

# La ficción televisiva de TV3 y la identidad cultural catalana: estudio de caso de la sitcom *Plats bruts*

**LUISA MARTÍNEZ GARCÍA**

*Profesora del Departamento de Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona*

## Resumen

*La mayoría de las investigaciones realizadas sobre el ámbito televisivo se han dedicado a hacer descripciones parceladas del medio. De tal forma, conocemos las rutinas productivas, la estructura empresarial de las cadenas, el diseño de la programación, los resultados de análisis cualitativos y cuantitativos de los discursos, y en menor medida, encontramos estudios sobre el consumo televisivo. Quizás, el motivo de dicha división temática en los estudios se deba a la complejidad del entorno televisivo por lo que contamos con pocas visiones de conjunto sobre el medio. Es difícil obtener, de un mismo estudio, resultados que contemplen los diversos procesos en los que interviene la televisión. Por otro lado, la producción científica-académica se ha encargado de describir la ingeniería, de registrar las técnicas y procesos de las diversas estructuras de los media, pero las pistas hacia un conocimiento de la recepción relacionada con el campo de la producción y con la cultura aún son poco inteligibles. Esto constituye el punto de partida de la tesis doctoral realizada por la autora de este artículo y de la cual presentamos parte de los resultados.*

## Palabras clave

*Identidad cultural, series de ficción, TV3, recepción.*

## 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*

## Objetivos y metodología

Nuestra investigación es un trabajo de introspección sobre el sector televisivo y lo hacemos a partir de la observación de un macrogénero. Los ejes de atención de nuestro análisis son el proceso de creación, el texto audiovisual y la recepción de la ficción. Planteamos el estudio de la ficción producida en TV3, cadena de Televisió de Catalunya (TVC) y centramos el análisis en una serie, en una comedia de situación. Elegimos la cadena autonómica catalana por la proximidad con el contexto. El objeto de estudio es la comedia de situación *Plats bruts*, emitida por TV3 y de ella analizaremos los episodios "Tinc nació" y "Tinc espelma". Nos decantamos por una comedia de situación porque la producción de este formato en España y Catalunya es relativamente reciente respecto al mercado norteamericano e inglés. Por lo tanto, su audiencia también es reciente. En este sentido, existe cierto vacío en los análisis de este género. Nuestro interés es saber cómo se construye la fic-

ción como narración, y si en ella hay referentes de identidad cultural y cuál es el uso, apropiación y consumo que hacen los sujetos de las representaciones identitarias presentes en los productos audiovisuales.

La logística de la pesquisa está expresada en el marco metodológico y en él se condensan nuestros frentes analíticos. El primero de ellos describe el proceso de producción de una serie de ficción a partir de la información adquirida tras la realización de entrevistas en profundidad con directores y guionistas. El segundo frente se enfoca en el estudio del contenido de la serie, en sus personajes, en la descripción del contexto, de las temáticas y la estructura narrativa del género. El análisis textual es la herramienta que utilizamos para estudiar la serie; con él tratamos de describir cada una de las partes que constituyen una comedia de situación. En esta fase identificamos las diversas representaciones, en el contexto y en el espacio, que hacen alusión a cuestiones culturales. Descubrimos los artificios del género, de la narración y de sus personajes.

El análisis cualitativo de la recepción de la serie configura el tercer frente metodológico y éste nos ayuda a entender cómo se relaciona la audiencia con la ficción televisiva. Los grupos de discusión son la herramienta que nos ayuda a hacer un análisis etnográfico, o tratar de entender el proceso de apropiación y reconfiguración de significaciones a partir del consumo de una serie de ficción. Aplicamos esta técnica con el fin de conocer qué tipo de significaciones o representaciones identifican los sujetos como propios y de éstas cuáles les permite crear una idea de lo colectivo, de lo social, de espacio común. Es una forma de responder a la pregunta *¿cómo me siento?* que James Lull (1997) propone investigar cuando se habla de identidad cultural.

