

El legado en la *sitcom*:

De *Friends* (1994-2004) a *The Big Bang Theory* (2007-2019)



Grado en Comunicación Audiovisual

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Autora: Laura Chulilla Margelí

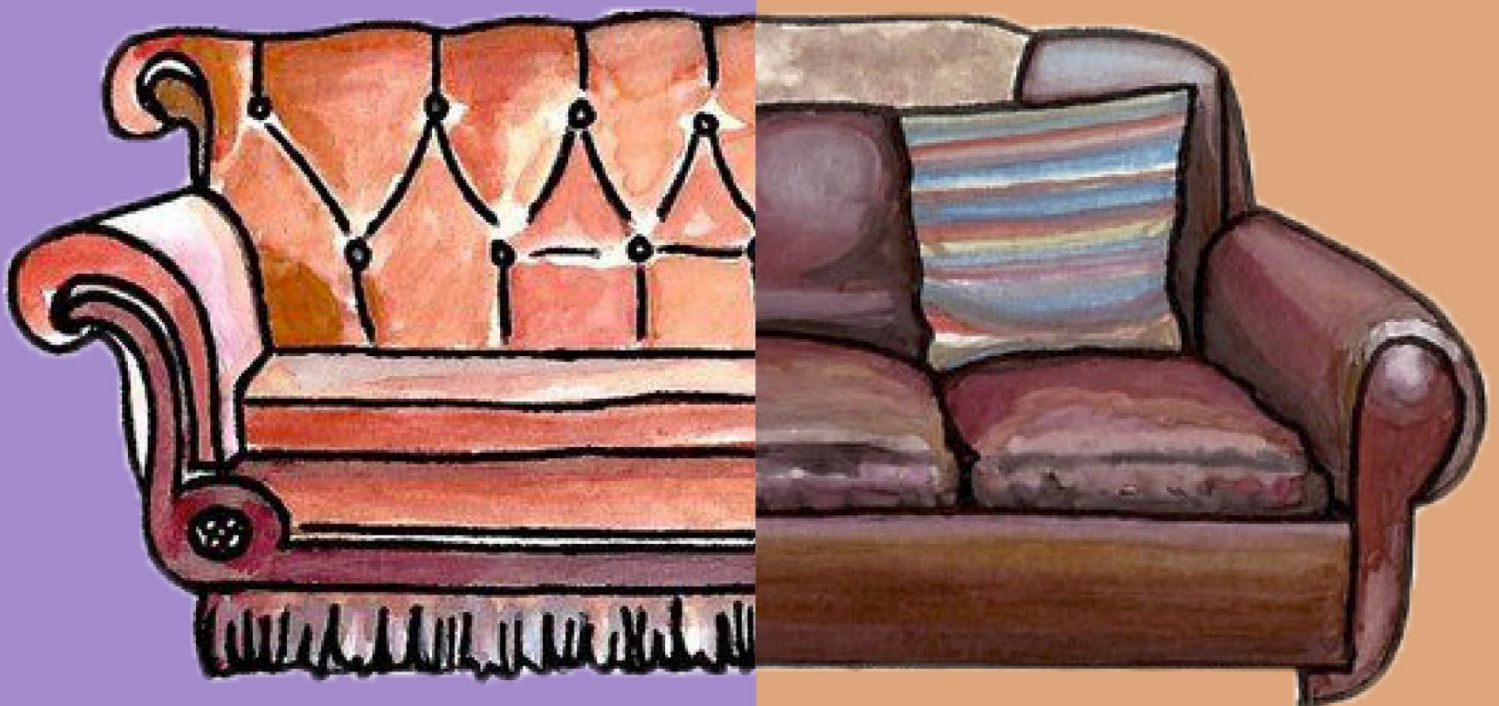
DNI: 73104722G

Tutora: Shaila García Catalán

Julio, 2020

El legado en la *sitcom*:
De *Friends* (1994-2004)
a *The Big Bang Theory*
(2007-2019)

Trabajo de: Laura Chulilla Margelí
Tutora: Shaila García Catalán
Grado en Comunicación Audiovisual



RESUMEN

En este trabajo de fin de grado analizaremos los orígenes y estructura del conocido formato audiovisual la *sitcom* y cómo, a pesar de las evoluciones que ha sufrido, se sigue empleando el modelo clásico para crear éxitos televisivos. Aunque ha habido cambios en el contexto generacional y de la época, la utilización de dicho patrón sigue funcionando. Para ello hemos escogido dos de las *sitcoms* norteamericanas paradigmáticas del nuevo siglo, y las analizaremos para ver qué características han mantenido y cuáles han cambiado, centrándonos en sus estrategias discursivas de familiaridad y fidelización y su humor. Dichas series serán *Friends*—David Crane, Marta Kauffman, 1994-2004, NBC— y *The Big Bang Theory* —Chuck Lorre, Bill Prady, 2007-2019, CBS Productions—.

PALABRAS CLAVE

Orígenes, Sitcom, Familiaridad, Fidelización, Humor.

ABSTRACT

In this final degree project, we will analyze the origins and structure of the well-known *sitcom* audiovisual format and how, despite the changes it has undergone, the classical method is still used to create television successes. Although there have been changes in the generational context and epoch, the use of this pattern continues to work. For this we will take two of the paradigmatic North American *sitcoms* of the new century, and we will analyze them to see what characteristics they have changed, focusing on their discursive strategies of familiar and loyalty and humor. These series will be *Friends* and *The Big Bang Theory*.

KEY WORDS

Origins, Sitcom, Familiarity, Loyalty, Humor.

ÍNDICE

1. Planteamiento de investigación	5
1.1 Justificación del tema	5
1.2 Pregunta de investigación	6
1.3 Objetivos de investigación	6
1.4 Metodología	7
2. Marco Teórico	7
2.1 El nacimiento de una nueva comedia: Los orígenes de la <i>sitcom</i>	7
2.2 Contexto sociocultural de su creación	10
2.3 ¿Qué elementos forman su guion?	11
3. Análisis aplicado	18
3.1 Adentrándonos en la cultura popular	18
3.1.1 Los amigos de América: <i>Friends</i>	18
3.1.2 Los frikis más queridos: <i>The Big Bang Theory</i>	21
3.2 Personajes	25
3.2.1 El gracioso	26
3.2.2 El tonto ligón	27
3.2.3 El romántico empedernido	29
3.3 El humor	31
3.4 Tratamiento del lenguaje serial	34
3.5 Puesta en cuadro	39
3.6 Puesta en serie	42
4. Análisis comparativo	46
5. Resultados y conclusiones	66
6. Bibliografía	71
7. Anexos	73

1. Planteamiento de la investigación

1.1 Justificación e interés del tema

El término *sitcom* ha sido definido de diferentes maneras por diversos autores a lo largo de los años. “Una *sitcom* es una comedia en serie de televisión que presenta el mismo conjunto de personajes en cada episodio, en situaciones divertidas que son similares a las de la vida cotidiana” (BBC en Álvarez, 1999: 14). Wolff ² en Diego y Grandío (2009: 85) hace referencia a “una serie de media hora de duración en la que los personajes se encuentran involucrados en una situación cómica.” Podemos apuntar que ese tipo de circunstancias son la base de la *sitcom*, fundamentada en la fórmula de acción/reacción. Nosotros como espectadores estamos expectantes de ver lo que les ocurre a los personajes y qué medidas van a tomar para solucionarlo. “Los personajes intentan escapar de sus problemas cotidianos pero sus expectativas se ven continuamente frustradas” (Curtis en Diego y Grandío, 2009: 85). No obstante, “otras definiciones apuntan a la situación como producto de las relaciones de estos personajes entre sí y con su entorno, y dan como clave de su funcionamiento el grado de predecibilidad de estas reacciones” (Álvarez, 1999: 14).

Hablamos sobre la importancia de los personajes y de las situaciones, pero, éstos no podrían funcionar sin la serialidad de los episodios. Teniendo su propia seña de identidad que la diferencie del resto (personajes, espacios, diálogos...), consigue formar un sentimiento de familiaridad con ésta y por ende la gente se implica más.

Estas comedias televisivas suelen seguir en su mayoría un patrón básico, teniendo a veces ciertas variaciones en cuanto al marco narrativo se refiere, afectando en mayor o menor medida a los personajes de la historia. Tiene una estructura bastante asentada. No obstante, la industria audiovisual está siempre innovando al igual que su público.

En este trabajo comentaremos los orígenes y la estructura de la *sitcom*

² (1996): *Successful Writing*. New York: St. Martin's.

clásica pues durante años ha predominado en la televisión y veremos cómo, a pesar de que ha evolucionado en otros formatos, suelen usar las bases originales 50 años después para crear éxitos de pantalla conocidos por todo el mundo. Veremos cómo el tipo de humor se ha ido modificando con los años. Ha pasado, por ejemplo, de que las risas enlatadas fueran un factor primordial que debían estar en todas las series para el disfrute de la gente, a que actualmente hayan desaparecido en muchas de las series, como en el caso de *The Office* —Greg Daniels, Ricky Gervais, Stephen Merchant, 2005-2013, NBC—.

Nos centraremos en dos de las *sitcoms* norteamericanas más populares de los últimos años, donde ambas siguen un mismo patrón a pesar del cambio en el entorno social. Con las series *Friends* y *The Big Bang Theory*, veremos dos generaciones diferentes con un lapso de más de diez años entre ambas desde que se lanzó el piloto de cada una de ellas. Observaremos sobre todo el porqué de su éxito, entrando en la cultura popular y el humor de cada una.

1.2 Pregunta de investigación

El presente trabajo final de grado se dedicará a responder y concretar la siguiente pregunta de investigación:

¿Qué recursos y estructuras narrativas hereda la *sitcom* *The Big Bang Theory* de su antecesora *Friends* y qué cuestiones actualiza ante el cambio generacional?

1.3 Objetivos de la investigación

Los objetivos de este trabajo son:

1. Rastrear el género de la *sitcom* norteamericana para entender las *sitcoms* contemporáneas y su relación con la serialidad.
2. Analizar la construcción de familiaridad y el apego a la cultura popular de *Friends* y *The Big Bang Theory* para conectar con su generación y fidelizar a sus audiencias.
3. Comparar los recursos narrativos y la estructura de ambas series.

1.4 Metodología

La metodología del siguiente trabajo consistirá en un pequeño análisis histórico y sociocultural de la creación del formato televisivo. En el análisis aplicado abordaremos la metodología de análisis fílmico y teoría del guion. Nos adentraremos en sus recursos formales incidiendo en más profundidad en su estructura narrativa y humor (en base a la teoría de Manuel Garín). Realizaremos un análisis aplicado donde se hará hincapié en el análisis de personajes, escogiendo tres arquetipos de cada serie, en el humor predominante de éstas, el tratamiento del lenguaje y serial y cómo ayuda a la fidelización del espectador, y la puesta en cuadro y serie, analizando el montaje del capítulo piloto de cada una de ellas para observar sus diferencias y similitudes.

2. Marco teórico

2.1 El nacimiento de una nueva comedia: orígenes de la *sitcom*

La *sitcom*, tal y como la conocemos hoy en día, tiene sus raíces en dos de los grandes medios de entretenimiento de la historia, el teatro y la radio. El primero está relacionado con las interacciones del público (risas, aplausos, abucheos, etc.), pero también al hecho de que desembocará en un nuevo género conocido como el *vaudeville*³, siendo lo más cercano a una comedia de situación en el S. XVIII.

Respecto a la radio, tuvo su mayor esplendor en los años treinta y cuarenta, convirtiéndose en el medio de masas por excelencia del ámbito doméstico. “La radio había alcanzado la madurez cuando la televisión se encontraba aún en fase experimental” (Álvarez Berciano, 1999: 30). Durante finales de los 40 y principios de los 50, casi todos los programas más populares de la radio eran comedias o aquello que tenía que ver con el humor. En estos años, la televisión emergía como la nueva forma de creación de contenido y del

³ “Palabra de origen francés que hace referencia a las piezas teatrales en las que se mezclan temas amorosos, burlescos, satíricos o simplemente picantes, y alternan partes recitadas con canciones populares. Hoy en día se le designa a una comedia ligera y optimista, con trama compleja y equívocos sin pretensiones intelectuales” (González De Gambier, 2002: 422-423)

entretenimiento. Esto supuso un gran cambio para la radio, que veía a la televisión como una amenaza, pues ambos luchaban por ser el medio predilecto en el hogar. Muchos de estos famosos vieron el éxito que tenía la televisión y decidieron probar suerte en ese nuevo medio. “De la radio se importaron estrellas y programas, comedias y comediantes y la experiencia y sabiduría acumulada sobre los comportamientos del consumidor masivo y doméstico de la nueva industria del ocio” (Álvarez Berciano, 1999: 31), convirtiendo a los oyentes en televidentes que buscaban esa sensación familiar que les transmitían sus cómicos y comedias favoritas. El carácter seriado y filmado conseguiría que estos programas se convirtieran en un producto que fideliza a su público.

Uno de estos sería *El show de Amos`n`Andy* —Charles J. Correll, Freeman F. Gosden, 1951-1953, CBS—, empezando en la radio en 1928, pasó a ser una serie de televisión en 1951. Este mismo año se estrenó *Te quiero, Lucy* —Jess Oppenheimer, Madelyn Davis y Bob Carroll Jr., 1951- 1957, CBS— considerada la primera *sitcom* de la historia. Ésta proviene del serial cómico creado por Lucille Ball, *My favorite husband* (1948-1951), que fue de inspiración para la serie. Con nueve temporadas y un total de 194 capítulos, fue la serie más vista en Estados Unidos durante sus primeras cuatro temporadas. En ella se mostraba el día a día del matrimonio formado por Lucy Ricardo y Ricky Ricardo donde predominaban las situaciones cómicas. El personaje femenino se ganó el corazón de los espectadores debido a su inocencia y su gracia. Podemos decir que era adelantada a su tiempo, la protagonista no era la típica ama de casa que se quedaba en casa a esperar a su marido, es más, era habitual que Lucy fuera la que tomara muchas de las decisiones de pareja. herendando el desparpajo de las mujeres de la *screwball comedy* en el cine. Además, se trataban ciertos temas como es el embarazo, del que nunca se hablaba en esa época.



Carteles promocionales de *I Love Lucy* (1952)

En Hollywood se decidió crear nuevos productos tomándola como modelo a seguir (utilización del sistema a tres cámaras). A partir de entonces “las comedias dominaron las parrillas televisivas en los años 60 y 70” (Álvarez de Armas en Padilla y Requeijo 2010: 195). Aun en la actualidad, le hacen pequeñas referencias como en *Drake y Josh* —Dan Schneider, 2004-2007, Nickelodeon— donde homenajean el episodio de la fábrica de chocolates pero con sushi, o en *Twin Peaks* —David Lynch, Mark Frost, 1990-1991, ABC—, donde David Lynch decide llamar Lucy al personaje más ingenuo, que junto con el comisario Andy, —quien se asemeja al protagonista de *The Andy Griffith Show* (Sheldon Leonard, Aaron Ruben, Danny Thomas ,1960-1968, CBS)— son los que más humor brindan a la serie.

