

La ficció televisiva de TV3 i la identitat cultural catalana: estudi de cas de la sitcom *Plats bruts*

LUISA MARTÍNEZ GARCÍA

Professora del Departament de Comunicació Audiovisual de la Universitat Autònoma de Barcelona

Resum

La majoria de les recerques que s'han dut a terme sobre l'àmbit televisiu s'han dedicat a fer descripcions parcel·lades del mitjà. D'aquesta manera coneixem les rutines productives, l'estructura empresarial de les cadenes, el disseny de la programació, els resultats d'anàlisis qualitatives i quantitatives dels discursos i, en menor grau, trobem estudis sobre el consum televisiu. Aquesta divisió temàtica dels estudis, possiblement deguda a la complexitat de l'entorn televisiu, fa que comptem amb poques visions de conjunt sobre aquest mitjà. És a dir, és difícil obtenir, d'un mateix estudi, resultats que tinguin en compte els diversos processos en els quals intervé la televisió. D'altra banda, la producció científicoacadèmica s'ha encarregat de descriure l'enginyeria i registrar les tècniques i els processos de les diverses estructures dels mitjans, però les pistes cap a un coneixement de la recepció relacionada amb el camp de la producció i amb la cultura encara són poc intel·ligibles. Tot això constitueix el punt de partida de la tesi doctoral que ha dut a terme l'autora d'aquest article, que ens presenta una part dels seus resultats.

Paraules clau

Identitat cultural, sèries de ficció, TV3, recepció

Abstract

Most research on television has focused on compartmented descriptions of the medium. So we learn about production routines, the channels' business structures, programming design, the results of qualitative and quantitative discourse analyses, and even find a few studies on television consumption. This division of studies into subjects, possibly due to the complexity of the television environment, means that we have few visions of the medium as a whole. In other words, it is hard to find results in the same study that take into account the diverse processes in which television is involved. Conversely, while scientific-academic production has described the engineering and recorded the techniques and processes of the media's different structures, little intelligible light has been shed on reception related to the production field and to culture. This is the starting point of the doctoral thesis produced by the author of this article, which presents some of its results.

Key words

Cultural identity, fiction TV series, TV3, reception

Objectius i metodologia

La nostra recerca és un treball d'introspecció sobre el sector televisiu endegat a partir de l'observació d'un macrogènere. Els eixos d'atenció de la nostra anàlisi són el procés de creació, el text audiovisual i la recepció de la ficció. Plantegem l'estudi de la ficció produïda a TV3, cadena de Televisió de Catalunya (TVC), i centrem l'anàlisi en una sèrie, una comèdia de situació. Escollim la cadena autonòmica catalana per la proximitat amb el context. L'objecte d'estudi és la comèdia de situació *Plats bruts*, emesa per TV3, de la qual analitzem els episodis "Tinc nació" i "Tinc espelma". Ens decantem per una comèdia de situació perquè la producció d'aquest format a Espanya i Catalunya és relativament recent respecte al mercat nord-americà i anglès, per la qual cosa la seva audiència també és recent. En aquest sentit, existeix un cert buit en l'anàlisi d'aquest gènere. El nostre interès és saber com es construeix la ficció com a narració, si hi ha referents d'identitat cul-

tural i quin és l'ús, l'apropiació i el consum que fan els subjectes de les representacions identitàries presents en els productes audiovisuals.

La logística de la indagació està expressada en el marc metodològic i s'hi condensen els nostres fronts analítics. El primer front descriu el procés de producció d'una sèrie de ficció a partir de la informació adquirida després de les entrevistes a fons mantingudes amb directors i guionistes. El segon front s'enfoca a l'estudi del contingut de la sèrie, els seus personatges, la descripció del context, les temàtiques i l'estructura narrativa del gènere. L'anàlisi textual és l'eina que utilitzem per estudiar la sèrie per mirar de descriure cadascuna de les parts que constitueixen una comèdia de situació. En aquesta fase identifiquem les diverses representacions —en el context i l'espai— que fan al·lusió a qüestions culturals. Descubrim els artificis del gènere, la narració i els seus personatges.