La pertinencia, a propósito de la aplicación de las herramientas metodológicas utilizadas en la investigación, se justifica en la idea básica de la comunicación: emisor, mensaje y receptor. Es decir, se entrevista a los guionistas de los episodios estudiados y a los coordinadores de la serie. Se describe el contexto de producción de la serie y del medio de comunicación donde fue emitida. Podríamos decir que se explora el proceso de emisión del mensaje, que en nuestro caso son dos episodios de una serie. Por otro lado, se realizan grupos de discusión con la finalidad de hacer un estudio de recepción para conocer cómo se descodifica el mensaje, la serie, el episodio en concreto. Situados en este punto, consideramos la necesidad de cerrar el círculo y realizar un análisis del mensaje, del discurso construido por los episodios. Esta arquitectura metodológica no es más que el seguimiento analítico del ciclo vital de un producto cultural, el cuál nos permitirá explicar a detalle un proceso de la comunicación. Nuestro análisis basa su entramado metodológico en el circuito de la cultura propuesto por Stuart Hall (1997) en el que involucra diversos procesos como la representación, regulación, el consumo, producción y la identidad. En general, tratamos de entender lo que pasa con los contenidos de la ficción televisiva a partir de un género en concreto. Es una forma de explicar que los medios de comunicación elaboran propuestas de sentido que forman parte de nuestra vida cotidiana y que éstas se reconfiguran, se diluyen, se refuerzan a partir del consumo. Por lo tanto, los sujetos son agentes activos en la construcción continua y permanente de las representaciones y los referentes que hacen alusión a los diversos espacios de nuestra vida diaria, especialmente el identitario.

El estudio de la ficción televisiva como productora de referentes identitarios en un contexto cultural catalán se justifica por la necesidad de trabajar con la categoría "cultura" vinculada con los medios masivos de comunicación, especialmente con la televisión. Por otro lado, el estudio de los géneros televisivos es fundamental porque ofrece un nivel de análisis en el que se integran los aspectos culturales y discursivos de la comunicación (Larsen 1993).

El análisis de la producción de la ficción televisiva, de los textos audiovisuales y de su consumo es importante porque genera conocimiento primero, sobre las interrelaciones entre los elementos que conforman esta triada (televisión, identidad, cultu-

ra) y segundo, registra las representaciones culturales, su materialización y operacionalización. Y porque permite indagar en las características de los elementos referenciales de identidad cultural en un contexto global. El objetivo final de esta línea de investigación es servir de antecedente al diseño de políticas culturales de producción de las cadenas televisivas acordes al contexto social y para revitalizar el vínculo social como función de servicio público de la televisión.

### Apuntes teóricos

Toda comunicación lleva expresamente una carga de representación identitaria fuerte, explicándolo en palabras de Dominique Wolton (1995) *no hay comunicación sin identidad* (Wolton 1995: 277). Lo anterior explica el reacomodamiento del lugar que ocupan los medios de comunicación dentro de la estructura social, dejan de ser sólo abastecedores de información para ser considerados como mediadores no solo entre el mundo real y el representado. En ambos casos –como abastecedores y mediadores– los medios de comunicación, desde el punto de vista sociológico, realizan el rol de actores sociales.

La televisión en sus diversas expresiones, pública o privada, mantiene diferentes relaciones con la sociedad y con otros actores sociales. *La fuerza de la televisión es precisamente ser, al mismo tiempo, un factor de comunicación transnacional y un agente de soberanía nacional. La originalidad de la televisión consiste en poder hacer ambas cosas: ser un elemento del vínculo social en el seno de una comunidad nacional y ser un elemento de comunicación entre las diferentes identidades nacionales* (Wolton 1995:290). Para concluir diremos que el rito televisivo actúa en tres niveles, según James Lull (1990): primero en la cultura, en el ámbito familiar y en los sujetos.