Para finalizar, algunas de las series que más éxito tuvieron después de *I Love Lucy*. *M.A.S.H* —Richard Hooker, 1972-1983, CBS— es una tragicomedia que trataba sobre un grupo de antihéroes, cirujanos y enfermeras en plena guerra de Corea, trasladando el humor al ambiente militar. Mientras seguía presente el conflicto con Vietnam parecía casi imposible que llegara a ser tan popular, sin embargo, su capítulo final lo vieron 125 millones de personas, superando incluso la final de la Superbowl (110 millones). Esta serie era uno de esos raros casos donde la acción ocurría en el pasado—Guerra de Corea (1950-1953)—, en lugar del presente, abandonando esa característica básica que constituye a la *sitcom*. Por otro lado, y siguiendo ese salto temporal, pero con una narrativa totalmente opuesta, nos encontramos con *Happy Days* —Garry Marshall, 1974-1984, ABC—. Ésta trataba sobre la vida de una familia donde el tema principal era el despertar sexual del joven Richie y las situaciones que vivía con sus amigos, todo mediante pequeños homenajes a esas familias idílicas de los bellos años 50. Personajes como “Fonzie” entraron a la cultura popular donde

se le imita en varias series posteriores como *Padre de familia* —Seth MacFarlane, 1999-2002; 2005-, Fox—, *Aquellos maravillosos 70* —Bonnie Turner, Terry Turner, Mark Brazill, 1998-2006, Fox— o *The Office*. “Al final de la temporada 1978-1979, excepto el magazine informativo *60 Minutes*, casi todos los programas más vistos eran comedias: *Tres es compañía*, *Mork y Mindy*, *Hapy Days*, *M.A.S.H*, *Los Roper*, *All in the Family*, *Taxi*, *Con ocho basta...*” (Álvarez Berciano, 1998: 92).

2.2 Contexto sociocultural de su creación

Mientras la *sitcom* iba asentándose como el gran favorito del entretenimiento, la sociedad estaba pasando por una época de paranoia y miedo al comunismo y a la URSS, a causa de la Guerra Fría. Siempre que EE. UU pasara por una mala fase, se les echaba la culpa a estos, haciendo que la gente pensara que había muchos infiltrados en el país. Se siguió una política en la que cualquier persona podía ser acusado por ir en contra de América, incluyendo el sector audiovisual que desembocó en lo que se conoce según Martinelli como “psicosis anticomunista”, en la que se acusó a autores, directores, productores... de la industria, en hacer propaganda comunista en sus películas (Martinelli, 1973: 373). Para combatir contra ese enemigo se empezó una campaña anticomunista, mediante el empleo del cine y la televisión con películas como *I was a Communist for the F.B.I. (1951)* o *Mi hijo John (My son John, 1952)*. En esta última, por ejemplo, una familia veía cómo su hijo se había adentrado al lado comunista, siendo un agente secreto, para descubrir al final que lo bueno y lo correcto era Estados Unidos y sus ideales capitalistas. A su vez, el estado se ocupó de realzar la importancia del capitalismo y toda las innovaciones y cambios que suponía el tener un gobierno basado en esos ideales. “Estados Unidos experimentaba una revolución cultural de la que formaba parte la comercialización de la televisión, favorecida por el vertiginoso desarrollo industrial que desembocó a una sociedad del consumo” (Corpas Culebras, 2017: 50).

Hacia los años 50, la televisión empezó a asentarse en el día a día de la sociedad, pero tuvo que esperar unos años, pues al inicio de su creación solo podían gozar de su disfrute las clases más pudientes, haciendo que la clase más

modesta tuviera que reunirse en bares y sitios específicos para poder disfrutar de ella. Ésta enseguida eclipsó a la radio y al cine, pues tras la Segunda Guerra Mundial, el país tenía una crisis económica que afectó sobre todo a la industria audiovisual. “La pequeña pantalla tenía la ventaja de ser un pasatiempo gratuito y de fácil acceso, ya que además te permitía verlo desde tu casa” (Garmendia en Corpas Culebras, 2017: 58). Álvarez comenta que, si en 1949 sólo existía un 9 por 100 de hogares que gozaran de la televisión, en tan solo diez años se pasó a la cifra de 86 por 100 (1999: 23). Ésta, además de divertir al público, empezó poco a poco a tener otras funcionalidades como la difusión política o la promoción de productos y su consumo, empezando a nacer la conocida sociedad de masas, todo ello mientras se plasmaba el ideal de la sociedad americana.

2.2 ¿Qué elementos forman su guion?

En este segmento analizaremos los elementos de la *sitcom* clásica, ya que como hemos comentado lleva más de 50 años en televisión. Esto supone que a lo largo de este tiempo haya cambiado por el camino algunas de sus características más notorias, como puede ser el hecho de que al exportar el formato a España algunas series duraran 50 minutos como *7 vidas* —Nacho G. Velilla, 1999-2006—.

En general las *sitcoms* americanas tienen una **duración** de unos 20-25 minutos con un corte publicitario creando así dos bloques de tiempos y teniendo una duración total de unos treinta minutos en la parrilla televisiva. En ella se cuenta la historia de ciertos personajes unidos por un vínculo —el trabajo, la familia, amigos, etc.—, variando el número según el objetivo final que se quiera conseguir. Se cuenta con el **elenco** de protagonistas, que son los que dan forma a la trama, dejando en un segundo plano a los secundarios, siendo éstos bastante escasos. Suelen contar en algunos capítulos con personas famosas haciendo un pequeño cameo como puede ser Brad Pitt en *Friends* o Stephen Hawking en *The Big Bang Theory*.

Cuenta con unos dos o tres **decorados** donde ocurre la mayoría de la serie, como pueden ser el piso de Monica y Rachel o el Central Perk. Esto, aparte de que disminuye los costes de producción, también sirve fideliza a los espectadores los cuales reconocerán los lugares y se sentirán más cercanos a

los personajes, y por ende formando un vínculo familiar con la historia, siguiendo de cerca la serie.

Su **estructura narrativa** de carácter cíclico. En estas series nos encontramos con un núcleo narrativo (funciones cardinales) que hace referencia a una trama principal que engloba varios capítulos o temporadas como el embarazo de Phoebe o la relación de Monica y Chandler en *Friends*. “No es posible suprimir un núcleo sin alterar la historia” (Barthes, 1976: 21), es lo que mantiene la cohesión entre los capítulos y las temporadas. Aunque existan también unas subtramas autoconclusivas por cada capítulo siempre hay una más importante y nuclear. “Para que una función sea cardinal, basta que la acción a la que se refiere abra (o mantenga o cierre) una alternativa consecuente para la continuación de la historia, en una palabra, que inaugure o concluya una incertidumbre” (Barthes, 1976: 19). Por ejemplo, en *Friends* podemos ver cómo gracias a la boda de Monica y Chandler, Rachel y Ross van a tener una hija juntos. Si éstos no se hubieran casado, los otros no hubieran mandado las invitaciones y tenido un desliz en su relación.

La narración se estructura de manera en que el momento culminante o de tensión (*cliffhanger*) ocurra antes del corte publicitario, para así hacer que el espectador se quede. El querer saber qué ocurre supera el poder cambiar de canal. Varias de las tramas se repiten en diversas *sitcoms*, ya que son unas situaciones cotidianas y argumentos universales. Muchas ya llevan implícito el rasgo de comedia como en “Redecorar la casa con resultados desastrosos”. Ya sea por el empleo del *slapstick* o por intentar arreglar la casa, se acabará desembocando en una situación de humor y caos. Otros temas recurrentes como “Flashback de episodios anteriores”, ayudan a que la producción de la serie sea más barata, puesto que sería basar un episodio entero en historias y acontecimientos previamente grabados y emitidos. Además, sirve como recordatorio para aquellas personas que no han visto la serie desde el inicio o que han podido olvidarse de algunos factores de tramas anteriores que puedan ayudar al núcleo narrativo actual. Por último, es fácil sentirse identificado con algunas de las tramas, ya que por ejemplo “La boda”, “Un cumpleaños”, “Los celos” son temas familiares. Otros ejemplos de historias narrativas en las *sitcoms*

son: “Pillar enfermedad infantil”, “La pelea”, “Mascotas”, etc. (Esteban Cubero, 2018).

Podemos diferenciar entre serie y serial. La *sitcom* la incluiríamos en la primera calificación, puesto que es un tipo de historia que puedes ver y unirte en cualquier momento sin necesidad de los episodios. En contraposición a esta se encuentra el serial, donde puedes perderte fácilmente en la trama si te pierdes algún capítulo. Ambos mantienen una continuidad: “Las dos tendencias constructivas anotadas a propósito de Chrétien de Troyes, fundamentan todavía hoy muchas formas de serialidad televisiva: una sucesión infinita de aventuras intermedias, por un lado, y una trama argumental finita, con un origen, crisis y final, por otro” (Pérez y Garín 2013: 594).

No se puede hablar de las características de las *sitcoms* sin nombrar las famosas **risas enlatadas**. Tiene su nacimiento en los años 30 con la radio, con Eddie Cantor, quien gozaba de una audiencia en directo. Un día se colaron las risas en el programa debido a una acción meramente sin importancia, pero que supuso un gran cambio en la industria. Descubrieron que el escuchar reír a la gente contagiaba a los oyentes, desembocando en un mayor disfrute del programa, y con ello nuevos récords. “Eddie Cantor utilizó en su rutina el sombrero de su mujer, a la que había descubierto entre el público. La audiencia aplaudió la acción de Cantor y rio histéricamente durante la transmisión. El programa fue un éxito.” (Álvarez Berciano, 1999: 39). Cuando los cómicos se pasaron a la televisión decidieron mantenerlas para animar más al público, pues otra característica a destacar es que se graba con gente en directo haciendo que los actores se entreguen más en la interpretación.

Por último, el **humor**, conseguido mediante los diálogos o los *gags* visuales y sonoros. Según Forero en Padilla y Requeijo (2010: 198) deben darse cada 30 segundos o menos para que el espectador no se aburra. Agosta (2012: 21) dice “según ciertos manuales un buen diálogo de comedia ocurre cada 10-15 segundos, siendo su esquema: un personaje prepara la situación (*set up*) y otro remata el chiste (*punchline*).” Para definir un *gag* nos basaremos en su construcción y en la teoría que explica Garín: “Construir el *gag* a través del tiempo se concreta en tres ideas claves, la *espera*, la *anticipación* y la *sorpresa*”

(2014: 25). El *gag* pasa por estas tres fases en el espectador, pudiendo crearse de forma progresiva hasta llegar al punto culminante u ocurriendo simplemente en un tiempo efímero. El primero actúa como un primer nivel para el espectador, esperando a algo o alguien que siente unas bases para poder pasar al siguiente paso. El anticipo, no es más que controlar previamente la acción planteada. Según la teoría de causa-efecto, nuestra mente recrearía una posible situación lógica a lo que se le ha propuesto con anterioridad, intentando adelantarse a aquello que aún es inesperado, para ir un paso por delante. Sin embargo, un buen *gag* cumpliría con el tercer paso siendo éste el fracaso de lo anterior y sorprender al espectador con algo que no se hubieran imaginado, y con ello su intento de control. “Cuando la anticipación fracasa porque surge lo inesperado, la casualidad logra imponerse a la causalidad” (2014: 25). No obstante, hay que tener en cuenta el giro final del *gag*, es decir, toda esa anticipación y expectación que se crea en el público se ha de ver reflejada en el momento final, porque si no acabará en decepción, y con ello el fracaso de hacer reír a la gente. “El verdadero problema es estar a la altura con la risa final. ¡Dios! Si vas elevando y elevando, pero el giro final no vale, te has cargado toda la secuencia. Así que en nuestros cortos intentábamos tener siempre un *topper*⁵ a la altura de las circunstancias” (Tex Avery en Garin 2014: 39).

Un término muy importante en las comedias de hoy en día es *running gag* o *gag* recurrente, que actúa como recurso cómico que emplean los guionistas y aun así no cansa al público. “Designa un tipo de *gag* que se va repitiendo varias veces a lo largo de una narración dada, y que actualiza su sentido según aparece” (Mark Twain en Garin 2014: 267). En las *sitcoms* actuales el humor recae más en el diálogo que en lo visual, pues los personajes hablan más que actúan, recurriendo en su mayoría al chiste para poder conseguir la comicidad en la que se basa el formato junto con las reacciones de los demás. Ejemplos de esto serían el famoso “¡*Estábamos en un descanso!*” de Ross, o el “¡*Zas en toda la boca!*” de Sheldon.

⁵Momento culminante.



Discurso de despedida de soltero de Howard donde Sheldon intenta hacer reír a la gente metiéndose con éste y acabando con “Zas en toda la boca”.



Joey enseñándole a Rachel cómo pedirle una cita a un chico con su frase “¿Cómo va eso?”.

En ocasiones estos *running gags* buscan un giro narrativo o se mezclan entre ellos de alguna manera para poder impactar más al público y no caer en lo común y lo cotidiano. Un ejemplo de ello sería en el episodio 3x08 “La diferencia del pato adhesivo” de *The Big Bang Theory* donde Penny se ha roto el brazo y le pide ayuda a Sheldon para que le acompañe al hospital. De vuelta a casa y con un sedante, le pide que le acueste en la cama y cuando parece que Sheldon se va a ir, ésta le pide que le cante la canción “Dulce gatito” —*running gag* que se repite varias veces a lo largo de la serie—. Ésta solo se la cantaban a Sheldon su madre y Penny cuando estaba enfermo, pero en esta ocasión es esta última

quien le pide que se la cante. Cuando parece que el *gag* haya acabado, Penny le dice de cantarla juntos, lo que hace que él se quede perplejo y haciendo que ella le obligue varias a veces a empezar, ya que no avanzaba en la canción. Podríamos decir que han cogido ese *gag* que se repetirá en muchas más ocasiones, pero le han dado la vuelta, ya que en esta ocasión son los personajes los que han cambiado las tornas, viendo como Sheldon obtiene “de su propia medicina” y con ello el disfrute de los espectadores.



Running gag inverso de "Dulce gatito" de la escena del 3x08.

Todos los capítulos acaban con un *gag* final el cual tiene relación con algo de la trama de ese episodio. Se usa como golpe final para que el público acabe con “buen sabor de boca”, habiendo disfrutado de ese tiempo. Como se han estado utilizando *gags* durante los 23 minutos, sería extraño que no se finalizara con uno, pues sino dejaría una sensación de vacío. Esto se puede estructurar de diferentes maneras según lo que se quiera conseguir. En *Friends* el *gag* final ocurre durante los créditos finales y hacen referencia a alguna de las subtramas que han ocurrido en ese episodio, como en el 3x13 “El de cuando Monica y Richard son amigos” donde Joey y Rachel deciden esconder el libro de *Mujercitas* en el congelador, creando una historia circular donde al inicio Rachel descubre que Joey escondía el libro de *El Resplandor* porque le da miedo. Se tiende a restaurar para volver a un orden inamovible, preservando la cotidianidad que le caracteriza; o en el 7x08 “En el que a Chandler no le gustan los perros” donde Ross aparece de madrugada en casa de Monica para comer su parte de Acción de Gracias tras conseguir superar la apuesta de escribir los 50 Estados de América, para acabar con que tiene Nevada repetido.



Gag final de los 50 Estados del episodio 7x08.

Últimas dos fotos: (Izq.) Chandler "Tienes nevada dos veces"/(Der). Ross "Ya lo sé".

Sin embargo, en los capítulos finales de temporada, es todo lo contrario. Se busca el suspense, que la gente no se crea que ya haya acabado y tengan que esperar a la siguiente temporada. En el 7x24 "El de la boda de Monica y Chandler: Parte 2" vemos como no hay gag final, sino que el *cliffhanger* es un plano de Rachel cuando Phoebe dice que Monica y Chandler van a ser padres, haciendo referencia a que la que va a tener un hijo es Rachel.



Escena final del 7x24 con el *cliffhanger* del embarazo de Rachel.

Por el contrario en *The Big Bang Theory* los *gags* finales ocurren antes de los créditos y en la mayoría de ellos aparece Sheldon, siendo el personaje, que, debido a su carácter e inteligencia es el que más golpes cómicos tiene. Es más, la reiteración constante de “su sitio” en el sofá es una reivindicación de lugar inamovible y protagonista en la serie: él se sienta ahí y todos los demás se sitúan a su alrededor. En un capítulo llegan a pensar cómo hubieran sido sus vidas si no le hubieran conocido y descubren que nada hubiera sido igual, por lo que podemos decir que es el foco de las relaciones de los personajes en la *sitcom*. El único momento donde no existe ningún *gag* final es el 8x24 “La determinación del compromiso” donde vemos que Amy corta con Sheldon y descubrimos que él le había comprado un anillo de matrimonio. Este momento marca un punto de inflexión en el personaje de Sheldon, pues en los episodios posteriores vemos cómo expresa un poco más sus sentimientos e incluso cambia alguna serie de actos, y por eso no ocurre ningún *gag* en esos últimos segundos.



