

01/2013

Las comedias animadas nos enseñan televisión



Las comedias norteamericanas animadas de gran audiencia y emitidas en *prime time*, las más conocidas serían los *Simpsons* o *Family Guy*, se caracterizan por la utilización de diferentes géneros, el uso de textos de otros productos culturales y la autorreferencia. La tesis doctoral de Beatriz Gómez ha analizado cinco de estas series para llegar a la conclusión de que estas no optan por buscar la originalidad sino que comentan satíricamente otros productos culturales, convirtiéndose, de esta manera, en analistas de televisión e incluso un producto pedagógico.

Esta tesis doctoral es una investigación de carácter exploratorio centrada en el estudio de las comedias animadas de *prime time*, un subgénero presente en la programación estadounidense desde hace más de 50 años, pero aún sin definir.

La tesis aborda las comedias animadas desde una perspectiva histórica y analizando los aspectos principales de su narración. En el trabajo se examina el recorrido de estas series por la programación americana a lo largo de las últimas cinco décadas y se analiza su formato animado, estructura narrativa, personajes y escenarios, etc.

El núcleo del trabajo consiste en el análisis de cinco series pertenecientes a dicho subgénero (*The Simpsons* [Fox, 1989-], *King of the Hill* [Fox, 1997-2009], *Family Guy* [Fox, 1999-], *American Dad!* [Fox, 2005-] y *The Cleveland Show* [Fox, 2009-]) y demuestra que la comedia animada de *prime time* se caracteriza por la hibridación entre diferentes géneros, la autorreflexibilidad y el uso de textos de otros productos culturales, hecho que la convierte en la máxima manifestación de la televisión hiperconsciente. Este tipo de televisión se caracteriza por ser plenamente consciente, conocedora de su condición de producto cultural. Estas series conocen su existencia dentro de una sociedad "semióticamente saturada", en la que todas las historias ya han sido contadas y todos los personajes concebidos. Por ello, la televisión hiperconsciente abandona su pretensión de originalidad y opta, a cambio, por comentar de forma sarcástica e irónica las formas y géneros culturales existentes, siempre desde su condición de televisión.

Las comedias animadas de *prime time* se refieren constantemente a sí mismas y alimentan su relato con la constante evocación a otros géneros y formatos. De esta manera, la cantidad de referencias al contexto televisivo en general resulta sorprendente y exige el diseño de una tipología y un modelo de análisis. Dicha tipología y modelo se estructura a partir del tipo de texto televisivo (ficción y entretenimiento, información, publicidad y autorreferencias) y el grado de dificultad que representan para el espectador.

Esta investigación concluye que las comedias animadas son comentaristas, intérpretes, analistas y críticos de la televisión, así como también instrumentos de carácter pedagógico con el que se instruye sobre la televisión.

Beatriz María Gómez Morales

bachysmart@hotmail.com

Referencias

"Televisión hiperconsciente: las comedias animadas de prime time", tesis doctoral leída por Beatriz Gómez el 6 de noviembre de 2012 en el Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación.

[View low-bandwidth version](#)