

“Are you ‘avin’ a laugh?” El Post-Humor y la nueva sitcom

Endika Rey

En el capítulo final de la primera temporada de *Extras* (2005-07), Andy (interpretado por ese pilar básico de la nueva comedia que es Ricky Gervais), conseguía dar un giro a su vida de actor de tercera fila cuando la BBC muestra su interés por el guión de una sitcom que él había desarrollado. La Season finale dejaba así un poso agradable donde los protagonistas conseguían vislumbrar su entrada en la madurez tras una carrera invisible y repleta de obstáculos.

La conclusión dulce se tornaría en agria en los primeros minutos del primer episodio de la segunda temporada. Andy consigue escribir y protagonizar la sitcom “When the Whistle Blows”, pero nada resulta como él lo tenía planeado. La serie se graba con público en directo, se emite en la BBC1 -en lugar de en la más alternativa BBC2-, tiene cameos injustificables, y todos los personajes (especialmente el de Andy) acaban reducidos a estereotipos ligados a una catchphrase. El auténtico drama es, sin embargo, que la serie se convierte en un gran éxito de audiencia y, a raíz de esto, Andy se descubre como un ser incapaz de aunar el triunfo con el respeto.

“When the Whistle Blows” no es otra cosa que una ucronía donde *The office* (2001-03) hubiese cedido al formato de una sitcom al uso. Ambas parten de la misma realidad: el retrato de un jefe incapacitado y de unos empleados condenados a soportarlo. La diferencia está en que *The office* no tiene risas enlatadas, no abusa de las punchlines, no rueda con el rígido sistema de las tres cámaras y no se olvida de lo real a la hora de hacer un chiste.

Ricky Gervais y Stephen Merchant, creadores de ambas series, usan el nuevo modelo de sitcom para hablar de la muerte del antiguo, o, al menos, para certificar que el humor necesita evolucionar si se quiere seguir provocando (o no) la risa. También se dedican a plasmar un nuevo concepto de audiencia: cuando Andy comprueba que el público asistente a la grabación aplaude fervorosamente cada uno de sus latiguillos, los planos se recrean en unos espectadores despreciables que llevan camisetas repletas de consignas publicitarias y que, al reírse con todo, automáticamente denotan carecer de sentido del humor. Así, la nueva sitcom parece romper una lanza a favor de un nuevo tipo de espectador activo; o, dicho de otra forma, el imperialismo cultural del audiovisual es ya una realidad tan grande, que la comicidad vacía está condenada a desaparecer.



Imagen 1: *Extras*, capítulo 1, temporada 2. Grabación del piloto de “When the Whistle Blows”

El guiño a la superación de las características propias del género no es algo exclusivo del fenómeno actual que Jordi Costa bautiza como “el post-humor”. La trama de la cuarta temporada de *Seinfeld* (1990-98) fue, en ese sentido, modélica: la NBC proponía escribir al comediante (y a ese trasunto de Larry David llamado George Costanza) el piloto de una serie protagonizada por él y llamada “Jerry”. Si bien el uso de la sitcom dentro de la sitcom no servía en este caso para dinamitar los cimientos del género, sí validaba un discurso autorreflexivo donde los cuatro personajes principales encontraban sus respectivos reflejos en una serie que, literalmente y, de la misma manera que la propia *Seinfeld*, trataba sobre la nada.

El piloto acabaría fracasando, con lo que la situación que *Extras* planteaba queda aquí invertida para acabar finalmente sugiriendo lo mismo: la ficción imposibilitaba la realización de una sitcom sin situación propiamente dicha, al mismo tiempo que la realidad desocupada del fenómeno de *Seinfeld* se convertía, con el juego de espejos, en más irrefutable que nunca.



Imagen 2: *Seinfeld*, capítulo 23-24, temporada 4. Juego de espejos con “Jerry” dentro de “Seinfeld”

El espectador asiste a la emisión del episodio ficticio de “Jerry” a través de las reacciones de personajes puntuales (y extremadamente secundarios) de algunos episodios de la serie. La (falsa) sitcom se juzga codificando la ficción con cierta ilusión de (falsa) realidad: la ex novia de George reconoce inmediatamente sus tics en su personaje, el viejo gruñón de Fields grita que “ése es el idiota que se llevó mis discos”, etc. Pero para el espectador real, la escenificación de lo que ya en sí mismo es una escenificación (resulta paradigmática en este sentido la secuencia en que Kramer audiciona fallidamente para el papel de “Kramer”), hace que los signos hablen con una nitidez aun mayor.