L'anàlisi qualitativa de la recepció de la sèrie configura el tercer front metodològic, que ens ajuda a entendre com es rela-

ciona l'audiència amb la ficció televisiva. Els grups de discussió són l'eina que ens ajuda a fer una anàlisi etnogràfica, és a dir, a mirar d'entendre el procés d'apropiació i reconfiguració de significacions a partir del consum d'una sèrie de ficció. Apliquem aquesta tècnica amb la finalitat de conèixer quin tipus de significacions o representacions identifiquen els subjectes com a pròpies i, d'aquestes, quines els permeten crear una idea de la realitat col·lectiva, de la realitat social, de l'espai comú. És una forma de respondre a la pregunta: "com em sento?", que James Lull (1997) proposa investigar quan es parla d'identitat cultural.

La pertinència, a propòsit de l'aplicació de les eines metodològiques utilitzades en la recerca, es justifica en la idea bàsica de la comunicació: emissor, missatge i receptor. És a dir, s'entrevista els guionistes dels episodis estudiats i els coordinadors de la sèrie. Es descriu el context de producció de la sèrie i del mitjà de comunicació pel qual es va emetre. Podríem dir que s'explora el procés d'emissió del missatge, que en el nostre cas són dos episodis d'una sèrie. Per altra banda, s'organitzen grups de discussió amb la finalitat de fer un estudi de recepció per conèixer com es descodifica el missatge, la sèrie, l'episodi en concret. Arribats en aquest punt, considerem la necessitat de tancar el cercle i fer una anàlisi del missatge, del discurs construït pels episodis. Aquesta arquitectura metodològica no és res més que el seguiment analític del cicle vital d'un producte cultural, que ens permetrà explicar amb tot detall un procés comunicatiu. La nostra anàlisi basa el seu entramat metodològic en el circuit de la cultura proposat per Stuart Hall (1997), que implica diversos processos com ara la representació, la regulació, el consum, la producció i la identitat. En general, intentem entendre el que passa amb els continguts de la ficció televisiva a partir d'un gènere en concret. És una forma d'explicar que els mitjans de comunicació elaboren propostes de sentit que formen part de la nostra vida quotidiana i que aquestes es reconfiguren, es dilueixen i es reforcen a partir del consum. Per tant, els subjectes són agents actius en la construcció contínua i permanent de les representacions i els referents que fan al·lusió als diversos espais de la nostra vida diària, especialment l'identitari.

L'estudi de la ficció televisiva com a productora de referents identitaris en un context cultural català es justifica per la necessitat de treballar amb la categoria "cultura" vinculada amb els mitjans massius de comunicació, especialment amb la televisió. D'altra banda, l'estudi dels gèneres televisius és fonamental perquè ofereix un nivell d'anàlisi en el qual s'integren els aspectes culturals i discursius de la comunicació (Larsen 1993).

L'anàlisi de la producció de la ficció televisiva, dels textos audiovisuals i del seu consum és important perquè, en primer lloc, genera coneixement sobre les interrelacions entre els elements que conformen aquesta tríada (televisió, identitat, cultura) i, en segon lloc, registra les representacions culturals, la seva materialització i la seva operacionalització. També és important perquè permet indagar en les característiques dels elements referencials d'identitat cultural en un context global.

L'objectiu final d'aquesta línia d'investigació és que serveixi d'antecedent al disseny de polítiques culturals de producció de les cadenes televisives coherents amb el context social i revitalitzi el vincle social com a funció de servei públic de la televisió.

Apunts teòrics

Tota comunicació comporta una càrrega de representació identitària forta, en paraules de Dominique Wolton: "No hi ha comunicació sense identitat" (Wolton 1995: 277). Aquestes paraules expliquen el reacomodament del lloc que ocupen els mitjans de comunicació dins de l'estructura social, ja que deixen de ser mers proveïdors d'informació per ser considerats mediadors, no tan sols entre el món real i el representat. En tots dos casos, els mitjans de comunicació —en tant que proveïdors i mediadors— exerceixen, des del punt de vista sociològic, el rol d'actors socials.