Escena final del 8x24 donde Sheldon mira el anillo de compromiso.

3. Análisis aplicado

3.1 Adentrándonos en la cultura popular

3.1.1 Los amigos de América: *Friends*.

La serie *Friends* se estrenó el 22 de septiembre de 1994 y terminó el 6 de mayo de 2004, teniendo en su totalidad 1 premio *BAFTA*, 6 *Emmys* y 1 *Globo de*

Oro. En ella nos cuentan la historia de seis amigos: Monica, Chandler, Ross, Phoebe, Rachel y Joey, quienes empiezan con una relación base (familiares, amigos de la infancia, compañeros de piso...) que irá evolucionando a lo largo de las temporadas.

Viniendo de unas *sitcoms* donde el foco principal de la trama estaba basado en las relaciones de familia como en *El Príncipe de Bel Air* —Andy Borowitz, Susan Borowitz, 1990-1996, NBC— o *Cosas de casa* —William Bickley, 1989-1998, ABC—, en 1989 se estrena *Seinfeld* —Jerry Seinfeld, Larry David, 1989-1998, NBC—una de las primeras *sitcom* en la historia que gira en torno a un grupo de amigos convirtiéndose en la precursora de *Friends*. Esta última tuvo muchos cambios de última hora: el nombre, que iba a ser *Insomnia Café*; casi fue un Dinner en vez de una cafetería por miedo a ser muy “moderno”; o casi existe un personaje más mayor que hubiera actuado de voz de la razón. No obstante, los productores optaron por el resultado final que hoy conocemos, un grupo de amigos en sus 20 donde hablan de sus amores y problemas. El que todo el elenco principal tuviera ese rango de edad, supuso una innovación, ya que era la primera vez que el público podía identificarse con esa etapa de la vida donde te independizas de tus padres, pero no tienes el dinero suficiente para poder pagarte un piso por tu cuenta a no ser que lo compartas con alguien.

Una de las cosas que asentó a que la serie tuviera tanto éxito fue el hecho de que hablaran de los sentimientos y del sexo tan libremente, pues hasta entonces parecía un tema tabú, explicando el por qué la gente adora a estos amigos ficticios. “*Bienvenida al mundo real. Es una mierda, pero te gustará*”— Frase que le dice Monica a Rachel al final del capítulo piloto cuando le rompen todas las tarjetas de crédito y se adentra por primera vez al “mundo real”—.

Se trataron muchos temas de la sociedad de la época incluyendo algunos más cotidianos y otros más dolorosos.



Cartel promocional de *Friends*.

La diferencia de 20 años edad en la relación de Monica y Richard no está bien vista. Además, en esta trama se puede reflexionar sobre los valores de la sociedad, pues durante todo su noviazgo los prejuicios recaen siempre en Monica, mientras a Richard le alaban. Las relaciones interraciales con Ross y Julie, o con Ross/Joey y Charlie, siendo esta última el personaje de raza negra que más protagonismo ha tenido en toda la serie. Sin embargo, los temas más controversiales son los relacionados con Phoebe, quien habla sobre el abandono de su padre y el suicidio de su madre, junto con su pasado como indigente. “*Friends* ha combinado el planteamiento de temas polémicos con una delicadeza en el tratamiento” (Cascajosa, 2007: 37). Se casó con un inmigrante para concederle la nacionalidad estadounidense, y se ofrece para ser el vientre de alquiler de su hermano. Por último, se habló con naturalidad de aquello relacionado con el colectivo LGBTI como con el hecho de que la madre de Chandler sea una mujer transexual o mediante la aceptación de Carol, la ex mujer de Ross, quien se acaba casando con una mujer. Además, vemos cómo los tres juntos consiguen una armonía para cuidar y educar a Ben, el hijo de Carol y Ross.

El hecho de que fue un fenómeno social es innegable. El último capítulo consiguió un total de 52,5 millones de espectadores, cuando todavía no existía tanta segmentación de contenido como en la actualidad. La gente iba a la peluquería a pedir “El Rachel”¹⁵ para parecerse a Jennifer Anniston, los chicos

¹⁵Corte de pelo inspirado en Rachel durante las 2 primeras temporadas. Fue tal el éxito que lo parodiaron en la misma serie en el episodio “El de la boda lésbica”, donde la madre de Rachel empieza a copiarse de la vida de esta tras ver lo feliz que es, a lo que ella le dice “¿No podía simplemente copiarme el corte de pelo?”

empleaban las tácticas de ligoteo de Joey, y la serie creó una generación frustrada por el hecho de no poder conseguir esos pisos en Manhattan con unos trabajos casi precarios. Sin embargo, se asentó tras el atentado del 11-S, para evadirse de la situación. “Se puede decir que, mediante la repetición diaria del suceso por parte de los medios de masas, se agravó el sentimiento de inseguridad y miedo en el tejido social” (Holloway en Corpas Culebras 2017: 264). Unas semanas más tarde del trágico suceso se estrenaba la temporada 8 contando con más de 24.5 millones de espectadores.

Aun hoy en día, pertenece a la cultura pop actual. Los actores siempre son recordados por participar en *Friends*. La gente sigue yendo a hacerse fotos a la fachada del edificio en Nueva York. Se han creado réplicas del piso y de la cafetería, y los personajes siguen siendo referentes en la moda actual. Tanto es así que se ha confirmado un capítulo especial de reunión con todos los actores.

3.1.2 Los frikis más queridos: *The Big Bang Theory*

The Big Bang Theory se estrenó el 24 de septiembre de 2007 y finalizó el 10 de mayo de 2019, contando con 279 episodios y 12 temporadas, además de conseguir 5 premios *Emmy* y 1 *Globo de oro*. La serie trata sobre un grupo de amigos —Sheldon, Leonard, Howard y Raj— en la que su vida gira entorno a la ciencia y a la ciencia ficción, cosa que comienza a cambiar cuando se muda su nueva vecina al piso de enfrente, consiguiendo que éstos se habrán poco a poco al conocimiento de la cultura pop y a las relaciones sociales.

La primera temporada pasó un poco desapercibida, pero con la segunda y sobre todo desde la tercera, se clasificó como el programa más visto de la CBS esa noche en el grupo demográfico de personas de 18 a 49 años en Estados Unidos, ya que muchas de las referencias usadas en la serie son de la infancia/adolescencia de los personajes, pudiendo identificarse las personas con un rango mayor que en su juventud vieran *Indiana Jones* (1981) o *Regreso al futuro* (1985). A lo largo de las demás temporadas, consiguió situarse como el programa con guion más visto en este rango de edad, llegando a tener más de 20 millones de espectadores. Pero ¿a qué se debe esto?

Para empezar, la innovación que supuso su estructura narrativa. No es que se base solo en las relaciones de los personajes como lo hacían otras series,

sino que va más allá. El foco de toda la historia lo tiene la ciencia y la ficción. Los diálogos y muchas tramas de las temporadas hacen referencia a estos temas, como puede ser el hecho de que Sheldon ama tanto su trabajo que le piden que se tome vacaciones, ya que nunca lo ha hecho y podrían sancionar a la universidad donde trabaja. Vemos como no sabe qué hacer con ese tiempo libre y vuelve continuamente a escondidas a su puesto para seguir investigando. Lo novedoso es el cómo se ha podido tratar tan natural el tema de la ciencia como algo humorístico. Existe un equilibrio entre la naturalidad y la incursión de frases divertidas donde se usa a Penny como ese factor externo a esa burbuja que han creado los personajes. Ella actúa como mediadora entre su mundo calificado de “frikis” y el mundo denominado “real” donde les ayuda a salir y explorar nuevas amistades y lugares. El juego aquí es que ella no suele entender lo que debaten los otros personajes, pero a su vez ellos muchas veces tampoco entienden de lo que ella habla. Formándose una relación recíproca donde se enseñan los tópicos del momento.



Fotograma del opening *The Big Bang Theory*.

Otra de las características a destacar es que, a pesar de ser una serie coral, el personaje que más peso tiene es Sheldon Cooper. Muchas de las situaciones que ocurren, no son por factores externos, sino que suelen estar relacionadas y condicionadas por este. Este peculiar sujeto, aunque en la serie no hacen ninguna alusión a ello, ha sido denominado por varios espectadores por tener conductas calificadas como síndrome de Asperger. Esto se debe a que tiene dificultades en la comunicación social —suele entenderlo todo de manera literal, costándole pillar el sarcasmo— y a la flexibilidad de su pensamiento y comportamiento —como el hecho de que cada noche está establecida con su

respectiva cena y restaurante—, además tiene un lenguaje fluido y su capacidad intelectual supera la media de la población.

Para acabar, esta serie usa continuamente referencias y noticias de la cultura actual en todos sus capítulos. Ya sea hablar de videojuegos, cotilleos, películas... son temas que la gente que está viéndola en su momento entiende sus referencias. Todo gira alrededor de lo que conoceríamos como la cultura friki, unos temas de interés propios relacionados con la literatura fantástica, de aventuras y épica, con los videojuegos, ciencia ficción, comics, tecnología, etc. “El ascenso de la figura del *nerd*, el *freak*, el inadaptado social, aquel que fracasa sistemáticamente en el territorio de la vida cotidiana, como figura pública, relevante y elemento fundamental de la producción audiovisual de los últimos veinte años.” (Zapata, 2019: 146). Es lo que une a este peculiar grupo de amigos que, poco a poco intentan meter en su burbuja a sus respectivas parejas. Tanto es así que uno de los lugares predilectos de la serie que frecuentan es la tienda de comics donde hablan y debaten sobre los superhéroes y sus historias, mientras compran *merchandising*. Van al cine, hablan de películas y series como lo haríamos cualquiera de nosotros con nuestros amigos. Es tanto el nivel de cultura popular que dedican varios capítulos y tramas a temas actuales como el final de *Juego de Tronos* en el 9x21 “La combustión de la fiesta televisiva” o hacer un maratón de todas las películas de *Star Wars* por el día mundial de *La Guerra de las galaxias* (4 de mayo) en el 7x22 “La transmogrificación del protón”. Todos y cada uno de los capítulos tienen alguna referencia cultural. Esto puede ser su bendición o su perdición, ya que en el momento la gente disfruta de estos temas de la cultura popular, los entiende y se entusiasma, pero hará que en un futuro muchas de éstas no se logren entender para aquellas generaciones nuevas que la vean por primera vez o no compartan la pasión del momento de la época como cuando se estrenó *Star Wars VII*. Además, de que hay ocasiones actuales que puede pasarles lo mismo si no has visto x serie, jugado a x videojuego, etc. Algunos ejemplos:

El legado en la sitcom: De *Friends* a *The Big Bang Theory*.



Noche de *Halo* "El factor mandarina" (1x17).



Partida de *Dragones y Mazmorras* "El potencial hechizo de amor" (6x23).



Disfrazados de *Star Trek* para la Comic-Con "La expedición a Bakersfield" (6x13).



Disfrazadas de Princesas Disney en *Disneyland* "La implementación de la obligación contractual" (6x18).

Sin embargo, hablando de datos actuales, se posiciona como una de las series más vistas de los últimos años. El último capítulo de la serie se despidió con su mejor audiencia desde hacía 4 años con el estreno de la temporada nueve. Alcanzando un número total de 18 millones de espectadores, consigue un gran reconocimiento en un año donde la segmentación de contenido está muy presente en nuestros días y donde la gente cada vez más prefiere las plataformas de *streaming*.

Su éxito ha sido tal, que se creó el *spin off* de la vida de Sheldon cuando tenía 9 años llamado *El joven Sheldon* — Chuck Lorre, Steven Molaro, 2017-, CBS—, pues la gente buscaba muchas respuestas de su vida pasada. Cuando un personaje es tan famoso suelen aprovechar ese tirón y crearle una serie aparte para él. “El personaje no sólo tiene más importancia, sino que se convierte en el protagonista de la serie” (Cascajosa, 2006: 143).

3.2 Personajes

Analizaremos las diversas similitudes y diferencias que existen entre *Friends* y *The Big Bang Theory* en relación a los personajes. En *Friends* no existe diversidad, pues los seis amigos son todos blancos y heterosexuales. Aunque se haga mera referencia al hecho de que Ross y Monica son judíos, apenas se trata ninguna trama sobre este tema. en *Big Bang Theory*, Howard sí que habla más abiertamente sobre el tema de ser judío, usándolo en varias ocasiones como pretexto cómico, llegando incluso a derivar en algunas tramas. Cuando le dice a su madre que se va a casar con Bernadette, cristiana, y acto seguido le da un infarto haciendo que todos piensen que se debe a la diferencia religiosa. Raj, un hindú metrosexual donde estas características están muy presentes en el arco argumental de su personaje.

3.2.1 El gracioso

Es aquel que durante toda la serie basa su humor en el sarcasmo hacia los demás como un hecho de superioridad, aunque no la emplean con maldad, sino para recalcar factores que pueden pasar por alto para los demás, y así hacer que la gente se ría. Tiene el mayor peso cómico durante la historia, pues ya no solo usa la palabra, sino que es de los que tiene más gags visuales, ya sea el bailar de una forma graciosa, disfrazarse de manera cómica...

En *Friends* este personaje sería Chandler Bing, quien usa la ironía y el sarcasmo como mecanismo de defensa, sobre todo en aquellos momentos donde está más nervioso (familia e infancia).



Chandler Bing riendo en el piso de Monica.

Él mismo se define como “el gracioso”, siendo esto su mayor encanto y sintiéndose celoso si alguien lo es más que él. Emplea tanto el humor que en un episodio sus amigos le retan a estar una semana entera sin hacer chistes ni burlarse de nadie, siendo casi imposible para él. Es tanto el nivel de comicidad que emplea, que en las pocas veces que habla seriamente sus amigos no le toman en serio.

En el caso de *The Big Bang Theory* este papel lo desempeña Howard Wolowitz. Éste también emplea el sarcasmo y la burla, pero de manera diferente al anterior. También está a cargo de muchos de los momentos graciosos, pero a diferencia de Chandler, éste no se considera “el gracioso” sino que simplemente usa su personalidad tan distinguida. No tiene apenas vergüenza de sus acciones ni de que le consideren un *geek*. Se mete con todos, pero es el blanco favorito

de Sheldon, ya que considera a los ingenieros como el hermano pobre de la física. En las primeras temporadas, su personalidad se basaba en un perverso que intenta ligar por todos los medios posibles, llegando a ser casi repulsivo por todas las estratagemas que utiliza. Uno de sus gags más usados en las primeras tres temporadas es “Salud a la futura Señora Wolowitz” que usa cada vez que veía a una chica atractiva. En la tercera temporada conoce a Bernadette quien será su futura esposa y que supone un momento clave para el arco de transformación del personaje.



Foto promocional de Howard.

3.2.2 El tonto ligón

En ambas series comparten estas dos características. El primero se basa en su capacidad de análisis de la situación, digamos que no tiene lógica para pensar en más allá de los detalles que discuten el resto de los personajes. El segundo sería el típico que solo piensa en mantener relaciones sexuales y ligar, y poder ser deseados y admirados.

En *Friends* lo desempeña Joey Tribbiani. Éste cuenta con una actitud bastante infantilizada, de ahí que muchas veces lo traten casi como a un niño cuando descubre cosas nuevas o falla en responder cosas básicas de la cultura como el que Estados Unidos tenga 56 estados. Diríamos que este personaje es ingenuo e inocente, de ahí que lo consideremos bastante tierno, teniendo poca maldad a la hora de expresarse, pues sus momentos más cómicos son bastante naturales, sin ser forzados porque no los busca, sino que es su verdadera personalidad. En el grupo de amigos es de los más queridos, es muy leal y cariñoso con sus conocidos. Una de las mejores relaciones que tiene es con su

ex compañero de piso Chandler, que cuando se juntan son “el gracioso” y “el tonto” por lo que dan grandes momentos inolvidables de humor en la *sitcom*. Es el mujeriego del grupo, teniendo muchas relaciones esporádicas a lo largo de toda la serie. En este caso trata a las mujeres como objetos, llegando incluso en el 10x07 a conseguir que una chica se disculpe con él por no haberle llamado, cuando en realidad fue al revés. Uno de sus gags más recurrentes “¿Cómo va eso?”, frase que le dice a cualquier chica que conoce para poder ligar y que caiga a sus pies. Podríamos decir que la única vez que vimos más enamorado a éste fue durante su trama con Rachel en la temporada 9 y 10, y aun así no llegaron a nada más. Al final de la serie ve como todo cambia, ya que sus amigos se van con sus parejas y él se queda solo, pues es el único que se queda soltero, pero consigue tener una habitación en casa de Monica y Chandler.