Los estudios culturales constituyen el pilar teórico de nuestra pesquisa porque unen dos categorías que habían estado desligadas: los productos y la cultura. Esta corriente de investigación tiene como uno de sus principales intereses la contextualización social de los estudios. Stuart Hall (1997), precursor de esta corriente, aplica lo dicho a los medios de comunicación y los define como productores de significados. Analiza la circulación y consumo de los productos mediáticos y se pregunta cómo las audiencias utilizan y/o decodifican los contenidos para producir otros significados. Para él la representación a través del lenguaje es un elemento central en el proceso de producción de significados.

David Morley (1998) cita a Evans para explicar que el análisis de los medios de comunicación en los estudios culturales ha tendido hacia dos vías: una de ellas expresa la idea de una audiencia activa y la otra argumenta que los contenidos mediáticos son polisémicos y siempre están abiertos a la interpretación. Stuart Hall lo describe de forma diferente en su artículo "Encoding-Decoding" (Hall 1987), en él confiere igual libertad de acción tanto para el texto como para el lector, éste último tiene la capacidad de elegir a partir de contenidos preferen-

ciales y los contenidos mediáticos intentan aportar estas preferencias.

Cada texto mediático define sus significados en función de su contexto, a través de un proceso colectivo de construcción de sentido. El significado del texto nace, pues de la confrontación entre dicho texto y su destinatario (Hall, 1987). Por lo tanto, Hall implica en la construcción de imaginarios sociales tanto la producción, circulación, distribución, consumo de productos culturales. En tal caso, “el poder de los telespectadores para reinterpretar significados difícilmente puede equipararse al poder discursivo de las instituciones de las instituciones mediáticas centralizadas a la hora de construir los textos que el telespectador interpreta a continuación, e imaginar otra cosa es simplemente una insensatez (Morley 1998: 434)”. Es a ésta relativización de la soberanía del telespectador frente a los contenidos mediáticos, explicada por Morley, a la que se adhiere esta investigación.

## Resultados

La exposición de los resultados obedece al orden de nuestro diseño metodológico. Describimos, en primer lugar, los datos obtenidos en las entrevistas en profundidad, posteriormente exponemos lo observado en el análisis textual y, por último, anotamos los hallazgos obtenidos en los grupos de discusión.

### Entrevistas en profundidad

Del equipo creativo de *Plats bruts* entrevistamos a Jordi Sánchez (J.S.) quien desarrolló diferentes roles en la serie: como coordinador, guionista y actor; es protagonista de la serie junto al actor y también coordinador de la serie Joel Joan. Participaron en este ejercicio dos guionistas de la serie, Mercè Sàrrias (M.S.), responsable del episodio “Tinc nació” y Sergi Pompermanyer (S.P.) de “Tinc espelma”.

Las entrevistas se realizaron por separado y de ellas se registró sólo el audio, posteriormente, para el análisis, se transcribieron. El discurso elaborado por los entrevistados nos da una idea general del trabajo creativo y de producción de la comedia de situación producida en un contexto catalán.

La comedia de situación como formato televisivo se ajusta a la experiencia teatral del equipo creativo de *Plats bruts*, porque es un género que utiliza dinámicas similares a las teatrales: hay un escenario en el que se presentan los personajes y desarrollan su actuación delante de un público.

El estilo de producción de la comedia de situación norteamericana se utilizó como modelo para pensar el diseño de la serie. Así como el de las series: *Cheers*, *Friends*, *Boig per tu*, *Seinfeld* etc. De éstas reprodujeron los elementos básicos que conforman el formato, como los escenarios, las relaciones entre los personajes, la dinámica en el set con el público presente y la estructura narrativa de las secuencias.

La caracterización de los personajes de la serie está basada en rasgos que los creativos de la serie reconocen cercanos a

sus contextos personales, principalmente al periodo en el cual los coordinadores estudiaban en el Instituto del Teatro de Barcelona. Los entrevistados reconocen como características primordiales de los personajes, la irresponsabilidad y las actitudes infantiles que desde su punto de vista se fueron exponenciando durante el desarrollo de las temporadas que duró la serie.