La televisió en les seves diverses expressions, pública o privada, manté diferents relacions amb la societat i amb altres actors socials. "La força de la televisió és precisament ser al mateix temps un factor de comunicació transnacional i un agent de sobirania nacional. L'originalitat de la televisió consisteix a ser les dues coses: un element del vincle social en el si d'una comunitat nacional i un element de comunicació entre les diferents identitats nacionals" (Wolton 1995: 290). Per concloure direm que el ritu televisiu actua, segons James Lull (1990), en tres nivells: en la cultura, en l'àmbit familiar i en els subjectes.

Els estudis culturals constitueixen el pilar teòric de la nostra indagació perquè uneixen dues categories que havien estat deslligades: els productes i la cultura. Un dels principals interessos d'aquest corrent d'investigació és la contextualització social dels estudis. Stuart Hall (1997), precursor d'aquest corrent, l'aplica als mitjans de comunicació i els defineix com a productors de significats. Analitza la circulació i el consum dels productes mediàtics i es pregunta com utilitzen i/o descodifiquen les audiències els continguts per produir altres significats. Per a Hall, la representació a través del llenguatge és un element central en el procés de producció de significats.

David Morley (1998) cita Evans per explicar que l'anàlisi dels mitjans de comunicació en els estudis culturals ha tendit cap a dues vies: una expressa la idea d'una audiència activa i l'altra argumenta que els continguts mediàtics són polisèmics i sempre estan oberts a la interpretació. Hall ho descriu d'una manera diferent en el seu article "Encoding-Decoding" (Hall 1987), en el qual confereix la mateixa llibertat d'acció tant al text com al lector; aquest últim té la capacitat d'eleger a partir de continguts preferencials i els continguts mediàtics intenten aportar aquestes preferències.

Cada text mediàtic defineix els seus significats en funció del seu context, a través d'un procés col·lectiu de construcció de sentit. El significat del text neix, per tant, de la confrontació entre aquest text i el seu destinatari (Hall 1987). Així, doncs,

Hall implica en la construcció d'imaginari socials la producció, la circulació, la distribució i el consum de productes culturals. En aquest cas, "el poder dels telespectadors per reinterpretar significats difícilment es pot equiparar al poder discursiu de les institucions mediàtiques centralitzades a l'hora de construir els textos que el telespectador interpreta a continuació, i pensar una altra cosa és una insensatesa" (Morley 1998: 434). És a aquesta relativització de la sobirania del telespectador enfront dels continguts mediàtics, explicada per Morley, a la qual s'adhereix aquesta recerca.

Resultats

L'exposició dels resultats obeeix a l'ordre del nostre disseny metodològic. En primer lloc descrivim les dades obtingudes en les entrevistes a fons, posteriorment exposem el que hem observat en l'anàlisi textual i finalment anotem les troballes obtingudes en els grups de discussió.

Entrevistes a fons

De l'equip creatiu de *Plats bruts* vam entrevistar Jordi Sánchez, que va desenvolupar diferents rols en la sèrie: coordinador, guionista i actor; és protagonista de la sèrie al costat de l'actor i també coordinador de la sèrie Joel Joan. Van participar en aquest exercici dos guionistes de la sèrie, Mercè Sàrrias, responsable de l'episodi "Tinc nació", i Sergi Pompermayer, responsable de l'episodi "Tinc espelma".

Les entrevistes es van dur a terme per separat i només se'n va enregistrar l'àudio; posteriorment es van transcriure per fer l'anàlisi. El discurs elaborat pels entrevistats ens dona una idea general del treball creatiu i de producció de la comèdia de situació produïda en un context català.

La comèdia de situació com a format televisiu s'ajusta a l'experiència teatral de l'equip creatiu de *Plats bruts* perquè és un gènere que utilitza dinàmiques semblants a les teatrals: hi ha un escenari en el qual es presenten els personatges, que desenvolupen la seva actuació davant d'un públic.

L'estil de producció de la comèdia de situació nord-americana es va utilitzar com a model per pensar el disseny de la sèrie, com el de les sèries *Cheers*, *Friends*, *Boig per tu*, *Seinfeld*, etc. D'aquestes sèries es van reproduir els elements bàsics que conformen el format, com els escenaris, les relacions entre els personatges, la dinàmica que s'estableix en el plató amb el públic present i l'estructura narrativa de les seqüències.