Joey con la ropa de Chandler después de que éste le escondiera su ropa interior (3x02).

Respecto a Penny, hay varios detalles que tenemos que comentar en relación a estas características. Sería considerada “la tonta” del grupo, pero su caso es diferente al de Joey, ya que ella convive con un grupo de amigos donde todos tienen una carrera y sus trabajos están relacionados con la ciencia, tema recurrente en sus conversaciones. Por lo que, sobre todo Sheldon, la tratan de inculta en muchas ocasiones, pues su vida gira entorno a otros temas. Es el contrapunto, la única sin estudios, trabajando de camarera y buscando papeles para ser actriz, un factor más a añadir para que la consideren de esa manera. También se debe al adjetivo peyorativo que está implícito en sus orígenes rurales mientras unos jugaban en su infancia al ajedrez ella jugaba con las vacas. Pasando a la característica del “ligón” es un poco parecida al caso anterior. No es que su vida dependa de ligar, sino que toda su vida ha sido así, y al juntarse con este grupo de *geeks*, donde les cuesta socializar y formar nuevas relaciones,

en comparación parece que su vida gire en torno a ello. El que más reitera todo este estilo de vida es Sheldon que, aunque lo haga sin maldad, en su cabeza se piensa que ha estado con casi todos los hombres de Pasadena. La vida amorosa de Penny es un *running gag*, pues en la serie se hace referencia hasta de su infancia cuando comenta que la echaron de párvulos por salir con uno de segundo. No obstante, y a diferencia de Joey, ésta sí que tiene una relación estable con Leonard.



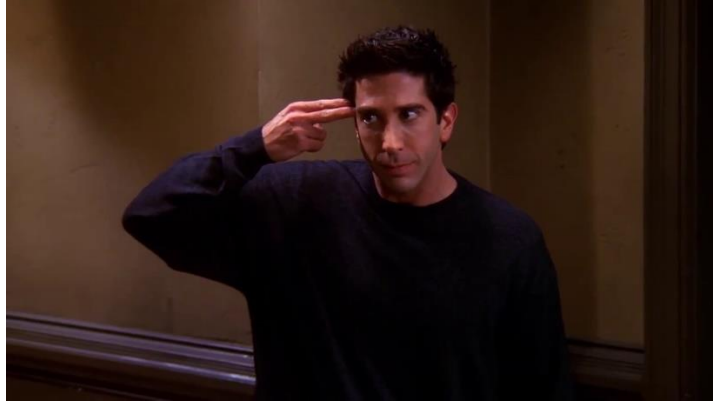
Penny en el piso de Leonard y Sheldon.

3.2.3 El romántico empedernido

Este cree ciegamente en el amor y en que todo lo puede. Completamente enamorado de su amante hará cualquier cosa para poder conseguirlo y estar juntos.

En *Friends* esta función narrativa lo tiene Ross Geller, quien busca en todo momento ser amado y correspondido para poder vivir felizmente. Toda su adolescencia estuvo enamorado de Rachel, la amiga de su hermana, y una vez ésta entra al grupo vuelve a intentarlo. Una vez se estrenó la serie la gente lo calificó de romántico y de lo mucho que quería a Rachel, pero sin embargo hoy en día esto tiene diferentes lecturas. Durante la trama de su relación él hace lo posible para estar juntos, pero llega un punto donde se vuelve casi obsesivo cuando Rachel consigue un trabajo y se hace bastante amiga de un compañero. En este caso le entran los celos que tapa con lo que él considera romántico, enviándole flores, regalos y sonatas al trabajo pero que en realidad no es más que una marca de territorio, consiguiendo que ella se agobie y se tomen un descanso. Busca casarse y ser feliz, es lo que ha anhelado toda la vida, no obstante, le cuesta mucho conseguirlo. Busca tanto el “ideal tradicional” de la

familia que cuando se casa en Las Vegas con Rachel no quiere divorciarse por ser “el que se divorció tres veces”. Al final de la serie consigue volver a estar con el amor de su vida acabando felices con una hija.



Ross diciéndole "Unagi" a Phoebe y Rachel (6x17).

En el caso de *The Big Bang Theory* es Leonard Hofstadter quien busca tener una relación durante las primeras temporadas con Penny, intentando ligar con ella lo máximo que sus capacidades sociales le permiten. Al igual que la pareja anterior, durante toda la serie tienen sus idas y venidas, siendo de las tramas principales, ya que es gracias a que Leonard quiere ser más cercano a ella que actúa como un efecto mariposa y al final todas las chicas se adentran al grupo de los chicos. Aun teniendo otras parejas, se ve en todo momento como se cuidan y en cómo él dice que ella ha sido de los amores más importantes de su vida. Leonard también tiene sus momentos de celos como cuando Penny invita a dormir a un amigo a su casa y al final Leonard consigue que éste duerma en su sofá. Este tipo de conducta se justifica en la serie con el hecho de que Leonard siempre se está comparando con Penny y en cómo podría conseguir algo mejor, ya que él no cumple con los estándares establecidos por la sociedad, haciendo que mucha gente se sorprenda al descubrir que son pareja. Por otra parte, él es el romántico del grupo, ya que encima se recalca por la diferencia que hay con la personalidad de Penny. Éste fue el primero en decir “te quiero” y en proponerle matrimonio, a la vez que le hace muchos detalles y regalos, mientras que la otra es la más seria de la relación. Tanto es así que en el episodio 7x06 hablan sobre este tema y en cómo Penny no tiene ningún gesto romántico con él.



Foto promocional de Leonard.

3.3 El humor

El humor es la base de toda *sitcom*, una buena estructura cómica es fundamental para poder crear un gran éxito televisivo. Estas dos series se fundamentan en los diálogos humorísticos y en los gags visuales, pero centrándose en sus historias y temas. En las *sitcoms* suelen predominar más los golpes cómicos mediante el habla, ya que supone un gasto menor para la producción, además de que también es más fácil de crear y más veces suelen ocurrir por capítulo.

En *Friends* las bromas se basan más en la relación que tienen entre sí los personajes y en cómo están derivando sus vidas en la historia, empleando en su mayoría el sarcasmo y lo absurdo, pues muchas de las situaciones que crean tienen unas reacciones antinaturales. El peso del humor reside en todos y cada uno de los personajes por igual, aunque hay que destacar a Chandler como “el gracioso” del grupo y el que más golpes tiene. A su vez los personajes que más chistes absurdos hacen son Joey y Phoebe. El primero debido a su intelecto e ingenuidad que parecen en muchas ocasiones preguntas o respuestas que daría un niño pequeño, de ahí que hagan más gracia. Respecto a la segunda, se debe a que la personalidad de Phoebe es un poco excéntrica y lunática y en ningún momento sabes cómo va a reaccionar, como cuando muere su abuela y cree que se ha reencarnado en un gato. En ningún momento hacen alusión a cualquier referencia o noticia de la época, como si estuvieran en su propia burbuja donde existe Nueva York, sus pisos y el Central Perk. Esto supone que la serie puede envejecer bastante bien, ya que las bromas que se hacen pueden

perdurar más tiempo y hacer que nuevas generaciones puedan disfrutarla sin tener que parar a buscar de lo que hablan. Un factor a destacar en esta serie es que sabe mezclar muy bien las emociones con la comedia. Una situación que podría destacar por su seriedad o importancia, logra un buen equilibrio con el humor. Como ejemplo de esto podríamos hablar del episodio 5x14 “En el que todos se enteran” cuando las chicas se enteran que Monica y Chandler están juntos y deciden gastarle una broma para que le digan la verdad. Durante esta trama se crea una lucha de ver quien puede aguantar más entre un bando y otro, dando lugar a unas situaciones bastante incómodas entre Chandler y Phoebe desembocando en que éste grite que está enamorado de Monica.



Fotogramas de la escena comentada del 5x14.

En cuanto a los gags visuales hay variación, desde los golpes y las caídas como en el 3x09 “El del partido de fútbol” donde juegan un partido de fútbol lleno de momentos y situaciones divertidas, como persecuciones, Phoebe haciendo *topless* para ganar o el empleo de la edición con movimientos a cámara lenta

para hacer de la escena más épica hasta bailes y disfraces. No obstante, a veces solo se usan gestos o reacciones, como en el 5x02 “El de los besos” donde Chandler acaba besando a todas las chicas para que no descubran su relación con Monica; el 5x08 “El de los días de Acción de Gracias” donde Monica se pone un pavo en la cabeza y baila para que Chandler le perdone por un error del pasado, junto la reacción de ésta al oír que él le quiere y la reacción de Joey cuando ve a Monica con el pavo.

En *The Big Bang Theory* a pesar de que todos los personajes tienen sus momentos de humor, el que más peso tiene en toda la serie y del que derivan muchos chistes es Sheldon Cooper. Éste se toma el humor como algo literal derivando en un sinfín de momentos incómodos, pues muchas veces no sabe escoger bien sus palabras, llevándole a muchos malentendidos. En estos casos lo tratan como un niño, ya que su tipo de humor es muy básico e ingenuo. Un ejemplo puede ser cuando en el 7x01 “La insuficiencia Hofstader” Penny pide una pizza y, cuando el repartidor le pide por más propina, le contesta que si se va promete no llamar a su jefe diciendo que huele a marihuana. En este momento aparece Sheldon diciendo que su colonia huele a tierra y que su tío siempre se la ponía.

Muchas de las situaciones cómicas derivan de las características de los personajes. Otro caso sería de la extraña relación que tienen Raj y Howard pues de primeras parecería una pareja de homosexuales, pero ya sabemos que no porque Howard está casado. No obstante, nos brindan unas series de circunstancias sorprendentes como que vayan juntos a terapia de pareja o se comparen los pechos cuando Howard toma por error hormonas.



Fotogramas de la escena donde se comparan los pechos "La verificación del engaño" (7x02).

A diferencia de la serie anterior, donde también hablan y hacen humor sobre el sexo, ésta lo hace más directo y de forma más libre. Se hacen muchas alusiones y metáforas, pero hay muchos otros casos donde directamente lo dicen





con palabras textuales. También basan muchos de sus chistes en la ciencia y en la cultura popular, sobre todo, en videojuegos y películas. Esto en contraposición a *Friends* consigue que, cuando pasen unos años, sea más complicado el poder entender estas bromas debido al cambio generacional. A su vez, se trata un tipo de humor relacionado con el fracaso como tema principal, es decir, acabar en fracaso por la ineptitud de las convenciones sociales. “El fracaso es de las herramientas fundamentales a la hora de entender los mecanismos del humor y la comedia, y, por tanto, una constante en *The Big Bang Theory*” (Zapata, 2019: 146). El humor se basará en dos tipos de personas: las que se sienten superiores moralmente a este grupo de raros, y los que tienen una identificación con ellos, pues son graciosos porque son *nerds*.

Por último, los gags visuales siguen teniendo las típicas caídas o desmayos como sus *sitcoms* predecesoras, pero ya no tanto en exceso. Además, en esta serie empiezan a emplear más el uso del montaje como factor cómico, es decir, diferentes tipos de planos y músicas que no suelen utilizar en la serialidad: el episodio 3x04 “La solución pirata” donde Raj y Sheldon deciden trabajar juntos y cuando dicen de ponerse a investigar empieza una sucesión de planos de diferentes ángulos y perspectivas de corta duración al ritmo de *Eye of the tiger*, haciendo una elipsis al paso del tiempo mientras están pensando; o el 6x21 “El cierre alternativo” donde Amy intenta ayudar a Sheldon con su toc y cuando ésta se va Sheldon realiza todo lo que no ha podido antes.

3.4 Tratamiento del lenguaje serial

Friends y *The Big Bang Theory* utilizan un lenguaje coloquial y cotidiano para transmitir familiaridad al espectador. En el lenguaje emplean referencias a la cultura estadounidense, que como espectadores extranjeros si no lo conocemos, nos puede chocar o no entenderlas propiamente, como los capítulos que hacen de Acción de Gracias o *Halloween*, que, aunque sabemos que son unas festividades importantes en América, nos cuesta posicionarnos en su piel. Dividiríamos la utilización de la fidelización y de la vinculación con el público en dos grupos de episodios: los especiales y los finales de temporada. Ambos ayudan a crear una expectación. Sin embargo, ambas series lo utilizarán de manera muy diferente.

Friends dedicará un capítulo único y exclusivo al día de Acción de Gracias en todas las temporadas coincidiendo con las fechas de la festividad, de ahí que todos los capítulos suelen ser el octavo o el noveno. Es como si los personajes celebraran la fiesta con el público, viendo el desfile y el partido de fútbol americano, ya que también son de los más recordados y anticipados debido a que siempre hacen uno relacionado con ésta. Se creó tal “tradicición” que hubiera sido raro que no lo hicieran alguna vez. “El formato episódico y su aceptación de un tiempo restringido y exacto comportan un ritual no sólo de producción y exhibición, sino también de recepción. Se trata de un placer basado en la conciencia del tiempo real del espectador en relación con el tiempo de la ficción, que se construye a partir de rituales de lectura invariables” (Balló y Pérez, 2005: 188). Además, en muchos de ellos suele ocurrir un factor clave para el seguimiento de la trama:

1x09	“El de la fiesta de Acción de Gracias”	El primero que comienza la tradición. Es una fiesta que se pasa en familia, pero por diversas circunstancias acaban juntos celebrándola. Es un desastre, pero, se seguirá celebrando en los años siguiente siendo una familia.	
2x08	“El de la lista”	Aquí no hay capítulo como tal, sino que lo nombran en el trabajo de Monica. El único en la serie que no se dedica un episodio exclusivo.	
3x09	“El del fútbol”	Se reitera la expectación del desfile y el partido de fútbol, acabando jugando ellos a uno.	
4x08	“El de Chandler dentro de una caja”	Joey perdona a Chandler por besar a su novia, haciendo que se meta en una caja. Al final le da sus bendiciones.	

5x08	"El de los días de Acción de Gracias"	Comentan sus peores Acciones de Gracias. De los más recordados por el pavo en la cabeza y porque Chandler le dice "te quiero" a Monica por primera vez.	
6x09	"En el que Ross se coloca"	Los padres de Monica por fin aceptan a Chandler y con ello su relación con Monica.	
7x08	"En el que a Chandler no le gustan los perros"	El ayudante de Rachel celebra el día con ellos y acaba con que se gustan y comienzan a salir.	
8x09	"El rumor"	Se reitera la festividad con Joey y "siempre hay que comer pavo". Tiene más una simbología cultural estadounidense de sentarse todos a disfrutar de la comida (Joey comiéndose un pavo solo y todos mirando).	
9x08	"El de la otra hermana de Rachel"	Debaten quién se quedaría con Emma si Rachel y Ross murieran. Aquí se ve las posibles dotes de Monica y Chandler quienes llevan tiempo intentándolo.	
10x08	"El del día de Acción de Gracias impuntual"	De los más emotivos. Al final llama la agencia de adopciones diciéndoles a Monica y Chandler que una mujer embarazada los ha elegido como padres adoptivos.	