Seinfeld fue la primera sitcom que se alejó de las situaciones irreales de las otras sitcoms (parodiadas en “Jerry” con el personaje del mayordomo); también carece de la moralidad tradicional imperativa en las sitcom hasta ese momento (fuese ésta honesta o paródica). *Seinfeld*, en definitiva, libera al género de la necesidad de seguir unas normas ya escritas, amplía el espacio de la nueva comedia de la cotidianidad y es la puerta que permite que la sitcom clásica pueda, por fin, matar a sus padres.

“En la stand up, el comediante se enfrenta a la audiencia a cuerpo desnudo desde un escenario vacío, convirtiéndose a sí mismo en “texto” cómico pues son su presencia, su voz y su gestualidad los que detonan y hacen avanzar la historia. (...) En la sitcom, en cambio, es esa situación de base que le da nombre la que precede a los personajes y les provee de historias, generalmente algún conflicto moral que ellos deberán tratar de resolver. Pero en la sitcom moderna (...) esa situación es sustituida por la posición de unos cómicos que buscan de nuevo la presencia y la exposición de la stand-up. Cuerpos (...) que ya no solucionan conflictos sino que los provocan, pues han dejado de ser aquellos moralistas que velaban o restituían el orden establecido para convertirse en auténticos cuerpos morales que lo desestabilizan o, directamente, lo derruyen.” (López, 2009: 339-340)

Continuación inesperada, si bien lógica, del humor después de *Seinfeld*, *Larry David (Curb your enthusiasm)* (2000-) es el ejemplo perfecto de sitcom (auto)destruccionista. Larry David interpreta y dirige a un Larry David antipático, cáustico y ególatra cuyas tramas se reducen casi siempre a lo mismo: la rabia de Larry por el mundo hace que todo el mundo acabe odiándole. Larry, al igual que los personajes de la sitcom clásica, no evoluciona; pero a diferencia de estos, ni siquiera aprende. Tal y como asegura Costa, el post-humor es el fracaso de los propios mecanismos de la comedia. Es decir, “la comedia no siempre es una comicidad que triunfa (...) sino también una comicidad que fracasa... aunque de forma sorprendente e inesperada (...). La comedia es el único género capaz de sobreponerse a su auto-destrucción.” (Costa, 2010:10).

Larry David es un ensayo continuo sobre cuales son las fronteras de la comedia: Sus guiones son orientativos y los actores improvisan sus diálogos; la cámara graba en vídeo y al hombro, omitiendo los decorados y paseándose por Los Angeles; muchos de los actores interpretan versiones de sí mismos en situaciones que rozan el ridículo; y, sobre todo, tiene a un Larry David malhumorado al que no sabes si compadecer o señalar con el dedo. Las tramas de la serie son tan sencillas como triviales, y allí donde los mecanismos habituales de la sitcom vienen a proponer una reafirmación en la estabilidad de los personajes, Larry David acaba siempre desmoronado en situaciones frías y apáticas¹.

Si hasta ahora la sitcom venía a concluir que el ser humano no tiene porque afrontar el mundo en soledad, Larry David se autodibuja como un cómico incapaz de experimentar las alegrías y adversidades de la vida como parte de una experiencia social más amplia. *Larry David* bordea el territorio cómico porque nunca deja claro si sus intenciones son la inquisición incómoda hacia el género humano o la risa embarazosa y políticamente incorrecta. A su vez, la confusión que plantea al retratarse a sí mismo y a su entorno, hace que el espectador no esté totalmente seguro de hasta que punto los señaladores son parte de la ficción propiamente dicha o del mundo real. Esta inclusión de factores tanto externos como internos a la actividad, desdibuja los límites de la ficción y, con ello, los de la risa.