El equipo creativo tenía, entre otros objetivos, respecto al tratamiento de las historias desarrolladas en los episodios, tratar temas tabú; temas sensibles no sólo al contexto catalán sino también al español. Algunos de estos temas provocaron cierta crispación en determinados contextos sociales como el religioso y el monárquico. Esta *sitcom* se considera como una serie pionera en hacer humor sobre la familia real.

Los guiones de *Plats bruts* son producto de un trabajo colectivo, cada guionista era responsable del desarrollo de un episodio. La versión de los guionistas era revisada y corregida por los coordinadores de la serie.

El humor, ingrediente fundamental del género *sitcom*, para los entrevistados es universal pero consideran que hay tipos de humor y sus características dependen de espacios geográficos y culturales; algunos de las tipologías referidas fueron el español, andaluz, catalán, inglés, urbano y no urbano. Por otro lado, consideran que el humor de la serie se basa en el desarrollo de situaciones más que en la elaboración de gags. En su discurso, describen que la burla hacia el otro es el fundamento del humor español, mientras que el humor catalán intenta reírse de él mismo. De tal forma, crean diferencias con otros estilos de humor pero también tienden puentes con otros, como con el humor inglés, incluso, especifican que el humor realizado por el director cinematográfico norteamericano Woody Allen es cercano a ellos y a su contexto.

El lenguaje de la serie, según los entrevistados, es coloquial y utiliza palabras altisonantes que para ellos es la forma en la que se habla en la calle.

Finalmente, fueron cuestionados sobre los dos episodios en concreto y puntualizaron en “Tinc nació”. De este, explican que trataron de hacer humor sobre una cuestión nacionalista y al mismo tiempo querían dejar claro que no estaban por un nacionalismo español. La historia narrada en este episodio está basada en estereotipos sobre lo que se considera como lo catalán. Sobre “Tinc espelma” los entrevistados no recordaron la trama del episodio por lo que no hicieron referencia alguna.

### Análisis textual

La relación de los personajes con la historia es una manera de conglomerar “el todo” en el texto audiovisual, es decir, con la descripción hacia el interior de la serie y da lugar a la descripción de las conexiones del texto de la ficción con el entorno exterior, con el entorno de la no ficción. Para lograr esto, se identificaron las valoraciones explícitas e implícitas que los personajes verbalizaron en sus diálogos. Además, registramos los referentes verbales y visuales presentes en los episodios analizados.

Es necesario señalar que el peso del texto verbal, en ambos episodios, es absoluto y se caracteriza por el uso de lo que

denominamos el catalán “incorrecto”, coloquial, lo anterior aplica para ambos episodios. En “Tinc nació”, por exigencias del guión, los personajes se expresaron en castellano coloquial. Finalmente, el tratamiento del discurso mediaba entre lo irónico, dramático y cómico.

La identificación de las valoraciones y de los referentes utilizados por los personajes de la sitcom es una cuestión fundamental en esta investigación.

Según lo observado, las valoraciones expresadas permiten anclajes con dos esferas distintas, un anclaje propio creado por la ficción y el otro, lo sujeta a una esfera social, a situaciones, personajes, e instituciones que tienen existencia en la no ficción. Es decir, en la construcción de la historia del episodio hay un contenido específico que es producto de la creación de los guionistas, que se establece en el campo de la ficción. En ese andamiaje ficcional, se construye, en paralelo, otro discurso que hace referencias y/o valoraciones al campo de la no ficción. Con la identificación de las valoraciones elaboradas por los personajes se cumple uno de los propósitos de esta investigación, situar el discurso de la ficción televisiva al terreno de lo social.

Los referentes verbales, visuales y sonoros identificados en el análisis textual de los episodios hacen mención a espacios, a personajes, prácticas sociales y a producciones audiovisuales que se conectan con distintos contextos.