También tienen los episodios dedicados a la Navidad, menos en la primera temporada. Ésta como sigue un orden cronológico, siempre se estrenó después de los episodios de Acción de Gracias y por ello suele ser dos o tres capítulos después. Lo que más se puede destacar es la decoración navideña, la nieve y el árbol, la celebración de pasarlo con los amigos y dar regalos, pero sobre todo destaca la tradición de besarse con alguien en Año Nuevo una vez cae la bola en *Times Square*. Sin embargo, le dedicaron un único capítulo a *Halloween*, teniendo en cuenta que es una de las mayores fiestas que se celebran en EE. UU, solo quisieron hacer un episodio especial de él (8x06).



(Izq) Monica y Chandler vestidos de catwoman y de conejito/(Der) Ross de "Spotnick".

"El de la fiesta de Halloween" (8x06).

No obstante, es de los más recordados debido a los disfraces que llevaban. Las bodas tienen mucha importancia en las series porque marca siempre un punto de inflexión tanto en la historia como en los personajes. Es otro momento donde el público está expectante por ver qué va a ocurrir después con la narración, fidelizándoles una vez más. En *Friends* hay muchas bodas, ya sean de algunos secundarios como Carol y Susan, o las de todos los protagonistas (menos Joey), contando a Ross dos veces.

Los cierres de temporadas están estratégicamente pensados para que ocurra siempre un *cliffhanger* narrativo o de montaje, y así la gente tenga más ganas de la siguiente temporada y esperará su anticipación. El vínculo, que se está creando o ya se ha creado, será tan fuerte que el dejarles con esa "sorpresa" hará que sin duda esperen por su historia.

En *The Big Bang Theory*, no tienen una festividad de tradición como la anterior. La que más podría destacar sería *Halloween*, ya que debido a toda la historia y la estructura narrativa es por la que más esperan los protagonistas, así se pueden disfrazar de sus personajes favoritos. También tiene varios capítulos dedicados a la Navidad, pero no tanto a la festividad sino al ambiente en sí, es decir, en el 6x11 "La simulación de santa" juegan a *Dragones y Mazmorras* con temática navideña. A diferencia de la anterior la fidelización según los capítulos especiales no existe apenas, ya que, además, casi ninguno de estos capítulos ayuda a la continuación de las tramas principales. Uno de los que sí que se podría salvar sería el 7x09 "El desacoplamiento de Acción de Gracias", el único dedicado a Acción de Gracias, donde Penny descubre que está casada con su ex. Aquí ocurre un punto de inflexión en la relación de Penny y Leonard, pues

por más que él se le propusiera ella nunca le aceptaba, por lo que deciden que cuando esté lista será ella quien se lo proponga.

Aquí no hay ninguna boda de personajes secundarios, todas las que ocurren son de los protagonistas, y se esperan con mucha anticipación, sobre todo la de Amy y Sheldon, ya que parecía casi imposible si lo comparáramos con el Sheldon de la primera temporada. La evolución de Sheldon y su relación con Amy, podría considerarse como una especie de fidelización, es decir, cuando te encariñas con los personajes y empatizas con Amy, quieres que su relación avance y den más pasos. Por lo que la primera vez que salen en una cita o cuando se dan un beso, son momentos que ayudan a aumentar las emociones y el sentimiento de familiaridad gracias al vínculo que se ha creado.



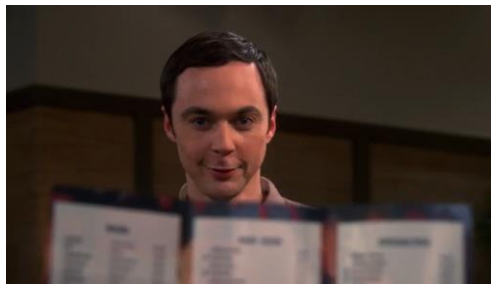
Boda de Sheldon y Amy "La asimetría de la pajarita" (11x24).

Pasando a los *season finale*, éstos también actúan de la misma manera que en *Friends*, sin embargo, ésta da siempre un golpe final antes de los créditos (menos en el 8x24), y la segunda suele acabar con el *cliffhanger* y da paso al baile del *opening* durante los créditos finales.

Por último, un factor a destacar como diferencial, es que *Friends* vio que la gente nunca llama al episodio por su nombre, sino que es "El de..." por lo que lo aprovecharon y todos los capítulos se llaman así: "El de la cinta de vídeo", "El de la cita de Rachel", "El de los besos" etc. Siendo más fácil y memorable para el espectador a la hora de poder debatir sobre él. Por el contrario, *The Big Bang Theory* los nombra en relación a la ciencia: "La hipótesis del gran cereal", "El paradigma de la Tierra Media", etc.

3.5 Puesta en cuadro

Respecto a la puesta en cuadro ambas utilizan la misma dinámica con solo un par de modificaciones en la utilización de algunos planos y edición. Para empezar, predominan los planos generales y los medios largos durante toda la serie para tener una mayor visualización del personaje y de la profundidad espacio. Aunque hay ocasiones en *The Big Bang Theory*, que se emplea el primer plano e incluso la posición de la cámara adopta un punto de vista de forma subjetiva como algo que ve el personaje para darle más comicidad a la escena.



Punto de vista de James Earl Jones cuando Sheldon aparece para invitarle a su Comic-Con.

Debido a la gran cantidad de diálogos en ambas series, predominan también los planos contraplanos en casi todas las conversaciones, sobre todo cuando están sentados —en el Central Perk o en las mesas de la cafetería de la universidad—. En general todos los planos que se emplean son bastante cortos, para así poder complementarse con otros de reacciones o expresiones de otros personajes. Sin embargo, aunque estos planos sean los que más predominan en las *sitcoms* no son los más importantes, sino que son los básicos utilizados.



Plano contraplano de Raj y Howard en la cafetería de su trabajo.



Plano contraplano de Phoebe y Joey en el aniversario de los padres de Monica y Ross.

Por el contrario, hay que destacar el plano reacción. Como hemos estado nombrando anteriormente el humor se basa el en diálogo, pero también en lo visual. Las *sitcoms* están estructuradas de manera que queremos ver cómo reaccionan los personajes a las situaciones planteadas, ya que no tienen por qué hacerlo de la manera más natural. A veces una simple risa, un encuentro de miradas o una mueca tienen más peso que algo hablado.

Ejemplo del episodio 12x01 “La configuración conyugal” de *The Big Bang Theory* y algunos de los planos reacción ocurridos en éste:



Reacciones de Amy a la broma del desayuno de lego de Sheldon.

En esta ocasión, podemos ver la importancia de estos planos, ya que si solo se hubiera quedado en el primero podríamos decir que está molesta por la situación. Mientras que, al añadir el segundo, vemos que le ha hecho gracia.



Reacciones de (izq) Amy y (der) el botones del hotel, a la explicación de Sheldon y su horario de Luna de miel incluidos los coitos.



Padre de Amy cuando lo descubren escondiéndose de su mujer en la ducha.



Howard y Bernadette al ver la terrible entrevista de Raj por la televisión.



Amy enfadada con Sheldon por llevar un horario para todo.



Raj cuando le llama Neil deGrasse Tyson tras su pelea por Twitter.



Gag final donde deGrasse decide llamar a más gente para “pelearse”, y la reacción de Bill Nye nada más escucharlo.

En este último podemos ver que el plano reacción no tiene por qué ser solo expresiones de la cara, sino que es la propia reacción del personaje, que en este caso es colgar el teléfono al descubrir quien está al otro lado.

Se usa el sistema a tres cámaras que se basan en situarlas fuera del escenario donde las laterales captan los planos cruzados de los personajes (en su mayoría contraplanos) y la central hace un general de todo el set. Así se consigue ahorrar tiempo y dinero en la grabación, además de que se asegura que la iluminación y el *raccord* sea el mismo en cada plano. Es más fácil el poder emplear diversos movimientos de cámaras como los *travellings* que predominan en ambas series, sobre todo cuando algún personaje se mueve por la sala o como una pequeña visualización de la escena al principio de ésta. A veces se llega a cortar el encuadre de algún personaje cuando haya otro por detrás que vaya a hablar justo después. Debido a este sistema la cámara se encuentra con un foco fijo, de ahí que haya ausencia de picados y contrapicados. También podemos observar que destacan los *zooms in* y *zooms outs* en las escenas que están sentados y reunidos para debatir y dialogar. Tanto los *travellings* como los *zooms* tienen la función de dinamizar las escenas para que no sea todo tan estático y lento, ya que así ayudan en la mayoría de las veces a fortalecer las emociones y sentimientos de los personajes.

3.5 Puesta en serie

El montaje en ambas series usa el sistema a tres cámaras les permite conseguir más perspectivas de planos en menos tiempo. En general como las tramas que tienen por capítulo son autoconclusivas, pocas veces se vuelven a hacer referencias a ellas creando elipsis temporales entre episodios a no ser que sean de interés para el núcleo narrativo como el final del capítulo 5x14 y el inicio

del 5x15 “El de la chica que golpea a Joey” de *Friends* donde Ross descubre que su hermana y Chandler están saliendo juntos —como gag final y principio del otro—. A su vez ocurren saltos temporales, pero no muy extendidos, es decir, pueden pasar días, semanas o algún que otro mes, pero nunca un año porque eso supondría que habrían tenido que pasar muchas historias y situaciones en los grupos de amigos.

A continuación, pasaremos a analizar las transiciones y los planos de situación entre escenas:

Friends: Ésta utiliza las transiciones mediante videos de unos dos o tres segundos con las localizaciones desde fuera de donde están como el edificio o el Central Perk, o simplemente planos de los edificios de Nueva York, para así adentrarnos después en ese lugar que nos están enseñando y que nos quede claro la posición de X personaje. Lo que se quiere conseguir es la remarcación de la ubicación y del paso del tiempo, pues se quiere dejar claro que la acción va a ocurrir en ese espacio. Se busca la reiteración y la búsqueda de la familiaridad. Durante las transiciones suena una pequeña música de la banda sonora de la serie para remarcar el cambio de secuencia. Predominan fundidos que encadenan de los lugares y de la siguiente escena.



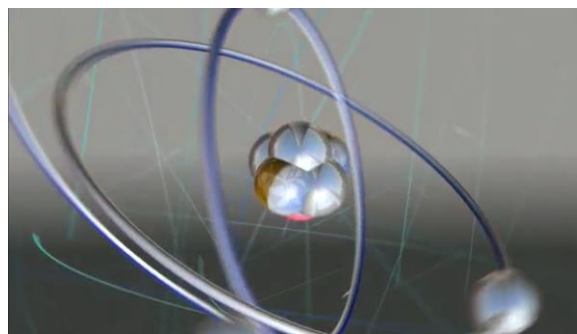
Transición del edificio al piso de Monica.

El plano situación de la acción ayuda a reiterar que todo sigue igual lo conocemos.

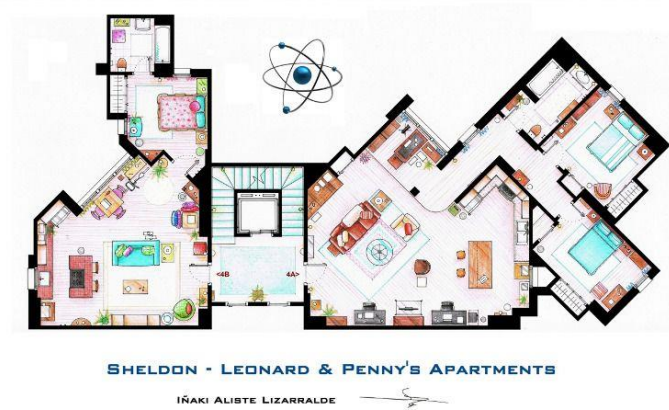


Recreación de los pisos por Iñake Aliste Lizarre.

The Big Bang Theory: Ésta ya tiene una diferencia con la anterior, pues ya no busca la reiteración del lugar mediante el empleo de las transiciones, sino que es todo lo contrario, no sabemos nada de cómo luce el edificio donde viven o la fachada de la universidad donde trabajan. Lo único que se puede ver levemente del exterior es cuando van en coche, y aun así es un croma, por lo que poco se puede apreciar. Comienza siempre con el video de transición del resto del capítulo —dejando claro que el capítulo ha empezado y que ya se disponen a realizar cualquier acción significativa— siendo éste el del átomo con un sonido a la par con él que aumenta y se aleja según lo hace éste. En la serie no se cambia de escenas con las transiciones mezcladas, sino que solo se utiliza el video. Sin embargo, hay dos ocasiones donde se acaba en un fundido a negro para dar paso a los cortes publicitarios. Por el contrario, aquí el plano de situación de la acción es igual que la anterior, pero en ésta predominan más los *travellings* y *zooms/zooms outs* como reiteración del espacio donde se encuentran, teniendo el mismo significado que *Friends*



Transición del átomo de *The Big Bang Theory*.



Recreación de los pisos por Iñaki Aliste Lizarre.

No obstante, podemos ver un cambio existente entre las series y que se debe a los cambios consumo televisivo en la sociedad del espectáculo. Hace unos años solo existía la televisión lineal y la gente disfrutaba con los productos que les ofrecían. Pero poco a poco la sociedad se fue volviendo más frenética y ya no podía aguantar introducciones de un minuto o más, por lo que las series fueron modificando sus *openings* haciéndolos cada vez más cortos. Llegamos a *Friends* cuyo *opening* dura 48 segundos, y que a partir de la temporada seis lo recortan hasta 38 para en la novena temporada volver a la duración original. Además, en ésta todavía se utiliza la presentación de personajes con los actores para que la gente los identifique en la vida real, haciendo que ocupe más tiempo en pantalla y tenga mayor extensión. Cuando se estrenó *The Big Bang Theory* en 2007 ya sabían de esto por lo que su *opening* se basa en unas imágenes de corta duración una tras otra para que fuera más dinámica, durando en su totalidad 22 segundos, siendo los dos fotogramas finales: el grupo de amigos y el logo de la serie. Aunque en sus primeras temporadas aún no existía la televisión no lineal o lo que conocemos como plataformas de *streaming* le ha venido muy bien para en la actualidad conseguir que la gente no se aburra y decida cambiar de canal.

Por último, otra de sus diferencias es en relación a los créditos finales. En *Friends* podemos ver que aparecen durante el gag final superponiéndose con las imágenes de la última escena, mientras que en *The Big Bang Theory* ocurre tras el gag final, en un fondo negro con la música de la banda sonora de fondo.

4. ANÁLISIS COMPARATIVO

En este punto analizaremos el capítulo piloto de ambas series para después comentar aquellas diferencias y similitudes que tengan respecto al episodio introductorio. “Cabe considerar ese capítulo inicial como una mínima pero efectiva teogonía catódica para el universo familiar de muchas series, que legitiman, en esos primeros minutos, la constitución de un grupo a partir de un encuentro, un cambio de vida o una congregación azorosa” (Balló y Pérez, 2005: 30). Predomina el montaje analítico, ya que es una secuencia de cortes unidos entre sí para crear una función sintáctica entendible para el espectador.

FRIENDS: “El de cuando Monica consigue una compañera de cuarto”

En este episodio vemos cómo se juntan un grupo de amigos en una cafetería, donde llega el personaje de Ross, al que ha abandonado su mujer, para dar paso más tarde a la aparición de Rachel, completando el grupo entero. En éste nos centramos sobre todo en la que será la trama de ésta última y en cómo va a superar Ross su divorcio, además de conocer poco a poco a los personajes.

Duración: 22:44 minutos

Montaje de imagen y elipsis temporales:

El capítulo comienza con el opening de la serie, el título nos puede hacer una pequeña referencia de qué va a tratar, ya que además en éste nos presentan a los actores. A lo largo del episodio, nos encontraremos con varios movimientos de cámara más o menos discretos según lo que se quiera conseguir.



Inicio de la intro de la serie.

Entramos en del Central Perk con un *zoom*. Tras este nos encontramos un plano general de dentro de la cafetería con un grupo de 4 amigos que tienen una conversación.



Momento inicial del capítulo con su transición desde fuera del Central Park a dentro de la cafetería.

