

Les comèdies animades ens ensenyen televisió

01/2013 - **Ciències de la Comunicació**. Les comèdies nord-americanes animades de gran audiència i emeses en *prime time*, les més conegudes serien els *Simpsons* o *Family Guy*, es caracteritzen per la utilització de diferents gèneres, l'ús de textos d'altres productes culturals i l'autoreferència. La tesi doctoral de Beatriz Gómez ha analitzat cinc d'aquestes sèries per arribar a la conclusió que aquestes no opten per buscar l'originalitat sinó que comenten satíricament altres productes culturals, esdevenint, d'aquesta manera, analistes de televisió i fins i tot un producte pedagògic.



Aquesta tesi doctoral és una investigació de caràcter exploratori centrada en l'estudi de les comèdies animades de màxima audiència, un subgènere present a la programació nord-americana des de fa més de 50 anys, però encara sense definir. La tesi aborda les comèdies animades des d'una perspectiva històrica i analitzant els aspectes principals de la seva narració. En el treball s'examina el recorregut d'aquestes sèries per la programació americana al llarg de les últimes cinc dècades i s'analitza el seu format animat, estructura narrativa, personatges i escenaris, etc.

El nucli del treball consisteix en l'anàlisi de cinc sèries pertanyents a aquest subgènere (*The Simpsons* [Fox, 1989 -], *King of the Hill* [Fox, 1997-2009], *Family Guy* [Fox, 1999 -], *American Dad!* [Fox, 2005 -] i *The Cleveland Show* [Fox, 2009 -]) i demostra que la comèdia animada de màxima audiència es caracteritza per la hibridació entre diferents gèneres, l'autorreflexibilitat i l'ús de textos d'altres productes culturals, fet que la converteix en la màxima manifestació de l'anomenada televisió hiperconscient. Aquest tipus de televisió es caracteritza per ser plentament conscient, coneixedora de la seva condició de producte cultural. Aquestes sèries coneixen la seva existència dins d'una societat "semiòticament saturada", en la qual totes les històries ja han estat comptades i tots els personatges concebuts. Per això, la televisió hiperconscient abandona la seva pretensió d'originalitat i opta, a canvi, per comentar de manera sarcàstica i irònica les formes i gèneres culturals existents, sempre des de la seva condició de televisió.

Les comèdies animades de màxima audiència es refereixen constantment a si mateixes i alimenten el seu relat amb la constant evocació a altres gèneres i formats. D'aquesta manera, la quantitat de referències al context televisiu en general resulta sorprenent i exigeix el disseny d'una tipologia i un model d'anàlisi. Aquesta tipologia i model s'estructura a partir del tipus de text televisiu (ficció i entreteniment, informació, publicitat i autorreferències) i el grau de dificultat que representen per a l'espectador. Aquesta investigació conclou que les comèdies animades de màxima audiència són comentaristes, intèrprets, analistes i crítics de la televisió, així com també instruments de caràcter pedagògic amb què s'instrueix sobre la televisió.

Beatriz María Gómez Morales

Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació

"Televisió hiperconscient: las comedias animadas de prime time", tesi doctoral llegida per Beatriz Gómez el 6 de novembre de 2012 al Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.