En ambos episodios, los ámbitos a los cuáles están ligados los referentes identificados, se ubican según la cercanía o lejanía de los mismos. Es decir, hay referentes que están anclados al contexto local, en este caso al catalán, por ejemplo el “pendón de Santa Eulalia” o el “timbal del Bruc”. Por otro lado, se registraron referentes visuales sobre lugares de interés turístico en Madrid, como la “Puerta de Alcalá” o las “Torres Kío”, en este caso los referentes están ligados a un contexto que denominamos español.

En los episodios estudiados, se utilizaron referentes ligados a un contexto diferente al catalán o al español, entorno que deno-

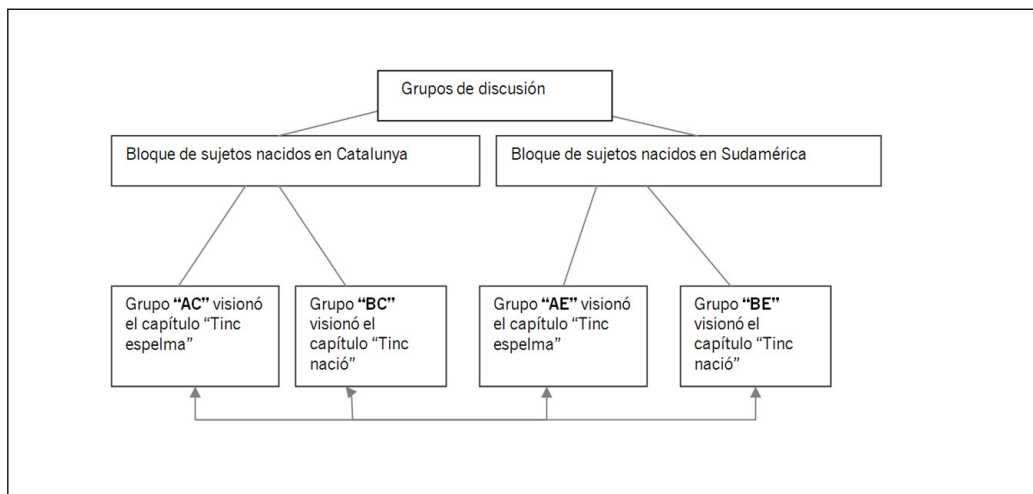
minamos global, un ejemplo de lo expresado anteriormente son los nombres de personajes conocidos internacionalmente como la “Reina de Inglaterra”, “Versace” o “Robespierre”.

La historia relatada en los episodios de la sitcom construye un contexto que está determinado por la lengua con la que se expresan los personajes de la serie. El uso del catalán es un rasgo de pertenencia evidente en nuestro objeto de estudio. Sin embargo, existen otras variables determinantes, como los elementos referenciales presentes en el episodio, que establecen una división entre lo “propio” y lo “ajeno”. Dentro del texto audiovisual, se establecen criterios para reconocer la cercanía o la lejanía de los referentes y juicios de valor expresados. Dichos criterios, no están formalmente definidos pero se deducen a partir del análisis del texto. Los dispositivos que permiten dicha construcción de sentido son las valoraciones y los referentes registrados en ambos episodios. Es decir, estos dispositivos forman parte de un discurso ficcional pero mantienen enlaces, relaciones con otros ámbitos pertenecientes a la no ficción pero, además, establecen un criterio de lejanía o cercanía. Estas ideas vertidas alrededor de lo observado en el análisis del texto audiovisual pueden ser reforzadas o rechazadas por los resultados de las demás técnicas aplicadas. Sin embargo, sirven para enriquecer la discusión que plantea esta investigación.