En el 1:16 hay una transición en el mismo sitio simbolizando una elipsis de tiempo como que llevan mucho rato ahí. Hasta el 1:53 no ocurre ningún movimiento de cámara, ya que están todos sentados, nadie se mueve de su sitio y se busca lo estático. Hasta que aparece Ross, de pie, y una vez empieza a explicar su situación se mueve la cámara con un *travelling* de seguimiento de éste para sentarse al sofá.



Primera aparición de Ross en la serie.

Los planos generales se usan cuando se busca una reacción más conjunta o para posicionar en el espacio a los personajes.



Reacción del grupo al comentario de Chandler "A veces me gustaría ser lesbiana".

Sin embargo, el más importante es el del minuto 3:18, donde está colocado estratégicamente para que nuestros ojos vayan a la puerta, esperando por algo, que en este caso es Rachel vestida de novia entrando justo cuando Ross dice "Solo quiero casarme", ayudando al gag visual que va a tener lugar a continuación.



Rachel entrando al Central Perk y apareciendo por primera vez en la serie.

En el 3:47 Monica y Rachel se encuentran y comienzan a hablar. Justo aquí Monica la presenta al resto del grupo y ocurre un movimiento de cámara con un *zoom out* hasta que quepan todos en plano. No se entrelaza con ningún otro plano, ya que no solo se la presenta a ellos, sino también a nosotros espectadores como la última miembro del grupo.



(Izq) Monica pide un café descafeinado para Rachel/ (der) les presenta al grupo.

Justo después hay una sucesión de planos en que ocurre lo contrario y son ellos los presentados (una vez más también a nosotros). Chandler, durante el general anterior, Phoebe con su plano propio, y Ross y Joey en el mismo, aunque éste último levanta la mano para que sepamos quien es. Sin embargo, Ross tiene su propio plano con *travelling*, ya que se conocían de antes.



Presentación de los personajes (izq) Phoebe y (der) Joey.

La escena acaba en el 5:06 con un fundido a negro (corte publicidad) con todos los personajes y su presentación. Además, ya nos podemos ir haciendo una idea de cómo van a ser sus personalidades en este poco tiempo, pues ha dado tiempo a que al menos hablen todos una vez y marquen sus características.

5:11 transición con el edificio de Monica. En esa escena ocurre brevemente lo que serían dos historias simultáneas en el mismo plano. Mientras el grupo está viendo una telenovela entreteniéndose (plano general de posicionamiento con escorzo), Rachel está hablando por teléfono con su padre sobre lo que ha pasado. No obstante, más tarde se dan cuenta que lo de Rachel es más interesante y se ponen a escuchar, volviendo a fluir una misma historia.



(Izq) los chicos ven una telenovela mexicana/ (der) Rachel habla con su padre por lo de su boda.

En el 6:50 tras una transición, hay un *travelling* hacia la derecha que nos muestra el espacio y dónde se encuentra cada uno de los personajes. Durante toda esta escena ocurrirán varios *travellings* de seguimiento, ya que los personajes se irán moviendo por la habitación. En el 8:36 y 8:39 nos encontramos un fallo de

raccord con Phoebe, donde en el primer plano se encuentra de pie en la cocina, y en el siguiente está de fondo sentada en un sofá.



Fallo de *raccord* de la posición de Phoebe.

En el 9:31 nos encontramos con una transición al piso de Ross donde están haciendo una mudanza. A partir de aquí tendrá lugar una serie de cortes entre escenas haciendo referencia a tres historias paralelas: piso de Ross, cita de Monica y piso de Monica.

10:21 corte a la cita en el restaurante. Vemos un *zoom* de aproximación de 13 segundos a la conversación para meternos en ella y dinamizarla.



Zoom hacia la conversación de Monica y Paul.

10:50 Corte directo a Rachel, con pequeño *travelling* de seguimiento de lado a lado.



Rachel dejándole mensajes a su exprometido.

11:12 Corte directo al piso de Ross donde hablan sobre citas.



Los chicos hablando sobre chicas.

12:12 Corte a cita de Monica.



Monica y Paul hablando de sus antiguas relaciones.

13:20 Corte a piso de Monica con Rachel.



Rachel viendo una película sobre bodas y comparándola con su relación.

13:33 Corte a piso de Ross.



Ross pensando en cuánto hace que no liga.

Al final de esa escena, Ross pregunta que a quién le podría pedir una cita, dando paso a una transición de Rachel en la ventana, simbolizando que se miran y que es la chica a quien pedírsela.



Transición de Ross a Rachel.

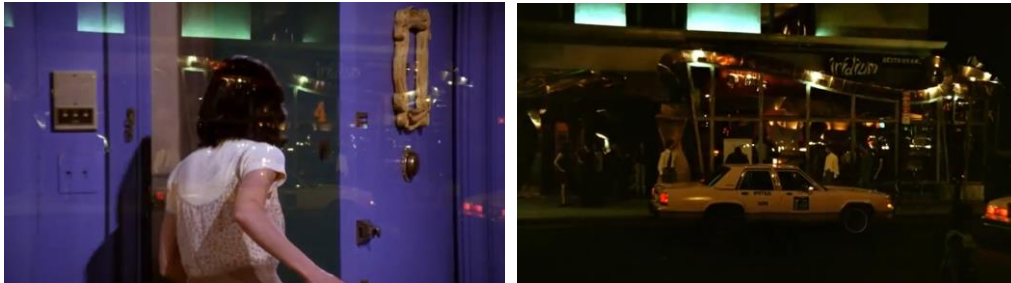
Ésta acaba con un ligero *zoom* hacia Rachel finalizando en un fundido a negro (segundo corte publicitario).

14:12 con el edificio de Monica, elipsis temporal del día siguiente por la mañana.



Elipsis temporal con el empleo de la transición del edificio.

16:33 transición al trabajo de Monica donde habla sobre su cita con una compañera. Elipsis temporal, ya es de noche. Allí se entera de la mentira que le ha contado Paul, pasamos de un plano de su reacción al Central Perk con Joey como continuación de la conversación entre escenas.



Transición al trabajo de Monica.



Corte directo empleado como elipsis temporal y de lugar al Central Perk.

En el 18:02 entra Rachel corriendo a la cafetería con un *zoom out*. 18:47 corte directo al piso de Monica pero sigue la secuencia, con un primer plano donde le obligan a cortar sus tarjetas de crédito para ser independiente.



(Izq) primer plano/(der) plano general donde Rachel corta sus tarjetas.

En el 19:50 transición de noche con el edificio de Monica, haciendo una elipsis temporal donde ya se han ido todos menos Monica, Rachel y Ross.



Transición del edificio como elipsis temporal.

La escena acaba con un *travelling* de seguimiento a Ross que se va a casa, finalizando con un gag en referencia a su posible cita con Rachel.

En la escena final nos encontramos con un plano general de posicionamiento, otra vez en el Central Perk como al inicio del capítulo, reiterando que ese lugar es importante. Todo mientras ocurren los créditos finales.



Los chicos hablando en el Central Perk.

Antes de finalizar, se crea un gag visual donde se ve la taza de café mientras alguien pregunta si quieren más café, haciendo un *travelling* hacia

arriba para descubrir que es Rachel. Todos quieren cuando descubren que no ha hecho el café.



Gag visual final con Rachel.

El último plano es uno general conjunto de todos reunidos, en el mismo sitio que al principio donde se han juntados y la historia ha comenzado, hablando sobre los sueños como al inicio del capítulo.



Chandler diciendo que soñó que era Liza Minnelli.

Podemos decir que el piso de Monica será importante, ya que se utiliza su edificio como transición hasta tres veces. Al igual que el Central Perk, teniendo dos escenas. Estos dos son unos de los lugares de la familiaridad y vinculación, junto con el piso de Chandler y Joey, de esta *sitcom*, donde los espectadores desean volver para sentirse en un espacio conocido. Sabemos, además, que el Central Perk tiene un lugar simbólico, con sus sofás y sus sitios, siendo sus asientos donde hablan sobre sus problemas, volviendo una y otra vez en cada capítulo. En total el capítulo ha habido cuatro lugares diferentes siendo todos interiores.

Destacaríamos también los planos reacción que predominan en todo el capítulo, algunos son:



Phoebe riéndose del sueño de Chandler.



Monica y Ross cuando Joey le dice a éste que olvide a su exmujer y se busque un ligue.



Monica Y Phoebe cuando Rachel dice que su ex parece el hombre del tiempo.

Montaje sonoro:

No hay ningún efecto sonoro, todos son los producidos por los personajes en el momento. Podemos ver la utilización de la banda sonora cada vez que se hace una transición entre escenas, siendo extradiegética. Además, en este capítulo podemos ver que también se usa una canción extradiegética en el momento de la transición entre Rachel y Ross en el minuto 13:56. Por último, las risas enlatadas que están continuamente en el episodio.

Los gags:

Predominan los chistes y el sarcasmo, siendo Chandler el que destaca. Hay muchos a lo largo del capítulo y suelen ocurrir durante 10/15 segundos aproximadamente. Se empieza con Chandler hablando sobre un sueño extraño que ha tenido y se acaba con el *gag* final siendo éste otra vez hablando de otro sueño.

También diversos *gags* visuales: Rachel vestida de novia, Ross abriendo el paraguas cuando se va a presentar, Chandler cantando y bailando, Monica pisando el reloj de Paul, Monica tirando a Joey del sofá y todos levantando las tazas al final.

THE BIG BANG THEORY: "Piloto"

Nos encontramos con dos amigos que van a ir a un banco de espermias de alto coeficiente para darse cuenta que no pueden hacerlo. Al volver a casa descubren que tienen una nueva vecina y ahí empieza toda la historia.

Duración: 22:45 minutos

Montaje sonoro y elipsis temporales:

Primer plano es una introducción de los personajes de Leonard y Sheldon hablando sobre fotones, mostrándonos un poco ya sus temas de interés. Encontramos un *zoom* muy leve para meternos en la conversación. No sabemos dónde están hasta que lo dicen, por lo que no es un sitio muy importante. Hay un pequeño *travelling* de seguimiento para sentarse en los sillones. Desde el 1:17 a 2:25 no ocurre ningún movimiento de cámara, pues están sentados.



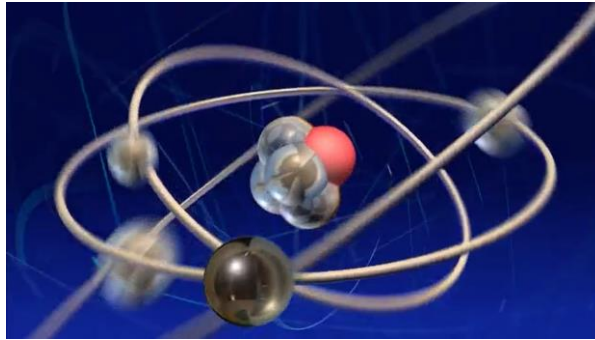
Sheldon y Leonard en la sala de espera del banco de donación.

Una vez se levantan con disimulo y van hacia la puerta hay un pequeño *zoom out* para entrar lo máximo posible en plano e ir acorde con la acción de irse sin ser notados.



Leonard y Sheldon intentando irse sin ser notados.

Después aparece una transición con el vídeo del átomo, haciendo una elipsis temporal donde ya han llegado a su edificio por lo que podemos intuir.



Transición del átomo entre escena y escena.

Del minuto 2:40 al 3:09 suben las escaleras con un *travelling* de seguimiento por el rellano acabando con un *zoom* cuando suben las escaleras al siguiente piso.



Fotogramas del *travelling* de seguimiento de camino al piso.

Cuando llegan a su piso nos encontramos con la primera aparición de Penny desde el punto de vista de los chicos mediante un plano general.



Punto de vista de Leonard y Sheldon.

En el 3:14 hay un plano con escorzo para resaltar como dos “mundos” diferentes, el suyo y el de su vecina, además de tener el foco sobre esta última. En el 3:26 es desde dentro del piso de Penny para reiterar esta diferencia.



Planos de los "dos mundos".

En el 4:25 es la primera vez que vemos su piso, con un plano general para plasmárnoslo todo y que nos fijemos. Ya nos muestran uno de los lugares que serán simbólicos en el desarrollo de la historia de la serie.



Leonard diciéndole a Sheldon de invitar a comer a Penny.

Mientras deciden si invitar a Penny o no hay un par de *travellings* de seguimiento por la sala y por el pasillo. En el 5:57 Penny entra a su piso como invitada, entrando a su “mundo” con un plano general estático con cada uno de ellos entrando, acabando en un fundido a negro que dará paso al *opening*, finalizando en negro dará paso al corte publicitario.



Sheldon entrando el último a "su mundo".



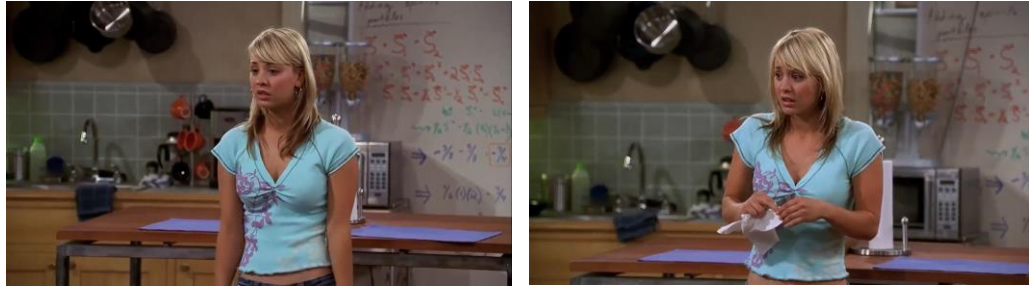
Fotogramas del inicio y del final del *opening*.

La escena se inicia con un fundido en negro y los créditos van apareciendo en pantalla a la vez. Tienen lugar varios *travellings* de seguimiento, pues Penny se dedica a mirar cosas por el piso y todos se van moviendo por la habitación. Los planos son relativamente cortos, por eso cuando en el 8:13 vemos cómo Sheldon empieza a buscar un sitio para sentarse (Penny está en su sitio), destaca por su largura siendo un *gag* visual por su incomodidad, durando hasta el 8:30.



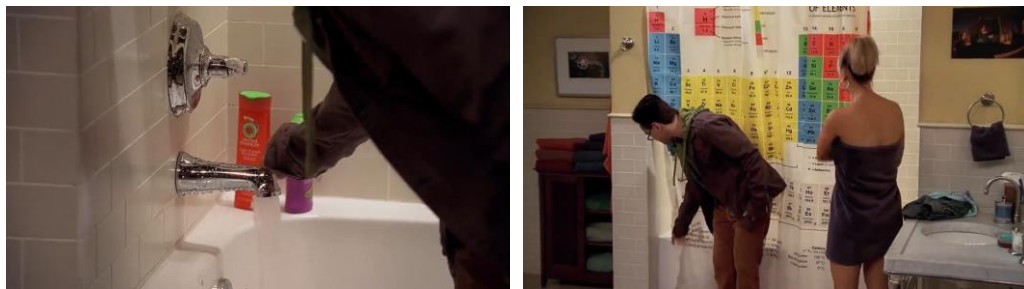
Fotogramas del *travelling* de seguimiento de Sheldon.

Desde que se sienta hasta el 11:05 son todo planos estáticos como al principio, ya que se encuentran todos sentados. Después de eso, Penny se levanta y empiezan otra vez los movimientos de cámara. En el 11:13 y 11:24 hay un pequeño fallo de *raccord* con el pelo de Penny.



Fallo de *raccord* del pelo de Penny.

En el 13:39 aparecen por primera vez Howard y Raj, presentándonos ya a todos los personajes principales que aparecían en el *opening*, y en unos minutos ya sabemos cómo son sus personalidades como pasa al inicio del capítulo. Otra vez sigue habiendo *travellings* de seguimiento por toda la sala, hasta que en el 15:12 cambiamos de escena y de lugar. Con un *zoom out* como plano más detalle de la ducha se abre hasta coger toda la habitación e iniciar una conversación de Leonard con Penny en la ducha. La escena acaba con un fundido a negro para dar paso al segundo corte publicitario.