¹ Conviene recordar que no toda la posmodernidad es conformista y acomodaticia: “La protesta moderna ante el fracaso de la sociedad occidental se transforma ahora en una actitud de escepticismo ante una situación que se sabe no modificable; el texto desvía o mitiga la amargura frente a un mundo con el que no es posible reconciliarse, pero al que tampoco es posible vencer o cambiar. El objetivo del arte y la literatura consiste, entonces, en desvelar la pérdida de certezas de verdades a nivel general: se renuncia a comprender el mundo y se revela el no-sentido de éste”. (ROAS, 2009: 82-83)



Imagen 3: *Larry David*, capítulo 6, temporada 1. Julia Louis-Dreyfus interpretando una incómoda versión de sí misma

De la misma forma que se puede asegurar que con esta serie la HBO revoluciona la sitcom y la forma de entender la comedia a través de las formas, otro de sus intentos recientes trató de crear un nuevo modelo de sitcom a través de los contenidos. La única temporada de *Lucky Louie* (2006) respeta todas las normas del clasicismo (los 24 minutos, 4 bloques narrativos, 3 escenarios importantes, decorados falsos, grabación con risas del público, etc) e incluso se inscribe en el apartado de lo que Richard Taflinger llama la “domcom” o sitcom familiar o doméstica (donde las tramas suelen estar basadas más en los personajes que en sus acciones). Su táctica consiste en proporcionar un espacio reconocible para posteriormente pasar a estallararlo mediante el uso de todos esos elementos que suelen quedar fuera de la ecuación: sexo, blasfemias, drogas y pobreza.

A *Lucky Louie* se le puede achacar una fórmula demasiado centrada en la anécdota feísta² (ésta es una serie donde cuando un personaje sale de la ducha, se le ve el pene), pero el ejemplo es perfecto a la hora de ilustrar la citada definición del post-humor. Y es que la nueva sitcom es también “una realidad integrada por una sucesión de pruebas, errores y circunstanciales triunfos sobre la idea de esa post-modernidad posible que, como toda post-modernidad bien entendida, no es un intento de liberarse de (o superar) la tradición, sino un pulso librado con todo lo que ha recorrido el género antes de llegar a este punto” (COSTA, 2010:11-12). *Lucky Louie* fue una apuesta de la HBO que trataba de modernizar la sitcom de la misma manera que lo hizo con el drama: dirigiéndose a una audiencia adulta. En este sentido, tanto su error como su circunstancial triunfo proviene de una estructura y una técnica repetitivas que mimetizan la travesía previa del género enmarcando un espacio conocido con nuevos temas internos.

² De un modo similar a *It's always sunny in Philadelphia* (2005-), sitcom que basa su comedia en un humor tan sucio como negro



Imagen 4: *Lucky Louie*, capítulo 3, temporada 1. Sexo y blasfemias en la HBO

Resulta incuestionable que en los últimos años la HBO ha cambiado radicalmente la percepción que se tiene sobre la televisión y la ha impulsado al olimpo de la ficción contemporánea. Sin embargo, en el terreno de la sitcom, su participación se reduce a los dos títulos aquí mencionados. Cuando en el piloto de *Rockefeller Plaza (30 Rock)* (2006,-) Liz Lemon se reúne con Tracy Jordan para hablar de su posible incorporación al programa de variedades que ella dirige, Jordan le responde que “I ain’t doing it unless I can get to do it my way. You know, I want it to be raw. HBO-style content”. La réplica de Lemon viene a ser una declaración de intenciones, un buen juego de palabras y una apología encubierta de la NBC, la cadena estadounidense que históricamente más ha apostado por la comedia: “ Well, it’s not HBO. It’s TV.”

Uno de los chistes recurrentes de la sitcom creada y protagonizada por Tina Fey (que junto con Ricky Gervais y Larry David, crea, escribe y protagoniza su sitcom) consistirá en ridiculizar a la propia NBC como un canal subsidiario de las empresas que realmente mueven el dinero: los microondas y el porno de pago. Se vuelve pues, al metarelato, sólo que en esta ocasión, la realidad que propone Tina Fey es aun más absurda que la ficción. Su objetivo no es criticar el sistema o el género, sino plasmar un terreno de juego que Fey conoce a la perfección (el proceso de creación en televisión a todos los niveles –productores, reparto, ejecutivos, guionistas, espectadores, premios, product placement, etc-) creando una sitcom referencial que se declara en todo momento enamorada del medio. Tina Fey plantea una domcom donde el puesto de trabajo y la televisión ocupan el lugar de la familia. Su trabajo detrás de las cámaras y su personaje en pantalla suponen un juego de dobles (la comedia es el género perfecto para un cambio de personajes donde uno se permite el querer ser –o no- el otro) que convierten a Fey en una auténtica autora.