La caracterització dels personatges de la sèrie es basa en trets que els creatius de la sèrie reconeixen pròxims als seus contextos personals, principalment en el període en el qual els coordinadors estudiaven a l'Institut del Teatre de Barcelona. Els entrevistats reconeixen com a característiques primordials dels personatges la irresponsabilitat i les actituds infantils que des del seu punt de vista es van anar potenciant exponencialment al llarg de les temporades que va durar la sèrie.

Pel que fa a les històries desenvolupades en els episodis, l'e-

quip creatiu tenia com a objectius, entre altres, tractar temes tabú i temes sensibles, no tan sols en el context català sinó també en l'espanyol. Alguns d'aquests temes van provocar certa crispació en determinats contextos socials, com el religiós i el monàrquic. Aquesta comèdia de situació es considera una sèrie pionera a l'hora de fer humor sobre la família reial.

Els guions de *Plats bruts* són producte d'un treball col·lectiu: cada guionista era responsable del desenvolupament d'un episodi i la versió dels guionistes era revisada i corregida pels coordinadors de la sèrie.

Per als entrevistats, l'humor, ingredient fonamental del gènere de la comèdia de situació, és universal, però consideren que hi ha diferents tipus d'humor i que les seves característiques depenen d'espais geogràfics i culturals; algunes de les tipologies referides van ser l'espanyol, l'andalús, el català, l'anglès, l'urbà i el no urbà. D'altra banda, consideren que l'humor de la sèrie es basa més en el desenvolupament de situacions que en l'elaboració de gags. En el seu discurs, descriuen que la burla de l'altre és el fonament de l'humor espanyol, mentre que l'humor català intenta riure's d'un mateix. D'aquesta manera creen diferències amb altres estils d'humor, però també construeixen ponts amb altres, com l'humor anglès, i fins i tot especifiquen que l'humor del director cinematogràfic nord-americà Woody Allen és pròxim a ells i al seu context.

El llenguatge de la sèrie, segons els entrevistats, és col·loquial i utilitza paraules malsonants, que és, segons diuen, com es parla al carrer.

Finalment, van ser qüestionats sobre els dos episodis en concret i van fer puntualitzacions sobre "Tinc nació". D'aquest episodi expliquen que van intentar fer humor sobre una qüestió nacionalista i alhora deixar clar que no estaven per un nacionalisme espanyol. La història narrada en aquest episodi es basa en estereotips sobre allò que es considera català. Sobre "Tinc espelma" els entrevistats no van recordar la trama de l'episodi i per això no hi van fer cap referència.

Anàlisi textual

La relació dels personatges amb la història és una manera de conglomerar "el tot" en el text audiovisual, és a dir, amb la descripció cap a l'interior de la sèrie, i dona lloc a la descripció de les connexions del text de la ficció amb l'entorn exterior, amb l'entorn de la no-ficció. Per aconseguir-ho es van identificar les valoracions explícites i implícites que els personatges van verbalitzar en els seus diàlegs. A més, vam registrar els referents verbals i visuals presents en els episodis analitzats.

Cal assenyalar que el pes del text verbal en els dos episodis és absolut i es caracteritza per l'ús del que denominem el català "incorrecte", col·loquial. A "Tinc nació" els personatges es van expressar, per exigències del guió, en castellà col·loquial. Finalment, el tractament del discurs estava entre la ironia, el dramatisme i la comicitat.

La identificació de les valoracions i dels referents utilitzats pels personatges de la comèdia de situació és una qüestió fonamental en aquesta recerca.

meten establir ancoratges amb dues esferes diferents: un ancoratge propi creat per la ficció i un altre subjectat a una esfera social, a situacions, personatges i institucions que existeixen en la no-ficció. És a dir, en la construcció de la història de l'episodi hi ha un contingut específic que és producte de la creació dels guionistes i que s'estableix en el camp de la ficció. En aquest conjunt de bastides de ficció es construeix paral·lelament un altre discurs que fa valoracions i referències al camp de la no-ficció. Amb la identificació de les valoracions elaborades pels personatges es compleix un dels propòsits d'aquesta recerca: situar el discurs de la ficció televisiva en el terreny social.