Zoom out del grifo hacia el baño.

A partir de aquí los personajes se dividirán en dos historias simultáneas. En el 15:46 nos encontramos en el coche con Sheldon y Leonard de camino al edificio del ex de Penny a por su televisión, y en el 17:07 pasa con un corte directo al piso de éstos.



(Izq)Sheldon y Leonard en el coche/ (der) Raj y Penny en el piso.

La siguiente escena son los dos primeros fuera del edificio del ex intentando pensar cómo entrar. Predominan los planos generales para observar a los dos protagonistas y sus acciones junto con la puerta en el mismo fotograma. Cuando aparecen unas *girl scouts* hay un *zoom out* para que ellas puedan entrar mejor en plano y observar un *gag* visual que va a tener lugar con los timbres y su facilidad para entrar.



Plano general de Leonard y Sheldon fuera del edificio del ex de Penny.



Fotogramas del *zoom out* del lugar.

Con un corte se produce una pequeña elipsis temporal, pues el siguiente plano están en el pasillo donde vive el ex.



Los chicos en la puerta del ex.

En el 18:50 vemos un movimiento de cámara que va de abajo a arriba que se abre para ver poco a poco el cuerpo del ex, siendo todo músculos y con ello un *gag* visual.



Fotogramas del pequeño *travelling* hacia arriba.

19:32 aparece la transición del átomo como salto temporal al edificio.

Aquí vuelven a juntarse las historias paralelas. Mientras Sheldon y Leonard suben las escaleras, en el 20:08 vemos un corte directo al piso, donde Howard le enseña un videojuego a Penny, “ligando” con ella en un primer plano con escorzo del ordenador.



Primer plano del ordenador de Howard.

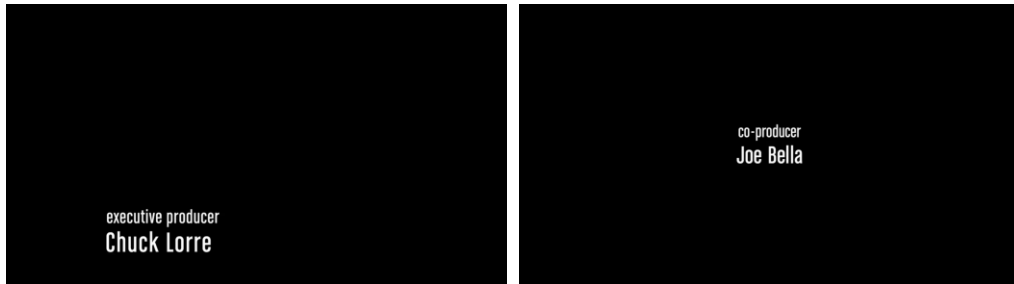
En el 20:42 llegan al piso, volviéndose a juntar la historia en una misma trama.

Antes de la escena final se ve un plano medio largo de Leonard mirando como se va Penny a su piso, dejando claro que tiene interés por ella y con ello empezando una de las tramas principales de la serie. Acaba con un fundido a negro que dará lugar a la escena final.



Leonard pensando en sus futuros hijos con Penny.

21:39 inicio de la escena final. Están todos los personajes en el coche donde vemos qué personalidades les definen a cada uno y en cómo se ha empezado a formar ya ese extraño grupo. Acaba con un *gag* de Sheldon diciéndole a Leonard que es el más Casanova del coche. Tras esto aparecen los créditos finales en un fondo negro.



Créditos finales.

A lo largo del capítulo hemos podido ver muchos planos reacción, típicos de la *sitcom*. Sin embargo, como hay muchos pondremos algunos ejemplos.



Reacción de la recepcionista cuando Leonard le hace el crucigrama sin preguntarle.



Reacción de Penny cuando Leonard la invita a comer y acaba hablando del colón.



Leonard viendo que Penny ha tirado la toalla al suelo mientras se ducha.



Reacción de Leonard cuando Sheldon le dice “eres un Casanova”, además de las caras por ver a Howard cantando.

Vemos que el piso será un lugar importante, ya que es donde más ha ocurrido la trama. No obstante, hemos podido ver de hasta nueve lugares diferentes, siendo uno de ellos un exterior, pero que en realidad son más decorados, no tiene ninguna importancia de familiaridad de espacios con el espectador.

Montaje sonoro:

No hay ningún efecto sonoro que no sea lo que hayan hecho los personajes. Cuando conocen a Penny escuchamos una música diegética proveniente de la radio que tiene, que para en cuanto la apaga. En las transiciones del átomo hay un sonido que se aleja y se acerca a la par que éste. Por último, las risas enlatadas están empleadas de una manera un poco extraña, ya que hay menos de las que tendría que haber. Hacen chistes continuamente y no siempre se escuchan, haciendo que el momento cómico sea raro e incómodo. No obstante, hemos observado que esto solo pasa en la versión española, ya que en la original se escuchan continuamente como tendría que ser.

Gags:

Predominan los chistes sobre cosas científicas o *frikis* como cuando Howard le enseña el videojuego a Penny diciéndole que ahí es donde le gusta ir a relajarse y que si ella se hiciera cuenta si podrían salir a alguna misión juntos. También momentos incómodos cuando hablan con Penny como todas las veces que dicen “hola” o cuando intentan invitarla a comer.

También hay *gags* visuales: Leonard gritándole a Sheldon “*Sit!*” para que se siente enseguida, Sheldon cambiándose rápidamente de sitio en cuanto Penny se levanta, Leonard intentando abrir la puerta y que al final las girl scouts lo hagan llamando a todos los timbres, o ellos saliendo del edificio en calzoncillos.

Referencias culturales:

En este capítulo han nombrado: la serie *Galáctica*, MySpace, *Una mente maravillosa*, *Star Wars* y Stephen Hawking.

5. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

- 1. La *sitcom* es un formato exitoso desde sus inicios.** Viniendo de la radio donde predominaban los programas de humor, la *sitcom* nació de esa transición donde la gente empezaba a caer por esa nueva forma de contenido y entretenimiento, liderando la parrilla televisiva durante más de diez décadas. Cogiendo de referente a la primera *sitcom* de la historia, *I Love Lucy* puso los cimientos originales del formato que aun a día de hoy siguen funcionando y agradando a los espectadores.
- 2. Un patrón clásico que pervive.** Con más de 50 años desde que se originó, ha sufrido una gran variedad de cambios a lo largo de este tiempo, desembocando en otros formatos y nuevos elementos diferentes de su nacimiento. A pesar de esto, todavía se siguen creando series con el modelo clásico, siendo éstas muchos de los éxitos de la televisión, consiguiendo una gran audiencia y numerosos premios de la academia.

3. **La *sitcom* como factor de evasión de la realidad.** Debido a la gran infoxicación a la que estamos sometidos, buscamos refugio en aquello que nos distraiga y nos haga evadirnos de la sociedad y lo que vivimos en la actualidad. El humor nos distrae de esa saturación informativa, usando lo gracioso y lo humorístico como protección, como en el caso de *Friends* ayudando a la población americana a sobrellevar el atentado del 11-S.

4. **El éxito de *Friends* y *The Big Bang Theory* se debe a la actualización de esquemas narrativos y humorísticos.** La primera asentó unas bases narrativas donde las *sitcoms* ya no tenían por qué estar basadas solo en la familia, y en la incursión de unos temas que la sociedad no hablaba hasta entonces. La segunda, supuso un cambio narrativo y novedoso, donde se basaba en la ciencia y en la ficción, empleando durante todos los capítulos referencias a la cultura popular para fidelizar al espectador mediante la identificación.

5. **Podemos identificar en ellas unos mismos personajes arquetipos que predominan en las *sitcoms* clásicas.** En las *sitcoms* se repiten unos personajes característicos, pudiendo identificar estos arquetipos en cada serie. En este lapso, podemos observar que, respecto al grupo de amigos, *The Big Bang Theory* tiene más diversidad cultural y racial que *Friends*. Hemos observado que en concreto se distinguen tres personajes similares: el gracioso, el tonto ligón y el romántico empedernido. Aunque cada uno de ellos tiene una historia detrás, los patrones están ahí. Chandler y Howard son los graciosos, pero uno emplea el sarcasmo y el otro es un sinvergüenza *geek*. Joey y Penny son los tontos ligones. Sin embargo, Joey lo es por su actitud ingenua, y Penny debido al entorno de gente con la que se mueve. Ross y Leonard, son los enamorados de su pareja durante mucho tiempo, un amor que les marca en la vida y del que no se pueden desprender. Con el paso de los años, hay pensamientos que han cambiado respecto a *Friends* y estos personajes, como el hecho de que Joey utilizara a las mujeres y el amor obsesivo y celoso de Ross.

- 6. El humor se compone especialmente de *gags* visuales en suma al diálogo.** En *Friends* las bromas se basan en la relación de personajes y el sarcasmo, lo absurdo y sus reacciones. En su propia burbuja, el humor y la serie envejecen muy bien, pudiendo perdurar más en el tiempo. Sus *gags* visuales son variados, con golpes, gestos y un pequeño inicio de la edición. En *The Big Bang Theory*, sus bromas se basan en la incomodidad social y el fracaso. Las situaciones derivan de las características de los personajes, creándolas en muchas ocasiones Sheldon, como punto fijo en las relaciones de los personajes. Por su personalidad y su humor básico, se desemboca en momentos incómodos. Las referencias de la cultura pop y cultura *geek* también es un pilar fundamental para la creación de la comicidad. Sus *gags* visuales también incluyen las típicas caídas y desmayos, pero no tan en exceso como sus predecesoras. Comienzan a emplear más el montaje como factor cómico.
- 7. Utilización de la cotidianidad como base de la fidelización, empleando el lenguaje, las festividades más características y los finales de temporada.** Como base de la familiarización, se utilizan referencias propias de la cultura norteamericana y un lenguaje coloquial. Los capítulos que ayudan a la fidelización serían: los especiales y los finales de temporada. Los primeros, dedicados a festividades como Acción de Gracias, *Friends* creará una tradición donde cada año emitirán un episodio de esta temática, disfrutándolo los espectadores con ellos. *The Big Bang Theory* no seguirá este tipo de tradición, aunque podríamos destacar Halloween como fiesta predilecta del grupo por su tema. Ambas utilizarán los capítulos especiales de bodas como creación de vínculo con el público, marcando un antes y un después en el núcleo narrativo. Los finales de temporada están colocados para acabar con un *cliffhanger* y hacer que el público anticipe la continuación.
- 8. El empleo del plano reacción como complementación de los *gags* y los movimientos de cámara como dinamización de la escena.** Destacaremos el plano reacción como el plano primordial de la *sitcom* y de su humor visual. Un gesto, una mirada o acción cambian el entorno de la historia y ganan

significado. Lo que no ocurre en el plano, no ocurre en la escena, y necesitamos ver la reacción de los personajes antes esas situaciones. Es lo que más peso da a la narración y a los *gags*. Se emplea constantemente los *travellings* cuando alguien se mueve por el lugar o como pequeña visualización de la escena. Los *zooms in/zooms out* son para momentos donde están sentados o dialogando para adentrarnos a la conversación. Todos se utilizan para dinamizar las escenas y que no sea tan estático y lento, ayudando en ocasiones a las emociones de los personajes. *The Big Bang Theory* utiliza una mayor variedad de planos que su antecesora para ayudar al montaje humorístico.

9. El plano situación como reiteración del lugar conocido y el cambio de *openings*. *Friends* lo utiliza como reiteración del lugar donde estarán los personajes, donde algo va a ocurrir, todo mediante las transiciones de exteriores. Éste ayuda a la acción situándonos en un lugar conocido, familiar, sin cambiar, siendo siempre desde el mismo punto de vista. *The Big Bang Theory* ya no usa las transiciones como reiteración del lugar, no les interesa que sepamos como luce el exterior. El plano situación de la acción se crea más mediante el uso de *travellings* y *zooms* en las escenas y podemos observar un mayor número de lugares. El cambio generacional se observa sobre todo en el *opening* donde *Friends* tiene una duración más larga y una presentación de actores en ella; y *The Big Bang Theory* más y corta y solo una sucesión de imágenes.

10. El montaje como factor de diferenciación del cambio de época. La gran diferencia entre ambas es la gran evolución que ha tenido el montaje en este lapso. *Friends* tiene pequeños matices de edición como humor, pero muy breves y casi inexistentes. Entre escena y escena emplean el uso de transiciones mezcladas, siendo la “moda” de la época. Por el contrario, *The Big Bang Theory* ya no usa de este tipo, es más, su video entre transiciones es un átomo creado por ordenador. Su edición hace notoria la evolución tecnológica, y relacionada con la temática de la *sitcom*, podemos observar una gran utilización de avances tecnológicos como el uso constante del

croma en el coche y en ilusiones que tienen, CGI, cambios de cara, láseres, creaciones de “fantasmas” como voz de la razón, etc.

6. BIBLIOGRAFÍA

Agosta, M. I. (2012). *Tiempo dramático y tiempo de la ficción en la sitcom. El caso de Friends (1994-2004)*. [Tesis de Licenciatura. Universidad Católica Argentina. Facultad de Filosofía y Letras. Departamento de Letras]. Argentina. Disponible en: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/tesis/tiempo-dramatico-ficcion-sitcom.pdf>

Álvarez Berciano, R. (1999). *La comedia enlatada. De Lucille Ball a Los Simpson*. Barcelona: Gedisa.

Álvarez De Armas, O. (1989). *La televisión en Estados Unidos. Organización, modelos y programación*. Santa Cruz de Tenerife: Cabildo de Tenerife.

Balló, J., Pérez, X. (2005). *Yo ya he estado aquí. Ficciones de la repetición*. Barcelona: Anagrama.

Barthes, R., Greimas, A., Bremond, C., Gritti, J., Morin, V., Metz, C., Todorov, T., Genette, G. (1976). *Análisis estructural del relato. Editorial Tiempo Contemporáneo*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo. Recuperado de:

https://monoskop.org/images/2/26/Barthes_Roland_Todorov_Tzvetan_El_analisis_estructural_del_relato_1970.pdf

Cascajosa, C., Costa, J., Pott, C., Guedán, M., Iglesias, L., Fernández, E., Zapata, G., Reviriego, C., Ceballos, N., Morán, A., Génisson, J., Padial, C. (2019). *Sitcom. La comedia en la sala de estar*. Madrid: Lengua de Trapo.

Cascajosa Virino, C. (2006). *EL ESPEJO DEFORMADO. Versiones, secuelas y adaptaciones en Hollywood*. Sevilla: Secretariado de Publicaciones.

Cascajosa Virino, C. (2007). *LA CAJA LISTA: Televisión norteamericana de culto*. Barcelona: Laertes.

Corpas Culebras, P. (2017). *Sitcom, crisis y sociedad norteamericana: análisis de la ficción televisiva estadounidense desde los años 80 hasta la actualidad* [Tesis doctoral de la Universidad de Valencia], Valencia, España. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10550/58719>

Curtis, B. (1982). *Aspects of sitcom*. En AA.VV. *Television Sitcom*. London: British Film Institute, pp. 10-11.

Esteban Cubero, D. (2018). *Las 70 tramas más utilizadas en las sitcoms*. [Audio podcast]. Recuperado de: <https://cursosdeguion.com/102-las-70-tramas-comedia-mas-utilizadas-las-sitcoms/>

Garín, M. (2014). *El gag visual: De Buster Keaton a Super Mario*. Madrid: Cátedra.

Garmendia Larrañaga, M. (1998). *¿Por qué ven televisión las mujeres? Televisión y vida cotidiana*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

González De Gambrier, E. (2002). *Diccionario de terminología literaria*. Madrid: Síntesis.

Grandío, G. y Diego, P. (2009). La influencia de la sitcom americana en la producción de comedias televisivas en España. El caso de "Friends" y "7 vidas". *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*. 17, pp. 83-97. Recuperado de: <https://idus.us.es/handle/11441/68205>

Martinelli, F. (1973), *Historia de los Estados Unidos*. Barcelona: De Vecchi.