**Grupos de discusión**

Los grupos de discusión son cuatro y están organizados en 2 bloques, es decir, a cada bloque le corresponden 2 grupos. Los sujetos que forman parte de los *focus group* fueron elegidos de acuerdo al perfil sociodemográfico de la audiencia de la *sitcom*. Uno, de los dos bloques, está constituido por sujetos nacidos en Catalunya. El otro bloque, está integrado por sujetos nacidos en el extranjero, específicamente por iberoamericanos porque nos interesa un grupo social que no sea tan lejano culturalmente del contexto español. En cualquier caso, los iberoamericanos son el segundo grupo migratorio con mayor pre-

**Gráfico 1. Organización de los grupos de discusión**



Fuente: elaboración propia.

sencia en Catalunya y ocupan la misma posición respecto al total del Estado español. Los iberomericanos, según el Boletín número 11 —de enero de 2007 del Observatorio Permanente de la Inmigración—, son el segundo grupo con mayor presencia que reside en España, después de los ciudadanos de la Comunidad Europea.

Cada grupo de discusión está conformado por ocho personas. La dinámica de los grupos de discusión inicia con la aplicación de una encuesta y posteriormente se hace el visionado de uno de los capítulos de la serie (“Tinc espelma” o “Tinc nació”). A continuación, en el gráfico 1, se esquematiza la organización de los grupos de discusión para expresar de manera clara la aplicación de dicha herramienta cualitativa.

El objetivo de esta investigación es constituir un primer acercamiento al objeto de estudio, a la ficción televisiva como productora de referentes culturales, interesa comprender cómo se presentan los elementos referenciales en ambos grupos por lo que la muestra no es representativa. Características generales de la muestra: participan hombres y mujeres (el mismo número), con edades comprendidas entre 20 y 45 años, de clase media, telespectadores de TVC, que hayan visto la serie (para el grupo de extranjeros este requisito es prescindible).

### Bloque de catalanes

En la discusión, en ambos grupos (“AC” Y “BC”), los sujetos legitiman lo observado en la ficción a partir de su contexto cotidiano. Las fronteras entre el discurso ficcional y el propio, el cotidiano, se desdibuja constantemente durante el desarrollo de la discusión. Para ambos grupos el humor de la serie es, sin duda, un rasgo identitario en el cual se reconocen. Es decir, en este propósito de explicar “lo catalán” a partir del consumo de una comedia de situación los sujetos adscriben el humor de la serie como algo cercano y propio.

A este humor, le adjudican ciertos rasgos, los cuales están presentes en su carácter: irónico e inteligente. Consideran que el humor está basado en situaciones y en tópicos que aluden a la idea de lo catalán. Para ellos el uso de los tópicos en el discurso cotidiano es una cualidad de los catalanes.

Una de las características del humor de la serie que consideran como catalana y que les permite, a los sujetos, establecer una analogía con otro humor, es la capacidad de los catalanes de reírse de ellos mismos. Esta capacidad, resaltada por los sujetos, la encuentran expresa en el humor inglés. En este sentido, los integrantes de este bloque al tratar de describir los matices del humor de la *sitcom*, construyen lazos de cercanía y reconocimiento a las significaciones presentes en la narración. Por otro lado, este proceso de conformación del “nosotros somos” permite crear empatías con otras manifestaciones de lo cómico y que salta de sus fronteras cotidianas: hacia el ámbito inglés. El proceso de inclusión presente en el punto anterior, trae consigo un proceso de rechazo y desconocimiento. En tal caso, los sujetos repelen el humor de las series españolas porque lo consideran de poca calidad y porque basa la comicidad en la burla y el constante uso de insultos.

Este bloque sugiere que el lenguaje utilizado en la serie corresponde a un ámbito local, a Barcelona, en el que no están presentes otros dialectos.

Televisió de Catalunya constituye, para estos grupos, un marco que condiciona las significaciones de sus productos culturales. El hecho que *Plats bruts* sea una serie de TV3 le adjudica un plus de significación que sugiere la defensa de ciertos valores.

### Bloque extranjeros

Este bloque argumenta que la idea de “lo catalán” está expresada en el lenguaje verbal y gestual de la serie. Manifiestan no sentirse identificados con los personajes de la serie pero sí con algunas situaciones desarrolladas en la narración y que se ubican en el ámbito de la vida cotidiana.