Els referents verbals, visuals i sonors identificats en l'anàlisi textual dels episodis fan esment a espais, personatges, pràctiques socials i produccions audiovisuals que es connecten amb diferents contextos.

En els dos episodis, els àmbits als quals estan lligats els referents identificats s'ubiquen segons la seva proximitat o llunyania. És a dir, d'una banda, hi ha referents que estan ancorats al context local, en aquest cas el català, com ara el "pendó de Santa Eulàlia" o el "timbal del Bruc". De l'altra, es van registrar referents visuals sobre llocs d'interès turístic a Madrid, com la "Puerta de Alcalá" o les "Torres Kio", que són referents lligats a un context que denominem espanyol.

En els episodis estudiats es van utilitzar referents lligats a un context diferent al català o l'espanyol, un entorn que denominem global. En són un exemple els noms de personatges coneguts internacionalment com la "Reina d'Anglaterra", "Versace" o "Robespierre".

La història relatada en els episodis de la comèdia de situació construeix un context que està determinat per la llengua amb la qual s'expressen els personatges de la sèrie. L'ús del català és un tret de pertinença evident en el nostre objecte d'estudi. No obstant això, hi ha altres variables determinants, com els elements referencials presents en l'episodi, que estableixen una divisió entre el que és "propi" i el que és "aliè". Dins del text audiovisual, s'estableixen criteris per reconèixer la proximitat o

la llunyania dels referents i els judicis de valor expressats. Aquests criteris no estan formalment definits, però es dedueixen a partir de l'anàlisi del text. Els dispositius que permeten aquesta construcció de sentit són les valoracions i els referents registrats en els dos episodis. És a dir, aquests dispositius formen part d'un discurs de ficció, però mantenen enllaços i relacions amb altres àmbits pertanyents a la no-ficció, i estableixen un criteri de llunyania o proximitat. Aquestes idees abocades al voltant del que es va observar en l'anàlisi del text audiovisual es poden veure reforçades o refutades pels resultats de les altres tècniques aplicades, però serveixen per enriquir la discussió que planteja aquesta investigació.

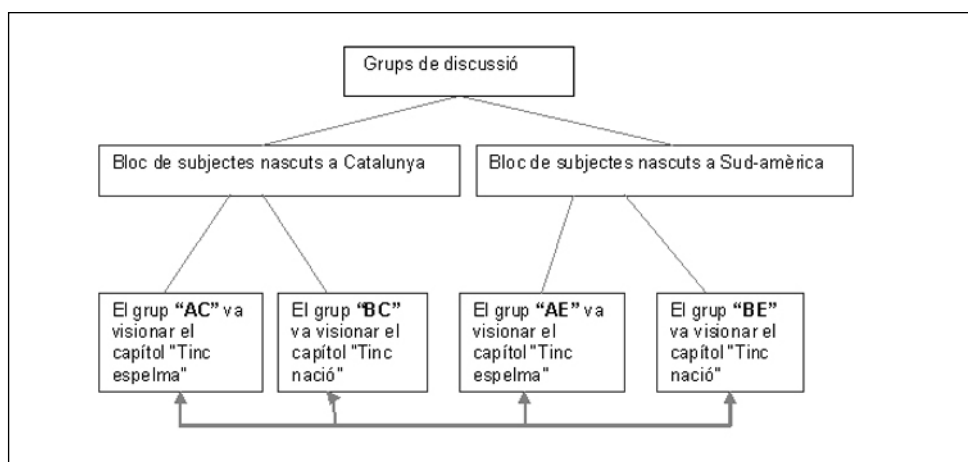
Grups de discussió

Es constitueixen quatre grups de discussió, organitzats en dos blocs, és a dir, dos grups per cada bloc. Els subjectes que formen part de les reunions de grup són elegits d'acord amb el perfil sociodemogràfic de l'audiència de la comèdia de situació. Un dels dos blocs està constituït per subjectes nascuts a Catalunya i l'altre està integrat per subjectes nascuts a l'estranger, específicament iberoamericans, perquè ens interessa un grup social que no sigui tan llunyà culturalment del context espanyol. En tot cas, els iberoamericans són el segon grup migratori amb més presència a Catalunya i ocupen la mateixa posició respecte al total de l'Estat espanyol. Segons el butlletí número 11 de l'Observatori Permanent de la Immigració (gener de 2007), els iberoamericans són el segon grup amb més presència a Espanya després dels ciutadans de la Comunitat Europea.