Padilla, G y Requeijo, P. (2010). La sitcom o comedia de situación: orígenes, evolución y nuevas prácticas. *Fonseca, Journal of Communication*, 1, pp. 187-218.

Pérez Torío, P. y Garín Boronat, M. (2013). La narrativa artúrica como modelo para la escritura de series televisivas: perspectivas históricas y formales. *Historia y Comunicación Social*, 18, pp. 587-599.

7. Anexos

7.1 Research approach

7.1.1 Justification and interest of the topic

The *sitcom* has been defined by many authors through the years. “A sitcom is a comedy in the tv series with the same group of characters in each chapter in funny situations that are similar to everyday life” (BBC in Álvarez, 1999: 14). Wolff in Diego y Grandío (2009:85) says “a half hour series where the characters have comics situations”. We can say this type of circumstances are the base of the sitcom, grounded in the action/reaction formula. We are expectant to see what is going to happen to them and what are they going to do to fix it. “The characters try to escape from their daily problems but their expectations are frustrated” (Curtis in Diego y Grandío, 2009: 85). Nevertheless, “other definitions point to the situation as a product of the relationships of these characters with each other and with their environment, and give as a key to their operation the degree of predictability of these reactions” (Álvarez, 1999: 14).

The importance of the characters and the situations couldn't work without the chapter seriality. With their own identity that difference from the rest, form a feeling of familiarity with it.

The *sitcom* follows a basic patron, with some variations in the narrative, affecting more or less to the characters. However, the industry is always innovating.

We are talking to the classic *sitcoms* ´ origins, predominating in the television and how, despite to the evolutions in others formats, they use the original bases 50 years after to create hits. We will see how the humor has been changing over the years. Canned laughs were indispensables before, and now sometimes disappeared like in *The Office*.

We will focus in two of the most popular *sitcoms* in these last years, with the same patron. *Friends* and *The Big Bang Theory*: we will see two different generations with ten years between them since their pilot, and we will see de meaning of their successfulness, getting in the popular culture and the humor.

7.1.2 Research question and objectives

This final work will focus on the following research question: What narratives means and structures inherit *The Big Bang Theory* from *Friends* and what points update from the generational change?

Objectives:

1. Track the North American *sitcom* genre to understand contemporary *sitcoms* and their relationship to seriality.
2. Analyze the construction of familiarity and attachment to popular culture of *Friends* and *The Big Bang Theory* to connect with their generation and retain their audiences.
3. Compare the narrative resources and the structure of both series.

7.1.3 Methodology

The methodology will consist in a historic and sociocultural analysis from the *sitcom*. In the applied analysis will see the filmic analysis and script theory. We will go inside of its formal means, in its narrative structure and humor (Manuel Garín theory). We will do a character analysis, see their humors, the serial language treatment and how this help to loyalty the viewers, and the set-up and series, analyzing the editing from the pilot of each series.

7.2 Theoretical framework

7.2.1 The birth of a new comedy: The *sitcom*'s origin

The *sitcom* has its roots in two of the biggest entertainment mediums, the theater and the radio. The first one is because of the public interactions (laughs, applause, etc) and also because it will flow in a new genre, the *vaudeville*, the closest to a *sitcom* in the XVIII century.

According to the radio, it had his best years in the thirty and forty years. "The radio had reached the maturity when the television was in experimental phase") Álvarez Berciano, 1999: 30). During the late 1940s and early 1950s, the most popular programs of the radio was comedies. The birth of the tv was a big change for the radio, seeing the tv as threat. "From the radio stars and programs,

comedies and comedians and the accumulated experience and wisdom on the behaviors of the massive and domestic consumer of the new leisure industry were imported” (Álvarez Berciano, 1999: 31), turning the listeners into viewers searching for this familiar sensation.

The Amos`n`Andy`s show was a program in the radio in 1928 and a tv series in 1951. This year was release *I love Lucy* the first *sitcom* of the history, from *My favorite husband* (1948-1951) created by Lucille Ball. Lucy and Ricky were a marriage with a lot of comic situations. She was really liked from the public, and ahead of her time, inheriting the brashness of women form the *screw ball* comedy in the cinema.

Hollywood took it as a model to create new content. “The comedies dominated the television in the 60s and 70s” (Álvarez de Armas en Padilla y Requejico 2010: 195). Today they make references like in *Drake and Josh* or *Twin Peaks* calling Lucy to the most naïve character.

Some of the most exit series were *M.A.S.H* tragicomedy about antiheroes in the Korea War. Its final chapter was seen by 125 million people. *Happy Days* is about the sexual awakening of Richie and his friends entering in the pop culture like “Fonzie” who is honored in later series like *Family Guy* or *The Office*. “After the 1978-1979 season, except of the informative magazine *60 Minutes* the most seen programs were comedies: *Mork and Mindy*, *Happy Days*, *Taxi*,” (Álvarez Berciano, 1998 :92).

7.2.2 The sociocultural context of its creation

While the *sitcom* was the favorite entertainment medium, the society was in fear because of the Cold War. They follow a politic where any person could accuse against America. Martinelli says “anticommunist psychosis” where they accuse author, directors, producers (Martinelli, 1973: 33). A campaign was created against the communist with movies like *My son John* where a family see how their son was in the community side, discovering that the good is EE. UU. The States enhanced the capitalism. “The United States experiencing a cultural revolution of which television commercialization was a part, favored by the vertiginous industrial development that led to a consumer society” (Corpas Culebras, 2017: 50).

In the begging of the tv only the rich could enjoy it. Right away eclipsed the radio and the cinema. “The little screen had the advantage of being a free and easy hobby, watching from your home” (Garmendia en *Corpas Culebras*, 2017: 58).

7.2.3 What elements form the script?

We will analyze the elements from the classic *sitcom*. In these years has had changes like the duration in importations like Spain (50 minutes in 7 *vidas*).

They have a **duration** of 20-25 minutes with a publicity break creating two blocks of times and 30 minutes in tv. They tell the history of some characters united by a bond. The **cast** are who shape the plot, leaving the secondary in another place. Sometimes famous people appear like Brad Pitt in *Friends* or Stephen Hawking in *The Big Bang Theory*.

It has two or three **places** where the plot occurs like the Monica’s flat or The Central Perk. This is cheaper and loyalty to the viewers who recognize the places and form a familiar bond.

The **narrative structure** of cyclical character. We have a narrative core (cardinal functions) which is the principal plot encompassing some chapters and season like Phoebe’s pregnant and the Monica and Chandler’s relationship. “It’s not possible quit the score without alter history” (Barthes, 1976: 21). Although there are self-contained subplots, there is always a more important. “For a function to be cardinal, the action has to open (hold or close) a consistent alternative to the continuation of the history, that inaugurate or end the uncertainty” (Barthes, 1976: 19). If Monica and Chandler wouldn’t have married, Rachel and Ross wouldn’t have a child together.

The *cliffhanger* happens always before the publicity break. Some plots repeat with comedy like “Redecorate the house with disastrous results”, you want to see the chaos. “Flashbacks from previous episodes” make the production cheaper, and remind some plots. It’s easy to identify with some of them “The wedding”, “A birthday” etc. (Esteban Cubero, 2018).

We can difference series a history that you can see in every moment and serial when you can easily lose in the plot. “The two constructive tendencies annotated by Chrétien de Troyes, bases a lot of forms of seriality: an infinity succession of

intermediate adventures, in one side, and a finite plot, with origin, crisis and end by the other side” (Pérez y Garín, 2013:594).

The **canned laughs** were born in the 30s in the radio with Eddie Cantor. One day they discovered that hearing people laugh contagious listeners. “Eddie Cantor used his wife’s hat one day. The audience laughed heavily during the program.” (Álvarez Berciano, 1999: 39). When the comics were to the tv they decided to keep them, cheering up to the public.

The **humor** made by dialogues and visual *gags*. Forero in Padilla y Requeijo (2010: 198) says have to be every 30 seconds. Agosta (2012: 21) says “some manuals say a good comedy dialogue is every 10-15 seconds: a character makes a *set up* and another makes the *punchline*”. The Garín theory: “Build a *gag* throw the time base in three ideas: the waiting, the anticipation and the surprise” (2014: 25). A first level, waiting for something that put some bases to go to the next one. The cause-effect theory say that our mind would recreate a logic situation, trying to get ahead to what is unexpected. “When our anticipation fail is because there is something unexpected, the causality manages to impose itself on casualty” (2014: 25). But this expectation must be good or would disappoint the public. “The true problem is the final laugh. God! If you are rising but the final turn it’s not good, you have failed with the sequence. We tried to had a *topper* at the height of the circumstances” (Tex Avery in Garin 2014: 39).

The *running gag* “kind of *gag* that repeat through the narrative and change the meaning as it appears” (Mark Twain in Garín, 2014: 267). The humor is more dialogue to get the reactions of the characters. Examples: “*We were on a break!*” from Ross or “*Bazinga!*” from Sheldon. The narrative turn to impact the public, like 3x08 of *The Big Bang Theory* where Penny has the arm broken and ask Sheldon for help and sing “Soft Kitty”. When you think the *gag* is finished, she says to sing it together watching him surprise, starting again and again.

Every chapter finish with a *gag* related to the plot. It’s rare that they are watching 23 minutes of *gags* and in the end they wouldn’t had any. *Friends* the *gag* is during the final credits like 3x13 where Joey and Rachel decided to hide *Little Women* in the fridge, creating a circular history. In the *season finale* is the opposite. In 7x24 there isn’t final *gag*, is a shoot of Rachel.

The Big Bang Theory final *gags* are before de credits and Sheldon appeared in the most of them. The reiteration of “his sit” in the sofa is an assertion of an immovable place. There isn’t a final *gag* in 8x24 when Sheldon went to proposed to Amy. This is a flexion point to the character.

7.3 Results and conclusions

1. The *sitcom* is a successful format since its origins. From the radio where there are humor programs, the *sitcom* was born form this transitions where the people start to fall for this new content, leading the television during more than ten years. Taking *I love Lucy* as a reference which put the bases where today is still using.

2. A classic patron that survive. With more than 50 years, it has been changes during this time, emptying in new formats and elements. Despite this, in the present they still use the classic model to create hits, getting a big audience and a lot of awards.

3. The *sitcom* as a factor of evasion of reality. We search refuge in what distract us and escape from the society. The humor distracts us from that, using the fun as protection, like the *Friends*´ case, helping to the American population with the 11-S attempt.

4. The *Friends* and *The Big Bang Theory*´s successfulness is due to the updating of narrative and humorous schemes. The first one settled a narratives bases where the *sitcoms* didn’t have to be based in the family, and the incursion of some themes that the society doesn’t speak until then. The second one, was a narrative and new change, based on the science and the fiction, using in every chapter reference from de popular culture to loyalty the public by the identification.

5. We can identify in them the same archetypal characters that predominate in the classic *sitcoms*. We can see that *The Big Bang Theory* has more cultural and racial diversity. We see three similar characters: The funny one, the silly flirt and the romantic one. Chandler y Howard are funnies, but one uses the sarcasm and the other is a scoundrel *geek*. Joey and Penny are the silly flirt but Joey is because his naive attitude and Penny because of her environment. Ross and

Leonard are in love with their partners during lot of time. With the years, there are behaviors that has changed like in *Friends*, the fact that Joey used women and Ross has an obsessive love.

6.The humor is especially made up of visual *gags* in addition to dialogue.

Humoristic dialogues and visual *gags*. *Friends* use jokes based on the characters and sarcasm, the absurd and their reactions. They live in their own bubble and the humor and series get old very good. Their *gags* are varied with falls and gestures, and a little begging of the edition. *The Big Bang Theory* based their jokes in social discomfort and failure. The situations derive from the characters characteristics, creating them in many occasions Sheldon. Because of his personality and basic humor, this empties in discomfort moments. They reference a lot of the pop and *geek* culture. Their *gags* are also falling but not too much. They use more the editing as a comic factor.

7. Use of the daily life as the loyalty base, using the language, festivities and *season finale*.

They use American culture references and daily language. The chapters that help to loyalty: The especial ones and *season finale*. *Friends* will create a tradition with Thanksgiving and release a them chapter every year, enjoying with the public. *The Big Bang Theory* doesn't follow this, but we can highlight Halloween as their favorite party. Both of them use the special chapters like weddings to create a bond, marking a before and after in the narrative core. The *season finale* ends with a *cliffhanger*.

8. Using the reaction shot as a complementation to the *gags* and the camera movements as revitalizing the scene.

The reaction shot is primordial to the *sitcom*. A gesture or action can change history and win meaning. Whatever doesn't happens in the shot, it doesn't happens in the scene. We need to see the reaction of the characters in that situation. They use constantly *travellings* when someone is moving by the place or like a little view of the scene. The *zooms in/zoom out* are for those moments when there are sitting or speaking and energizer the scene and not be static and slow, helping to the emotions. *The Big Bang Theory* use more variety of shot that *Friends*.

9. The situation shot as reiteration of the knowing place and the change of *openings*.

Friends use it as reiteration of the place where the characters will be,

while the transitions of exteriors. This helps to the action in a knowing place, familiar, without changes. *The Big Bang Theory* doesn't use these transitions, they don't want us to know the exterior. The situation shot is creating by the use of *travellings* and *zooms* from the scene. The generational change is seen in the *opening* where *Friends* is larger and has an actor presentation; *The Big Bang Theory* is shorter and only a succession of images.

10. The edition as differentiation factor of the epoch change. The biggest difference between them is the evolution of the edition. *Friends* starts to have little editions as humor, but brief and non-existing. Moreover, it uses mix transitions being the "style" of the epoch. *The Big Bang Theory* doesn't use this, their transitions videos are atoms created by computer. Its edition shows the technologic evolution, and inside the *sitcom* we can see that they use technological advances like chroma in the car, in illusions, CGI, face changes, creation of "ghost" as voice of the reason, etc.

7.4 Curriculum

Laura Chulilla Margelí

Perfil

Estudiante de Comunicación Audiovisual con ganas de aprender todo lo que pueda y seguir formándome. Trabajo bien en equipo creando un buen ambiente de trabajo. Me encanta el mundo del audiovisual y espero pronto poder unirme al sector y aportar todo lo que está en mí para dar lo mejor.

Formación académica

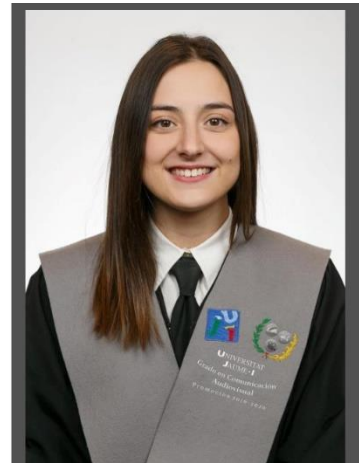
Grado en Comunicación Audiovisual Universitat Jaume I (Castellón de la Plana)	2016-2020
Bachillerato IES Bajo Aragón (Alcañiz)	2014-2016
Grado Profesional de Música Conservatorio José Peris Lacasa (clarinete)	2010-2016
Certificado nivel B1 de Inglés Escuela Oficial de Idiomas (Alcañiz)	2015-2016

Portfolio

Ayudante de dirección y co-guionista Cortometraje "Cluedo"	Febrero -2019
Script Largometrajes "Nada Será Igual", Victor Antolí	2018-2019
Script Cortometraje "Ikelus"	Septiembre -2019

Cursos

- Curso Adobe Premiere (inicial-avanzado)
- Curso Técnicas de postproducción con Adobe After Effects
- Fundamentos de la corrección del color con Adobe Creative Cloud
- Curso de Introducción al Doblaje



►► Contacto

Alcañiz, Teruel,
44600
607-21-95-46
laurachulilla18@gmail.com

►► Habilidades

Word	★★★★★
Premiere	★★★★★
After Effects	★★★
Lightroom	★★
Illustrator	★★

►► Datos de interés

- Carnet de Monitor
Tiempo Libre
- Carnet de Manipulador
de alimentos
- Carnet conducir tipo B