

06

La representación de la actualidad en las series de ficción españolas

Los casos de *7 vidas*
y *Aquí no hay quien viva*

The representation of the latest news in Spanish TV fiction shows: 7 vidas and Aquí no hay quien viva

Licdas. Belén Puebla Martínez; Elena Carrillo Pascual & Ana Isabel Iñigo Jurado

Ciencias de la Comunicación
Universidad Rey Juan Carlos

Resumen / Abstract

El objetivo de esta investigación es demostrar que las series de ficción españolas representan en sus tramas aspectos de la actualidad que son política y socialmente significativos en el momento de su emisión. Para ello, se han analizado dos de las series que han sido más relevantes en el panorama televisivo español: *7 vidas* (Tele 5: 1999-2006) y *Aquí no hay quien viva* (Antena 3: 2003-2006) y se han comparado con la prensa generalista durante el periodo de la muestra. Los resultados confirman que la ficción española es una ficción cercana, con situaciones muy cotidianas pero que, a su vez, no dejan de lado la representación de los aspectos de la actualidad socio-política más relevantes.

The purpose of this research is to prove that Spanish TV series provide their story lines with some of the most relevant political and socioeconomic issues by the time they are broadcasted. To this aim, two of the most relevant series in the Spanish television landscape have been analyzed: 7 vidas (Tele5: 1999-2006) and Aquí no hay quien viva (Antena 3: 2003 - 2006). They have been compared to the news published by the Spanish press for the period studied. The results confirm that Spanish TV fiction portrays daily situations without leaving aside, at the same time, the representation of the most relevant political and socioeconomic issues.

Palabras clave / Keywords

Telecomedia. Actualidad. Agenda Setting. Realidad. Prensa. Televisión. Prime time. Sitcom. Current issues. Agenda-Setting. Reality. Press. Television. Prime time.

1. Introducción

El interés del público español por las series de producción nacional ha sido el cambio más significativo vivido en la última década, en lo que a modificación de hábitos de audiencia se refiere. Se trata de una ficción cercana, con situaciones muy locales y con tratamientos narrativos que aportan una impresión de actualidad en el espectador. Los procesos de grabación de las series, casi simultáneos al momento de emisión, consiguen representar aspectos de la actualidad socio-política del momento. Éste es el caso de series como *7 vidas* o *Aquí no hay quien viva*, ambas producciones de mucho éxito y emitidas en *prime time*.

La comparación de los temas de actualidad que aparecen en las series con la agenda de los medios reflejada en los diarios *El País* y *El Mundo* nos permite comprobar cómo se representan los hechos noticiosos en producciones de ficción, un campo poco o nada estudiado por los teóricos de la *agenda setting*.

La mayoría de los estudios realizados sobre la ficción española tratan aspectos como la producción económica, las estrategias de programación o los análisis de audiencia. Los estudios que parten de un enfoque social analizan formatos informativos y, en raras ocasiones, de ficción o entretenimiento. De ahí la importancia de nuestra investigación, ya que viene a cubrir un hueco hasta ahora poco estudiado.

2. Objeto de estudio

El universo de referencia está compuesto por las series *7 vidas* (Tele 5: 1999-2006) y *Aquí no hay quien viva* (Antena 3: 2003-2006). Ambas narran las relaciones entre un grupo amplio de personajes heterogéneos y están ambientadas en núcleos urbanos.

En 1998 la productora Globomedia y los Estudios Picasso decidieron comenzar el rodaje de una serie para la televisión, adoptando el sistema de producción de las cadenas norteamericanas, y crearon *7 vidas*, una *sitcom* urbana que recoge los pequeños conflictos diarios, las experiencias y las relaciones de un grupo de vecinos y amigos.

Años más tarde, en septiembre de 2003, comenzó a emitirse en Antena 3 en horario de *prime time* la serie *Aquí no hay quien viva*, producida por Miramón Mendi. La telecomedia está ambientada en un edificio de viviendas en Madrid. Sus protagonistas son los vecinos, un grupo de personas completamente heterogéneo.