Cada grup de discussió està constituït per vuit persones. La dinàmica dels grups de discussió s'inicia amb una enquesta i posteriorment es fa el visionat d'un dels capítols de la sèrie ("Tinc espelma" o "Tinc nació"). A continuació s'esquemmatitza l'organització dels grups de discussió per expressar de manera clara l'aplicació de l'esmentada eina qualitativa:

L'objectiu d'aquesta investigació és constituir un primer acostament a l'objecte d'estudi, a la ficció televisiva com a produc-

Gràfic 1. Organització dels grups de discussió



Font: elaboració pròpia.

tora de referents culturals. Interessa comprendre com es presenten els elements referencials en els dos grups, per això la mostra no és representativa. Característiques generals de la mostra: homes i dones (en el mateix nombre), amb edats compreses entre els 20 i els 45 anys, de classe mitjana, que siguin telespectadors de TVC i hagin vist la sèrie (per al grup d'estrangers aquest requisit és prescindible).

Bloc de catalans

En la discussió, els subjectes dels grups "AC" i "BC" legitimen el que s'ha observat en la ficció a partir del seu context quotidià. Les fronteres entre el discurs de ficció i el propi, el quotidià, es desdibuixa constantment durant el desenvolupament de la discussió. Per als dos grups l'humor de la sèrie és sens dubte un tret identitari en el qual es reconeixen. És a dir, en el propòsit d'explicar "allò català" a partir del consum d'una comèdia de situació els subjectes adscriuen l'humor de la sèrie com una cosa pròxima i pròpia.

A aquest humor li adjudiquen certs trets que són presents en el seu caràcter: irònic i intel·ligent. Consideren que l'humor es basa en situacions i en tòpics que al·ludeixen a la idea d'allò català. Per a ells l'ús dels tòpics en el discurs quotidià és una qualitat dels catalans.

Una de les característiques de l'humor de la sèrie que els subjectes consideren com a catalana i els permet establir una analogia amb un altre humor és la capacitat dels catalans de riure's de si mateixos. Aquesta capacitat, ressaltada pels subjectes, la troben expressada en l'humor anglès. En aquest sentit, els integrants d'aquest bloc, quan intenten descriure els matisos de l'humor de la comèdia de situació construeixen llaços de proximitat i reconeixement de les significacions presents en la narració. D'altra banda, aquest procés de conformació del "nosaltres som" permet crear empaties amb altres manifestacions de la comicitat que depassen les seves fronteres quotidianes: cap a l'àmbit anglès. El procés d'inclusió present en el punt anterior porta implícit un procés de rebuig i desconeixement. En aquest cas, els subjectes repel·leixen l'humor de les sèries espanyoles perquè consideren que és de poca qualitat i basa la comicitat en la burla i l'ús constant d'insults.

Aquest bloc suggereix que el llenguatge utilitzat en la sèrie correspon a un àmbit local —Barcelona— on no són presents altres dialectes.

Televisió de Catalunya constitueix, per a aquests grups, un marc que condiona les significacions dels seus productes culturals. El fet que *Plats bruts* sigui una sèrie de TV3 li adjudica un plus de significació que suggereix la defensa de certs valors.

Bloc d'estrangers

Aquest bloc argumenta que la idea d'"allò català" està expressada en el llenguatge verbal i gestual de la sèrie. Manifesten no sentir-se identificats amb els personatges de la sèrie, però sí amb algunes situacions desenvolupades en la narració i que s'ubiquen en l'àmbit de la vida quotidiana.

