destellos de independencia. Harry e Irma tienen tres hijos: Chet, Alice y Jamie. Chet, de 22 años, es un vago que pasa la mayor parte del tiempo durmiendo; Alice, de 16, busca el apoyo de su madre para luchar por las causas feministas y Jamie, de tan solo 9, es el capitalista de la familia.

Welcome to Eltingville

Formato: Serie cómica

Fecha inicial de emisión: 3 de marzo de 2002

Cadena: Adult Swim (Cartoon Network)

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 1

Duración del episodio: 22 min

Creador/a: Evan Dorkin

Protagonistas: Jason Harris (Bill Dickey), Troy Metcalf (Josh Levy), Larc Spies (Pete DiNunzio), Corey Brill (Jerry Stokes), Glenn Jones (Joe) y Evan Dorkin (Ironjaw)

Resumen argumental: *Welcome to Eltingville como Dork!*, el comic en que está basada la serie, explica los días de Dorkin como empleado de una tienda de comic en Eltingville, un vecindario de Staten Island (NY). El primer y único episodio de la serie, “Bring Me the Head of Boba Fett” cuenta la historia de cómo los cuatro miembros del “Eltingville Club”, Bill Dickey, Josh Levy, Pete DiNunzio y Jerry Stokes, descubren un muñeco de Boba Fett¹⁰ en una tienda de comic y como luchan entre ellos para decir quién se lo queda. Al final del episodio, el muñeco termina roto y todos los miembros del club enojados. En la última escena, Willoughby, un chico repudiado por el club, rompe la cuarta pared y pregunta a la audiencia si será este el final del Eltingville Club. Y en efecto lo fue.

Comentarios: Dorkin confirmó pública y reiteradamente su interés por desarrollar más episodios de la serie; sin embargo, ésta nunca fue incluida en la programación regular del canal.

Where's Huddles?

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 1 de julio de 1970

Cadena: CBS

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 10

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: William Hanna y Joseph Barbera

Protagonistas: Cliff Norton (Ed Huddles), Mel Blanc (Bubba McCoy), Jean Vander Pyl (Marge Huddles), Paul Lynde (Claude Pertwee), Herb Jeffries (Freight Train) y Marie Wilson (Penny McCoy)

Resumen argumental: *Where's Huddles?* está protagonizada por los amigos y vecinos Ed Huddles y Bubba McCoy, *quarterback* y central del equipo de fútbol americano “The Rhinos”. La serie giraba entono a sus vidas familiares y su constante esfuerzo por ganar más dinero y mejorar sus salarios como jugadores de fútbol, evidentemente un elemento fantástico del programa.

¹⁰ Personaje de la saga *Star Wars*.

Comentarios: La serie tenía muchos elementos en común con *The Flintstones*: estaba protagonizada por dos parejas adultas, tenía líneas argumentales casi iguales y Mel Blanc y Jean Vander Pyl interpretaban al mejor amigo y a la mujer del protagonista, respectivamente.

Where My Dogs At?

Formato: Sitcom

Fecha inicial de emisión: 10 de junio de 2006

Cadena: MTV2

Número de temporadas: 1

Número de episodios: 8

Duración del episodio: 21 – 24 min

Creador/a: Aaron Matthew Lee y Jeffrey Ross

Protagonistas: Jeffrey Ross (Buddy) y Tracy Morgan (Woof)

Resumen argumental: *Where My Dogs At?* sigue las aventuras de dos perros, Buddy and Woof, por las principales calles de Hollywood. Buddy ha sido separado de su amo, un niño de diez años; mientras que Woof huyó del suyo. Juntos, estos dos perros intentan sobrevivir en las calles y evitar a los empleados de la perrera.