Todas las relaciones que surgen entre los personajes, junto con la ambientación en la época actual y en un entorno urbano, confieren un tiempo y un espacio idóneos para tratar los temas de actualidad que pueden marcar la agenda pública del telespectador. Esta cotidianidad se logra también al ser series corales, es decir, muestran una diversificación de personajes que permiten abrir el abanico de posibilidades narrativas y proporciona al espectador empatía hacia ellos y hacia las situaciones que le resultan cotidianas.

La elección de estas dos telecomedias se debe a varias consideraciones. Ambas series han tenido altos índices de audiencia, se han emitido en horario de *prime time* en sus respectivas cadenas y algunos de sus personajes han sido elegidos varias temporadas como los personajes más valorados de la televisión. Son, en definitiva, dos series de referencia de la televisión generalista española.

3. Marco teórico y revisión bibliográfica

Enmarcamos nuestra investigación dentro de la teoría de la *agenda setting*, que estudia el impacto de los medios en la opinión pública y en su conocimiento. Podemos resumir el vértice central de la teoría como el proceso de transferencia de los temas (*issues*), de los atributos, así como de la jerarquización de éstos desde la agenda mediática a la agenda pública, pasando por la agenda política. En las últimas fases de investigación de la teoría se ha estudiado la importancia de los diferentes factores que intervienen en el proceso anteriormente explicado. En sus inicios fue identificada como una hipótesis lineal y unidireccional, evolucionando hacia una perspectiva diferente donde se reconoce la compleja relación entre los medios y sus públicos.

En nuestro caso, queremos mostrar una aplicación de la *agenda setting* que hasta el momento no se ha realizado: la inclusión, dentro de la teoría, de la ficción televisiva.

Dentro de la ficción televisiva queremos centrar nuestro análisis en un formato específico: la telecomedia o *sitcom*. El estudio de las *sitcom* está más arraigado fuera de nuestras fronteras, sobre todo en Estados Unidos. Existen numerosos trabajos que son recopilaciones descriptivas de los diferentes formatos televisivos. En ellos siempre hay un apartado sobre las *sitcoms* donde podemos encontrar sus características e historia (Rose, 1985; Creeber, 2001; Holbert, Shah & Kwak, 2003). Por otra parte, Brett Mills (2005) realiza una exposición exhaustiva sobre las telecomedias desde diferentes perspectivas: la historia de las *sitcoms*, su estructura, análisis de las diferencias entre las *sitcoms* realizadas en diversos países, la representación narrativa y sobre el consumo por parte del espectador de este formato.

Las telecomedias estadounidenses también se han estudiado en España. Rosa Álvarez Berciano realiza en su libro *La comedia enlatada. De Lucille Ball a Los Simpson* (1999) un recorrido por los grandes momentos de la comedia televisiva estadounidense y explora las alternativas de futuro de este tipo de series en una nueva idea de televisión saturada de canales especializados y digitalizados.

Existen manuales compiladores de capítulos sobre televisión en los que podemos encontrar apartados dedicados a las telecomedias españolas desde diferentes enfoques, desde las influencias de la ficción televisiva norteamericana, hasta las formas de producción y creación de las series (Huerta Floriano, & Sangro Colón, 2007; SGAE, 1995; Toledano & Verde, 2007; Cascajosa Virino, 2007; Villagrasa, 1995).

Si nos ceñimos a las dos series que pretendemos analizar podemos comprobar que algunos investigadores han puesto su mirada en ellas para defender sus teorías. Iván Escobar (2004) centra su trabajo de tesis en la teoría del paradigma de Syd Field aplicado a la estructura dramática de, entre otras, la telecomedia *7 vidas*. Otros como Paul Julian Smith (2006) habla en su libro *Spanish Visual Culture. Cinema, television, internet* sobre la idea que formula la serie sobre el concepto de familia actual donde las situaciones individuales hacen que se improvisen nuevas formas de convivencia.

Por su parte, *Aquí no hay quien viva* aparece como ejemplo de creación de una telecomedia en el manual publicado por la Universidad Pontificia de Salamanca sobre la creación de series de ficción en España (Huerta Floriano & Sangro Colón, 2007). Paul Julian Smith también considera esta serie como referente para hablar de la comedia urbana en su libro *Television in Spain. From Franco to Almodóvar* (2006), enfocando su tesis en el fuerte interés por la convivencia "como en Crónicas de un pueblo, lo fundamental es la comunidad" (Smith, 2006: 66). Para Smith, la serie también permite analizar otros aspectos de la sociedad española como los problemas para encontrar vivienda o la concentración de población en las grandes ciudades.