Uno de los grandes méritos de *Rockefeller Plaza* es (al igual que otros ejemplos como *Arrested Development* o *Cómo conocí a vuestra madre*) la liberación que supone tratar a la comedia de situación como una serie de episodios dependientes entre sí que conducen a un final previsiblemente -la serie sigue en emisión- definitivo. Los personajes son fieles a sus características, pero sus vidas evolucionan con el relato (Liz Lemon tiene varias relaciones que se extienden a lo largo de la serie, Jack Donaghy espera un hijo, etc). La trampa de la sitcom clásica, definida por una continuidad serial obsesionada con desplegar líneas narrativas

y personajes hacia un infinito que nunca acaba de cerrarse, se convierte aquí en una sitcom donde el pasado siempre está volviendo y el futuro acercándose peligrosamente. Los flashbacks cómicos y el miedo de la inmadura protagonista a pensar en el futuro hacen imposible la estructura prototípica de desestabilización-reestabilización dentro de cada episodio: la situación de la que parte esta comedia tiene permitido el cambio, porque el centro de la serie son los personajes y no su escenario. En esta ocasión, es el tiempo el que se extiende sobre la acción y no la acción sobre el tiempo; es decir, el tiempo actúa como fuga y trasciende al espacio.

Tina Fey entiende la sitcom como un género modificable. La ausencia de risas enlatadas, por ejemplo, no responde a un deseo de proyectar una imagen de calidad, simplemente son sustituidas por un uso de la banda sonora que guía al espectador en la comicidad. La fotografía, por otro lado, se le encarga a Vanja Cernjul, director acostumbrado a filmar dramas o películas independientes, que dota a la serie de una calidad de imagen atípica que ayuda a convertir unos decorados falsos en pretendidamente reales. La propia Fey se ríe de todos estos cambios en el “Live show episode”, el único grabado en directo y con risas del público presente y, en consecuencia, el único que recrea las condiciones técnicas de la sitcom clásica. “Does it seem weird in here to you?” –le pregunta Donaghy a Lemon nada más comenzar el episodio. “Everything look like a Mexican soap opera”. Ello no impide que la estructura de la serie varíe; al contrario, aprovecha su condición excepcional de ser un directo para reírse de su propia estructura (Julia Louis-Dreyfus interpretando a Liz Lemon en los flashbacks a los que Tina Fey no puede desplazarse) y de los peligros que este tipo de grabación goza (Tracy Jordan cree que confundirse en el guión e improvisar es hilarante mientras que Jenna está dispuesta a mostrar uno de sus pezones en directo).



Imagen 5: Rockefeller Plaza, capítulo 5, temporada 4. Imagen real (izda) y en directo (dcha)

Otra sitcom que desarrolló un estilo de grabación que ocultaba que se estaba ante una sitcom (para acercarse más a la estética de un reality) fue *Arrested Development* (2003-06). El uso de zooms, cámara al hombro, planos generales, collage de formatos, rodaje en exteriores y planos desenfocados reedificaban una cuarta pared (ésta no es una sitcom donde el público tenga voz explícita) al mismo tiempo que convertían al propio cámara en un elemento narrativo de primer nivel (muchas veces el chiste procedía de sus movimientos).

El gran hallazgo de esta sitcom fue incluir un narrador en segundo grado, es decir, ausente de la historia y de la diégesis pero, a su vez, interpretado por alguien tan reconocible como Ron Howard, famoso director de cine, antiguo actor de sitcoms y productor ejecutivo de la serie.

PREVIOUSLY ON

Éste cuenta, ya desde los mismos títulos de crédito (“Now the story of a wealthy family who lost everything... and the one son who had no choice... but to keep them all together.”) los entresijos y relaciones de una familia disfuncional que pasa de la riqueza a la pobreza por culpa de un proceso judicial que ha puesto al patriarca entre rejas. *Arrested Development* usa al sujeto de la enunciación (sea éste el cámara o el narrador) como el principal artefacto que permite conducir todo el texto hacia el espectador. Cada episodio, por ejemplo, termina con un falso “On the next Arrested Development” que ofrece un epílogo de las tramas desarrolladas que contradicen los hechos que realmente sucederán en el siguiente capítulo, y permiten leer la figura del narrador como un chiste.