Por otro lado, reconocen que hay temáticas, observadas en la narración del episodio, que son de interés sólo en el ámbito social catalán y para los sujetos que conviven en este contexto. Los personajes que desarrollan la historia de este episodio son identificados como cercanos a un imaginario catalán.

Sugieren que en ambos episodios está implícita la idea de “la defensa de algo” que consideran pertenece a “lo catalán”, en un grupo lo llaman independentismo y en el otro, como nacionalismo. Ambas sentencias concuerdan con la defensa de una nación.

Para los sujetos de ambos grupos, tanto el lenguaje gestual como verbal de los personajes de la serie son rasgos que refieren a un imaginario catalán.

El formato *sitcom* es reconocido como familiar para los sujetos de los dos grupos, de él enlistan algunas características: formato exportable, pocos exteriores, *target* masivo y basado en el humor.

El humor en este bloque no es considerado como un rasgo de pertenencia de lo catalán, sin embargo, afirman que éste registro cómico responde a una fórmula que forma parte del estilo del formato *sitcom*.

Para ambos grupos, el humor de la serie *Plats bruts* es similar al norteamericano, muy cercano al de la serie *Friends*. Por último, TV3 es considerado, por estos grupos, como un contexto de producción que determina el consumo de las significaciones de sus productos.

### Conclusiones

Las conclusiones de nuestra investigación intentan generar conocimiento empírico sobre el sector televisivo y lo realizamos a partir de un estudio de caso que considera en su análisis los tres elementos primarios de todo acto comunicativo: el emisor (proceso de creación), el mensaje y la recepción. Hicimos un trabajo de introspección de un medio de comunicación y diseñamos un marco teórico y metodológico *ah doc* para conocer las relaciones que existen dentro de un mismo sector. Es obvio que en esta investigación optamos por dejar en el tintero (seguramente éste será material para futuras investigaciones) las re-

laciones de la televisión y/o del macrogénero ficción con otras industrias culturales y cómo en conjunto colaboran en la construcción de imaginarios sociales.

Es innegable que los contenidos de los productos culturales están condicionados por diversas fuerzas de poder y éstas no sólo corresponden a las propias del circuito productivo sino a las del uso y consumo de la audiencia. En este sentido, los productos culturales no escapan a las dinámicas de flujo globales y locales.

El análisis de los resultados obtenidos tras la aplicación de las técnicas de nuestro diseño metodológico, nos muestra que en la comedia de situación *Plats bruts* existen representaciones cercanas al ámbito catalán. Los elementos principales que hacen posible esta argumentación son el humor, la caracterización de los personajes, su comunicación verbal, gestual, las temáticas tratadas y el contexto construido en los episodios estudiados. Estos dispositivos contienen la carga simbólica que generan prácticas identitarias y, al mismo tiempo, establecen elementos de diferenciación. Las dinámicas referidas están presentes en las tres fases contempladas en nuestra metodología, es decir, en las entrevistas en profundidad de los guionistas y coordinador de la serie, en el análisis textual y en el análisis cualitativo del consumo. En este sentido, las dinámicas de exclusión e inclusión aisladas en el marco conceptual han quedado confirmadas en esta investigación como mecanismos de la creación de identidad cultural.

En el análisis del consumo, los sujetos catalanes aprecian que en la serie están presentes tópicos que forman parte de la idea de ser y de estar dentro de un imaginario catalán, y aunque rechazan su uso se reconocen en ellos. Esta misma idea es reforzada por los guionistas quienes afirman que hacen uso de los tópicos para construir las historias narradas en la serie y generar identificación. De tal forma que las representaciones sobre identidad cultural presentes en la ficción estudiada son valoradas, por los creadores del producto audiovisual y por los consumidores, como significaciones estereotipadas de una manera de nombrar lo catalán.