Por último, hay que destacar que ambas series tienen publicaciones sobre sí mismas en las que sus propios guionistas explican cómo es su producción y creación. Por un lado, *7 años de 7 vidas* de Ana Pastor (2007) y, por otro, *Un poquito de por favor* de Mafo Plata (2005).

Si ya de por sí el estudio de la televisión en español es bastante reducido, como afirma Palacio (2001: 11), la unión de la *agenda setting* con las series de ficción no ha sido estudiado según hemos comprobado después de realizar una revisión exhaustiva sobre la materia. Aunque podemos encontrar unas aproximaciones que

han realizado algunos autores sobre las series de ficción y la actualidad del momento.

La investigadora Concepción Cascajosa (2003) realiza un análisis en el que los elementos relacionados con los atentados terroristas del 11 de septiembre en Estados Unidos y sus repercusiones se representan en las series norteamericanas *24* (FOX 2001 hasta la actualidad) y *El ala oeste de la Casa Blanca* (NBC 1999-2006). Los temas tratados son “la representación de la comunidad islámica, la raíz del rechazo a los Estados Unidos, la eficacia de los servicios de seguridad, las teorías conspirativas y las obligaciones de los mandatarios”. La autora llega a la siguiente conclusión:

La combinación de referencias directas con otras más enmascaradas es un elemento que permite que la serie tenga un complejo subtexto acorde a los frecuentes giros de su argumento y la riqueza de su estilo narrativo y estético. [...] 24 acaba funcionando como un texto complejo lleno de referencias al mundo actual y, al contrario de muchas otras obras que parten de condicionamientos ideológicos pre-fijados, su apuesta por el entretenimiento permite que su contenido crítico sea aceptado e interpretado libremente por el espectador. (Cascajosa, 2003)

Mario García de Castro (2003) realiza un repaso a las particularidades del éxito de las series de ficción en España entre 1995 y 2000 y, entre otros elementos, considera que la contemporaneidad no sólo llega a los valores morales sino también a través del tiempo presente y el ámbito local, ya que las historias suceden en el aquí y el ahora. Estas características las encontramos a través de dos factores: “Los elementos de referencialidad de sus historias y los resortes de conexión y de pertenencia a la comunidad”. De Castro analiza series como *Compañeros* (Antena 3: 1998-2002) y *Periodistas* (Tele 5: 1998-2002) en las que “las tramas sociales son una muestra de que el relato televisivo debe actualizarse para seguir cumpliendo con su función representacional y encajar en el imaginario colectivo vigente. Esta voluntad testimonial suele estar definida por temas, si no políticos, sí sociopolíticos”.

En la serie *Familia Kft*, de la televisión húngara, en la temporada 1997-98 se incorporó el personaje de un militar por iniciativa del Ministerio de Defensa para que, con ayuda de los diálogos, se alabarán los méritos de la adhesión de Hungría a la OTAN. Con este ejemplo podemos ver cómo la ficción “es utilizada de forma más o menos explícita para generar en los espectadores consenso en torno a postulados deseables para quienes controlan los medios audiovisuales”, según afirma Rodolfo Giner (1998).

Por último, cabe destacar una investigación realizada por M^a del Mar Grandío, centrada en descubrir los valores representados en las tramas argumentales de la *sitcom Friends* (NBC: 1994 - 2004). La peculiaridad de este estudio se centra en la aplicación de la teoría del *framing* al estudio de un producto de ficción televisivo. La hipótesis de Grandío es que “las ficciones televisivas proponen unos temas concretos y de una determinada manera a la audiencia. Las historias contadas en televisión dan importancia a unos determinados asuntos respecto a otros que no aparecen en sus tramas dramáticas”. Grandío considera que existen problemas específicos a la hora de realizar el análisis de las comedias de situación: el discurso de las comedias provoca que los temas y situaciones no se presenten con seriedad; los personajes se expresan con mayor exageración y afectación y sus acciones poseen generalmente un carácter histriónico debido a que en las *sitcoms* los personajes hablan más que actúan; los personajes suelen tener muchos defectos y pocas virtudes, están muy estereotipados; sus acciones no se basan en alcanzar bienes futuros, sino en huir de males presentes; y por último, todo lo exterior se presenta como negativo y, por tanto, se afianza la cohesión de grupo. Por tanto, Grandío concluye que “el tratamiento humorístico condiciona el contenido de las tramas y dificulta su investigación”.