El rodaje en decorados y con tres cámaras así como las risas de la audiencia son pilares básicos para la sitcom clásica no sólo porque provocar el humor en el espectador sea el principal objetivo del género, sino porque “el uso de la audiencia en el estudio y las risas enlatadas significa que ésta es parte del texto” (Mills, 2005: 14). Al carecer voluntariamente de esos elementos, *Arrested Development* desarrolla un lenguaje audiovisual complejo, un montaje frenético y una extrema fragmentación de la narración, que aluden directamente al espectador y, a su vez, se convierten también en herramientas de comicidad tan importantes como los gags incluidos en el guión. Se puede decir que, en este caso, la nueva sitcom, en su afán de transformar el género, cambia también los métodos de construcción del humor.



Imagen 6: *Arrested Development*, Capítulo 2, Temporada 1. Collage técnico y narrativo

La progresiva desaparición del público y las risas en la nueva sitcom, parece venir a decir que los cómicos contemporáneos tienen un especial interés en que sus obras no se vean como una representación. Tal y como asegura Erving Goffman, el aplauso o la reacción del espectador, destruye el “hacer creer” y la distancia entre el escenario y el patio de butacas. Sin embargo, la sitcom se mueve, por definición, en el proscenio, y es el género que más necesita esa reacción cercana del público.

Se podría hablar aquí del rol del espectador, teniendo en cuenta que el término parece abarcar

PREVIOUSLY ON

también, y mejor, la participación breve, abierta y vicaria sin ratificar aún en las actividades reales fuera del escenario. Es importante ver que la dimensión de espectador de la actividad del público no es una réplica escénica o simulada de la cosa real, como lo es la acción sobre el escenario. La versión no escénica del espectador no es un modelo para lo teatral; si acaso, sería verdad lo contrario. El espectador pertenece desde el comienzo al marco teatral. (Goffman, 2006: 136).

La serie *Cómo conocí a vuestra madre* (*How I met your mother*) (2005-) sí continúa incluyendo las reacciones del público, pero no se limita al registro sonoro de la audiencia y crea una red de guiños y referencias que incluyen el rol del espectador dentro del marco de la sitcom en sí. Así, la serie está plagada de running gags (la “slap bet” entre Marshall y Barney, el bocadillo que es realmente un porro, etc.), un desorden de la narración (la anécdota de la cabra que no se resuelve hasta dos temporadas después de haberse planteado, etc.) y multitud de extras en Internet (el álbum de fotos de la luna de miel de Lilly y Marshall, los videoclips completos de Robin Sparkles, etc.) que premian continuamente los esfuerzos del receptor por seguir el juego.

En la serie, un futuro Ted Mosby cuenta a sus hijos la historia de todos los pasos que finalmente le llevarán a encontrarse con el amor de su vida, y este enclave concreto del emisor (una voz en off, frente a sus hijos sentados en el sillón, en el año 2030) permite también una curiosa estructura de narración que viaja intermitentemente al pasado y al futuro y que se permite contar historias censuradas a sus hijos (no ya al espectador), exageradas, imaginadas o alternativas a la realidad. El uso de la subjetividad como arma cómica (en ningún momento el padre pretender ser objetivo, pero tampoco los otros cuatro protagonistas) convierte a la serie en una sitcom donde el punto de vista del espectador acaba siendo la suma de los cinco diferentes puntos de vista de sus personajes.

Cómo conocí a vuestra madre tiene varios elementos que le separan de la concepción clásica de la sitcom: el citado punto de vista, el uso de la infografía, el humor gamberro, la ausencia de un tiempo presente, una estructura de más de 50 escenas diferentes por episodio, las relaciones sociales como auténtico motor de la trama, etc. No es una serie destructiva con el género, sino la evolución lógica del mismo: algo así como si los protagonistas de *Friends* (1994-2004) quedaran para beber cerveza en lugar de para tomar café o si los protagonistas de *Coupling* (2000-2004) se mezclasen, hombres y mujeres, en un mismo grupo de amigos. Es en este sentido que el pronunciamiento más radical que propone la serie sea el de un profundo cambio de roles dentro de sus personajes: Ted adopta el papel del hombre que ha nacido para ser marido, Robin el de la mujer que ha nacido para no ser madre, Marshall el gigante bonachón, Lilly la pequeña y fragil que esconde una autoritaria, etc. El target ha cambiado y la sitcom romántica es ahora también un género para hombres.