Per altra banda, reconeixen que hi ha temàtiques, observades

en la narració de l'episodi, que són d'interès únicament en l'àmbit social català i per als subjectes que conviuen en aquest context. Els personatges que desenvolupen la història d'aquest episodi són identificats com a pròxims a un imaginari català.

Suggereixen que en els dos episodis està implícita la idea de "la defensa d'alguna cosa" que consideren que pertany a "allò català", que en un grup s'anomena independentisme i en l'altre, nacionalisme. Les dues sentències concorden amb la defensa d'una nació.

Per als subjectes dels dos grups, tant el llenguatge gestual com verbal dels personatges de la sèrie són trets referits a un imaginari català.

El format de comèdia de situació és reconegut com a familiar pels subjectes dels dos grups i n'enumeren algunes característiques: format exportable, basat en l'humor, amb pocs exteriors i un *target* massiu.

Aquest bloc no considera que l'humor sigui un tret de pertinença d'allò català, però afirma que aquest registre còmic respon a una fórmula que forma part de l'estilisme del format de comèdia de situació.

Per als dos grups, l'humor de la sèrie *Plats bruts* s'assembla al nord-americà i està molt pròxim al de la sèrie *Friends*. Finalment, aquests grups consideren TV3 com un context de producció que determina el consum de les significacions dels seus productes.

Conclusions

Les conclusions de la nostra recerca intenten generar un coneixement empíric sobre el sector televisiu a partir d'un estudi de cas en què s'analitzen els tres elements primaris de tot acte comunicatiu: l'emissor (procés de creació), el missatge i la recepció. Vam dur a terme un treball d'introspecció d'un mitjà de comunicació i vam dissenyar un marc teòric i metodològic *ad hoc* per conèixer les relacions que s'estableixen dins d'un mateix sector. És evident que en aquesta investigació vam excloure les relacions de la televisió i/o del macrogènere de la ficció amb altres indústries culturals i com col·laboren en conjunt en la construcció d'imaginari socials (aquest material segurament es farà servir en futures investigacions).

És innegable que els continguts dels productes culturals estan condicionats per diverses forces de poder i que aquestes no tan sols corresponen a les pròpies del circuit productiu sinó a les de l'ús i consum de l'audiència. En aquest sentit, els productes culturals no escapen de les dinàmiques de flux globals i locals.

L'anàlisi dels resultats obtinguts després de l'aplicació de les tècniques del nostre disseny metodològic ens mostra que en la comèdia de situació *Plats bruts* existeixen representacions pròximes a l'àmbit català. Els elements principals que fan possible aquesta argumentació són l'humor, la caracterització dels personatges, la seva comunicació verbal i gestual, les temàtiques tractades i el context construït en els episodis estudiats. Aquests dispositius contenen la càrrega simbòlica que genera pràctiques

identitàries i al mateix temps estableix elements de diferenciació. Les dinàmiques referides estan presents en les tres fases que s'han tingut en compte en la nostra metodologia, és a dir, en les entrevistes a fons dels guionistes i el coordinador de la sèrie, en l'anàlisi textual i en l'anàlisi qualitativa del consum. En aquest sentit, les dinàmiques d'exclusió i inclusió aïllades en el marc conceptual han quedat confirmades en aquesta recerca com a mecanismes de la creació d'identitat cultural.

En l'anàlisi del consum, els subjectes catalans aprecien la presència en la sèrie de tòpics que formen part de la idea de ser i d'estar dins d'un imaginari català i, tot i que en rebutgen l'ús, s'hi reconeixen. Aquesta mateixa idea és reforçada pels guionistes, que afirmen que fan ús dels tòpics per construir les històries narrades en la sèrie i generar identificació. D'aquesta manera, les representacions sobre identitat cultural presents en la ficció estudiada són valorades pels creadors del producte audiovisual i pels consumidors com a significacions estereotipades d'una manera d'anomenar allò català.