Para los extranjeros y los catalanes las temáticas de los episodios generan un contexto que está ligado a intereses que tienen vigencia dentro de la cartografía catalana. En concreto, los grupos mencionan tres temáticas: la monarquía como materia prima del humor cotidiano, el independentismo y el nacionalismo catalán. Estos temas son cercanos a su idea de "lo catalán" y, en el caso del bloque de catalanes estas se reflejan en su vida diaria. En las entrevistas en profundidad, los guionistas aducen, sobre este mismo tema, que en la serie se han tratado temas tabú, como el de la realeza. Tanto en los grupos de discusión como en las entrevistas se utiliza el ejemplo del *late show* conducido por Andreu Buenafuente para justificar que en Catalunya se hace humor sobre la corona española desde tiempo atrás y éste lo identifican como un rasgo característico de lo que denominan el "humor catalán". Estas ideas se refuerzan con los resultados del análisis textual de los dos episodios, en ellos observamos que el tema de la monarquía española es pro-

tagonista de algunos gags, en los que el humor se construye con guiños hacia las acciones y/o declaraciones realizadas por los integrantes de la familia real.

El humor de la serie *Plats bruts* es otro de los dispositivos de identificación, en este caso sólo para el bloque de catalanes y para los guionistas de la serie. El bloque de extranjeros considera que el humor es propio del arquetipo de un formato televisivo que está más cercano al contexto norteamericano. Argumentan que las claves del formato, que reconocen en los episodios visionados, contempla un humor de fácil consumo.

El humor, como lo hemos descrito es un elemento que convoca divergencias en nuestro análisis. En los grupos de discusión, los catalanes manifiestan que el registro cómico de la serie es una cualidad que valoran como propia y como catalana y el grupo de extranjeros lo define como parte del formato. En este sentido, el *background* de los sujetos es determinante para construir el matiz de sus valoraciones. Los latinoamericanos cuentan con una basta cultura de la comedia de situación de origen norteamericana y quizás esta les lleva a atribuirle al humor una identidad cultural norteamericana y su grado de asunción del humor como rasgo cultural catalán diferenciado es limitado por su reciente inserción social. Mientras que para el ámbito comunicacional catalán la comedia de situación es una realidad relativamente reciente y menos connotada con una identidad ajena, por lo que predomina el reconocimiento de las formas de humor propio.

La inclusión, en la investigación, de un grupo ajeno al ámbito catalán se justifica por la dinámica propia de un proceso de identidad. Para construir la idea de "lo catalán" era necesario establecer una dinámica de diferencia. Por lo tanto, en este análisis las ideas expresadas por los sujetos extranjeros nos sirven para enriquecer y relativizar el discurso identitario.

El contexto cotidiano construido por el texto de la ficción es el punto de encuentro, y lugar de convergencia identitaria para los catalanes y extranjeros. Es decir, el proceso de identidad cultural es el margen de acción que provoca coincidencias entre ambos grupos. La identidad cultural basada en la vida cotidiana elaborada por la ficción es el lugar de conversación y negociación de las diferencias.

La geografía cultural de Catalunya crea una necesidad para la televisión pública como mediadora cultural que articule prácticas comunicativas y dinámicas de producción de contenidos en constante sincretismo con el propósito de ser instrumento para otras culturas. En definitiva, realizar su cometido de servicio público al abasto de los individuos que conforman la sociedad sin distinción de nacionalidad, religión, género, etc.

## Bibliografía

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". En: JENSEN K. B. *et al.* (ed.). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch, 1993, p. 149-164.

LULL, J. *Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audience*. Londres y Nueva York: Routledge, 1993.

LULL, J. *Medios, comunicación, cultura: aproximación global*. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1997.

MORLEY, D. "Populismo, revisionismo y los 'nuevos' estudios de audiencia". En: 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, p. 417-438.

WOLTON, D. *Elogio del gran público: una teoría crítica de la televisión*. Barcelona: Gedisa, 1995.