Imagen 7: *Cómo conocí a vuestra madre*. Running gag del bocadillo en pasado y futuro.

Los roles de los personajes también son una de las claves para comprender *Community* (2009-). Los seis personajes principales, un grupo de estudio de una Universidad Pública, son plenamente conscientes de cual es su función en el grupo (el líder, la frágil, el ingenuo, la tradicional, el raro y el prescrito), por ello actúan en consecuencia sea cual sea la situación en que la serie les introduzca. Si *Cómo conocí a vuestra madre* crea un discurso clásico a partir de la ruptura temporal del relato, *Community* renueva el espacio de la sitcom y, con él, el mismo género.

Rick Altman asegura que “las películas poco vinculadas con los géneros dependen en gran medida de su propia lógica interna, mientras que las películas de género utilizan continuamente las referencias intertextuales” (Altman, 2000: 49) *Community* es, en este sentido, una sitcom irrefutable que convierte las reglas de diferentes géneros televisivos o cinematográficos en su situación particular³. Haciéndolo, se ríe de las características ajenas (y también de las propias) sin abogar nunca por la destrucción crítica de sus referentes. *Community* es como Jeff Winger, su protagonista: cínico, hedonista, narcisista pero de buen corazón. O lo que es lo mismo: posmoderno.

El humor es alérgico a la solemnidad, desacraliza, desmitifica, rechaza la gravedad, ejerce, en suma, un trabajo de destronamiento generalizado de los valores, en nombre del relativismo, erigido éste en valor fundamental en nuestra relación con el mundo,. El humorista es, en el fondo, un escéptico ante la realidad y el propio ser humano. (...) Ese escepticismo general que caracteriza a la posmodernidad se traduce retóricamente en el recurso a la ironía, la parodia y el juego, empleados para impugnar varios conceptos fundamentales: la autoridad de las instituciones, la unidad del sujeto y la coherencia y las fronteras entre discursos, géneros, artes y disciplinas. Se plantea, así, una ruptura y contestación frente a lo establecido (...). La parodia como metonimia del arte contemporáneo (...) ha dejado de ser un fenómeno vinculado a la intención del autor y a la inscripción de una serie de señales en el texto, para convertirse en una actitud de lectura, una forma desenfadada y autoconsciente de enfrentarse a ciertas manifestaciones culturales. (Roas, 2009: 83)

El escenario de la serie a lo largo de toda la primera temporada es siempre el mismo: nunca se

³ Conviene señalar la existencia de la sitcom británica *Spaced* (1999-2001) como antecesora paródica de *Community*. El propio Dan Harmon se ha confesado seguidor de la obra de Edgar Wright y, en particular, de esta sitcom hilarante y claustrofóbica donde los personajes viven sus vidas recreando la ficción.

saldrá de los terrenos universitarios. Sin embargo, cada episodio funcionará con base en una serie de reglas muy diferentes: desde estar inmersos en una trama de mafia propia de Scorsese, hasta convertirse en periodistas de investigación, ser guardas de seguridad viviendo una buddy movie, revivir los filmes de John Hughes o, con el episodio “Modern warfare”, entrar en una zona de guerra apocalíptica. “Modern warfare” es, además de un ejercicio de estilo apabullante, el capítulo escogido para hacer que la tensión sexual entre Jeff y Britta –que, como manda el manual de la buena sitcom, se lleva insinuando desde el primer episodio- quede resuelta. Para ello, los personajes quedan envueltos en la fantasía del soldado herido (el escenario es una batalla de paintball) e incluso bromean al respecto (“The group would be thrilled: the wounded soldier fantasy. Means we’re moments from doing it, right? It’s a miracle we still have clothes on!”) para acabar, efectivamente, quitándose la ropa. *Community* reconoce los lugares comunes del cine y la televisión, se ríe de su previsibilidad, y aun así, los usa (“Please don’t do a special episode about me” exclama Abed en el que, efectivamente, es un episodio especial sobre él).



Imagen 8: *Community*, capítulo 23, temporada 1. El tópico destapado y recreado

El pastiche y la hibridación genérica no son nada nuevo en el terreno audiovisual o en la sitcom, pero *Community* apuesta por la parodia por encima de la sátira. Nunca se dedica a reírse de los defectos del objeto mediante la burla, simplemente usa la caricatura para declararse plenamente consciente de lo que es (una sitcom que, como tal, cuenta con unas tramas y aspiraciones limitadas) y salirse de las normas propias de su género. Al final de cada episodio, los personajes siempre acabarán volviendo al redil demostrando que *Community* es la sitcom de la excepción hecha situación: la sitcom de la procrastinación.