Per als estrangers i els catalans les temàtiques dels episodis generen un context que està lligat a interessos que tenen vigència dins de la cartografia catalana. En concret, els grups esmenten tres temàtiques: la monarquia com a matèria primera de l'humor quotidià, l'independentisme i el nacionalisme català. Aquests temes són pròxims a la seva idea d'"allò català" i, en el cas del bloc de catalans, es reflecteixen en la seva vida diària. En les entrevistes a fons, sobre aquest mateix tema els guionistes addueixen que en la sèrie s'han tractat temes tabú, com el de la reialesa. Tant en els grups de discussió com en les entrevistes s'utilitza l'exemple del xou nocturn conduït per Andreu Buenafuente per justificar que a Catalunya es fa humor sobre la corona espanyola des de fa temps i aquest l'identifiquen com un tret característic del que denominen "humor català". Aquestes idees es reforcen amb els resultats de l'anàlisi textual dels dos episodis, en els quals observem que el tema de la monarquia espanyola presideix alguns gags en què l'humor es construeix amb referències a accions i/o declaracions fetes pels integrants de la família reial.

L'humor de la sèrie *Plats bruts* és un altre dels dispositius d'identificació, en aquest cas només per al bloc de catalans i per als guionistes de la sèrie. El bloc d'estrangers considera que l'humor és propi de l'arquetip d'un format televisiu que està més pròxim al context nord-americà. Argumenten que les claus del format, que reconeixen en els episodis visionats, contempla un humor de consum fàcil.

L'humor, tal com l'hem descrit, és un element que convoca divergències en la nostra anàlisi. En els grups de discussió, els catalans manifesten que el registre còmic de la sèrie és una qualitat que valoren com a pròpia i com a catalana, mentre que el grup d'estrangers el defineix com a part del format. En aquest sentit, l'origen dels subjectes és determinant per construir el matís de les seves valoracions. Els iberoamericans compten amb una basta cultura de la comèdia de situació d'origen nord-americà que probablement els porta a atribuir a l'humor una identitat cultural nord-americana; el seu grau d'assumpció de

l'humor com a tret cultural català diferenciat és limitat atesa la seva recent inserció social. En canvi, per a l'àmbit comunicatiu català la comèdia de situació és una realitat relativament recent i menys connotada amb una identitat aliena, per la qual cosa predomina el reconeixement de les formes d'humor propi.

La inclusió en la recerca d'un grup aliè a l'àmbit català es justifica per la dinàmica pròpia d'un procés d'identitat. Per construir la idea d'"allò català" calia establir una dinàmica de diferència, per això, en aquesta anàlisi les idees expressades pels subjectes estrangers ens serveixen per enriquir i relativitzar el discurs identitari.

El context quotidià construït pel text de la ficció és el punt de trobada i el lloc de convergència identitària per als catalans i els estrangers. És a dir, el procés d'identitat cultural és el marge d'acció que provoca coincidències entre els dos grups. La identitat cultural basada en la vida quotidiana elaborada per la ficció és el lloc de conversa i negociació de les diferències.

La geografia cultural de Catalunya crea la necessitat que la televisió pública sigui una entitat de mediació cultural que articuli pràctiques comunicatives i dinàmiques de producció de continguts en constant sincretisme amb el propòsit de ser un instrument per a altres cultures. En definitiva, la televisió pública ha de complir la seva missió de servei públic a l'abast dels individus que conformen la societat sense distinció de nacionalitat, religió, gènere, etc.

Bibliografia

- HALL, S. *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*. Londres: Hutchinson, 1987.
- HALL, S. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Londres: Sage, 1997.
- LARSEN, P. "Análisis textual del contenido de ficción de los medios de comunicación". A: JENSEN K. B. et al. (ed.). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch, 1993, pàg. 149-164.
- LULL, J. *Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audience*. Londres i Nova York: Routledge, 1993.
- LULL, J. *Medios, comunicación, cultura: aproximación global*. Buenos Aires: Amorrortu, 1997.
- MORLEY, D. "Populismo, revisionismo y los 'nuevos' estudios de audiencia". A: CURRAN, J.; MORLEY, D.; WALKERDINE, V. (comp.). *Estudios culturales y comunicación: análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Barcelona: Paidós, 1998, pàg. 417-438.
- WOLTON, D. *Elogio del gran público: una teoría crítica de la televisión*. Barcelona: Gedisa, 1995.