Cuando Andy (Ricky Gervais) de *Extras* decía una y otra vez su catchphrase en “When the Whistle Blows” la audiencia estallaba en la carcajada colectiva. “Are you ‘avin’ a laugh?”, repetía, pero, el espectador real no podía responder de la misma manera: *Extras* es una sitcom que deja

la risa congelada. Otro de los grandes hallazgos cómicos de *The office* es, a su vez, el hecho de que David Brent (de nuevo Gervais), el jefe protagonista, crea ser una persona graciosa cuando en realidad todas sus performances cómicas sólo provoquen vergüenza ajena. El espectador de *The office*, al igual que el de *Larry David* o el de *Lucky Louie*, sufre, pero ello no impide que también se divierta. El espectador de *Rockefeller Plaza* o *Community*, se divierte, pero ello no quiere decir que sus personajes no sufran.

Como se ha podido comprobar, pese a hablar de una nueva sitcom en singular, ésta tiene muchos padres y vástagos variados. Resulta difícil hablar de una única revolución cuando lo cierto es que el post-humor no puede analizarse como una proclama unitaria. Si algo tienen en común las diferentes muestras, eso es la negación de algunos de los atributos que consolidarían sin reservas su permanencia en el género. Según Carlos Losilla,

La nueva comedia se salta ese invento llamado clasicismo porque significa un orden que nunca ha perseguido (...) en esas estamos ahora: en la recopilación de las ruinas (...) la propia ficción comienza a adquirir extrañas formas, a deformarse, a atender peticiones de la sensatez, de la forma definida, (...) adopta distintas morfologías hasta llegar a la edad de oro actual que, paradójicamente, podría ser también su crepúsculo. (Losilla, 2010: 107)

La sitcom o comedia de situación vive una (r)evolución propia de la recién etiquetada edad de oro de la ficción televisiva. Aun no sabe exactamente a donde se dirige y es posible que nada más llegar a ese punto, deba cambiar de rumbo sobre la marcha, pero su andadura ya es larga y los nuevos terrenos pisados, consistentes.

La cámara ha abandonado el escenario único. El tiempo cotidiano e infinito se enfrenta ahora a su propia muerte. Los personajes se han liberado del peso del rol para adquirir conciencia. La empatía social ya no sirve como moraleja. La solución del conflicto pasa por la creación de uno más grande. La carcajada plañidera se ha anulado en aras de una mayor libertad narrativa. El personaje se ha amotinado contra la acción. El cómico es el nuevo texto y la situación es ahora el metatexto. La sitcom se ha olvidado del público generalista y busca un espectador especializado. Las fronteras de la comedia se han vuelto difusas. El disfraz de género está permitido. La realidad se ha convertido en un nuevo terreno para la comicidad. Los contenidos han adquirido profundidad y madurez. La historia televisiva previa se ha convertido en referente explícito. Las técnicas audiovisuales se convierten en nuevos mecanismos del humor. Se permite la entrada de un sujeto de la enunciación explícito. El espectador tiene permitida la entrada dentro del marco de la sitcom. Se añaden puntos de vista más allá de los del patio de butacas. El discurso es casi siempre autorreflexivo.

Todos los elementos han evolucionado y se han puesto al servicio de una nueva comedia donde el humor no siempre busca hacer gracia. Esta nueva concepción del humor maduro trae parejo el hallazgo de una audiencia reenmarcada y, en consecuencia, una relectura del concepto de género. El espectador actual no sólo reconoce las normas del producto, sino que necesita coexistir con los guiños de la metaficción o con el reconocimiento de los propios mecanismos

de la comedia. Para la audiencia de comienzos de siglo, el adjetivo ha superado al concepto, y el nuevo humor ya sólo puede ser inteligente.

Referencias bibliográficas

- Altman, Rick (1984): "A Semantic/Syntactic Approach to Film Genre" en *Cinema Journal*, Vol. 23, No. 3 , pps. 6-18
- Altman, Rick (2000): *Los géneros cinematográficos*. Paidós. Barcelona
- Álvarez, Rosa (1999): *La comedia enlatada*. Gedisa. Barcelona.
- Attallah, Paul (2010): "Television discourse and situation comedy" en *Canadian review of American Studies*, Volumen 40, Número 1, pp. 1-24
- Costa, Jordi (2010): "La (im)posibilidad de una risa" en Costa, Jordi (Ed.) *Una risa nueva*. Nausícaä. España
- Creeber, Glen (2001): *The television genre book*. British Film Institute. Londres
- Dent, Eric B. (2001): "Seinfeld, Professor of Organizational Behavior: The Psychological Contract and Systems Thinking" en *Journal of Management Education*, 25; 648-659
- Goffman, Erving (2006): *Frame analysis. Los marcos de la experiencia*. CIS. Madrid
- Griffin, Jeffrey (2008): "The Americanization of The Office: A Comparison of the Offbeat NBC Sitcom and Its British" en *Journal of Popular Film and Television*, Volumen 35, número 4.
- Hurd, Robert (2006): "Taking Seinfeld Seriously: Modernism in Popular Culture" en *New Literary History*, Volumen 37, número 4, pps. 761-776
- López, Jose Manuel (2009): "It's funny because it's true: la comedia de situación se abre a lo real", en Oroz, Elena y De Pedro, Gonzalo (Eds.) *La Risa Oblicua*. Ocho y medio. Madrid
- Losilla, Carlos (2010): "Historia de una deriva" en Costa, Jordi (Ed.) *Una risa nueva*. Nausícaä. España
- Mills, Brett (2004): "Comedy verite: contemporary sitcom form" en *Screen*, 45:1, pp. 63-78
- Mills, Brett (2005): *Television sitcom*. British Film Institute. Londres
- Mills, Brett (2009): *The Sitcom*. Edinburgh University Press. Edimburgo
- Mitell, Jason (2001): "A Cultural Approach to Television Genre Theory" en *Cinema Journal*, Volumen 40, Número 3, pps. 3-24
- Neale, Steve & Krutnik, Frank (1990): *Popular film and television comedy*. Routledge. Londres

PREVIOUSLY ON

Roas, David (2009): "Humores posmodernos. Hacia una epistemología de la risa en la (supuesta) Era del Vacío", en Oroz, Elena y De Pedro, Gonzalo (Eds.) *La Risa Oblicua*. Ocho y medio. Madrid

Scharrer, Erica (2001) "From Wise to Foolish: The Portrayal of the Sitcom Father, 1950-90s", en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45: 1, pp. 23 -40

Taflinger, Richard F. (1996): "Sitcom: What It Is, How It Works" en *Washington State University*. [Consulta: 30.09.2010];

<http://www.wsu.edu:8080/~taflinge/sitcom.html>

vv.aa. (2009): "The language of laughter: a quantitative/qualitative fusion examining Television narrative and humor" en *Journal of Broadcasting & electronic media*. Diciembre 2009, pp. 497-514.

Series de Televisión

Bays, C. & Thomas, C. (creadores). (2005-) *Cómo conocí a vuestra madre*. EEUU. CBS

C.K. Louis (creador) (2006) *Lucky Louie*. EEUU. HBO

Crane, D. & Kauffman, M. (creadores). (1994-2004) *Friends*. EEUU. NBC

David, L. & Seinfeld, J. (creadores). (1989-1998) *Seinfeld*. EEUU. NBC

David, L. (creador). (2000-) *Larry David. Curb your enthusiasm*. EEUU. HBO

Fey, T. (creador). (2006-) *Rockefeller Plaza*. EEUU. NBC

Gervais, R. & Merchant, St. (creadores). (2001-03) *The office*. Reino Unido. BBC-2

Gervais, R. & Merchant, St. (creadores). (2005-07) *Extras*. Reino Unido. BBC-2

Gervais, R. & Merchant, St. (creadores). Daniels, G. (desarrollo). (2005-) *The office*. EEUU. NBC

Harmon, D. (creador) (2009-) *Community*. EEUU. NBC

Hurwitz, M. (creador). (2003-06) *Arrested development*. EEUU. FOX

McElhenney, R. (creador). (2005-) *It's always sunny in Philadelphia*. EEUU. FX

Moffat, St. (creador). (2000-04) *Coupling*. Reino Unido. BBC-2

Pegg, S. & Hynes, J. (creadores). (1999-2001) *Spaced*. Reino Unido. Channel 4