4. Objetivos de la investigación

El principal objetivo de esta investigación es analizar la representación de la actualidad en las series de ficción españolas.

Objetivos particulares:

- Determinar cuáles son los temas y subtemas que son representados con más frecuencia en las series seleccionadas.
- Identificar qué protagonistas de la actualidad aparecen en las telecomedias.
- Comprobar la frecuencia de aparición de los temas que aparecen en la agenda mediática (prensa de referencia) en las series de ficción.
- Realizar un pretest con el fin de comprobar que la metodología utilizada para el estudio es correcta.

5. Hipótesis de partida

Teniendo en cuenta la revisión histórica y teórica realizada y los objetivos propuestos, las hipótesis de partida se concretan de la siguiente manera:

- H1: Existe una relación entre los acontecimientos más relevantes de la actualidad (los que componen la agenda mediática) y los que aparecen en las *sitcom*.
- H2: Los temas políticos son los más representados en las series estudiadas.
- H3: Los personajes políticos son los que más aparecen en las menciones y tramas de las telecomedias.
- H4: Las cadenas de televisión utilizan las *sitcoms* que emiten para autopromocionarse.

6. Metodología y corpus de la investigación

La organización del proceso de trabajo se plantea de la siguiente manera:

En la primera parte de la investigación se ha revisado la evolución histórica y teórica de nuestro objeto de estudio.

Si la primera parte recibe un tratamiento teórico analizando el estado de la cuestión del tema y explicando los conceptos utilizados, la segunda parte se centra en la investigación empírica.

Para finalizar, la última parte comprende las conclusiones extraídas después de analizar todo el material y de realizar las comparaciones correspondientes, contrastando las hipótesis de partida.

El proceso de trabajo puede resumirse en el siguiente cuadro:

Tabla 1: Proceso de trabajo	
1º Parte	Evolución histórica y teórica (contextualización)
2º Parte	Análisis de datos (metodología)
3º Parte	Conclusiones (resultados)

Para el desarrollo y análisis de la representación de la actualidad en las series de ficción españolas vamos a utilizar como técnica de investigación el análisis de contenido, al considerarlo el método más adecuado para nuestro estudio y para los objetivos perseguidos, ya que, como afirma Krippendorff (2002: 28), se trata de "una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto".

Después del planteamiento de objetivos y de la revisión de modelos de fichas ya consolidadas en estudios similares se confeccionaron dos fichas de análisis (una para menciones y otra para tramas) ajustadas a nuestro estudio. También se elaboró una categorización para poder tematizar cada trama y cada mención. Se siguió la estructura que se utiliza en la prensa, dividiéndola en temas que corresponden a las secciones de un diario y, a su vez, integrando en cada tema una serie de los subtemas que aparecerían en cada sección.

Terminada esta parte del proceso se realizó un pretest para comprobar la adecuación de la ficha a los documentos a analizar y para verificar el grado de fiabilidad de todos los codificadores.

Por último, y tras el visionado de los capítulos y el cumplimiento de la ficha, se realizó la búsqueda de los descriptores seleccionados en la prensa y se llevó a cabo el estudio estadístico de los resultados y la enunciación de las conclusiones de la investigación.

6.1. Trabajo de campo

6.1.1. Acotación del objeto de estudio

El periodo cronológico que abarca el estudio se extiende desde marzo hasta mayo de 2004, ambos inclusive, recogiendo la emisión simultánea de las dos series referentes al objeto de estudio.

6.1.2. Muestra

Para la construcción del corpus de la investigación, utilizamos diferentes instrumentos que nos permiten crear una ficha de análisis para nuestro estudio.

Por un lado, se han seleccionado 10 capítulos de cada una de las series elegidas que han coincidido juntas por primera vez en emisión. Se trata de los primeros capítulos de la temporada duodécima de *7 vidas* (capítulos del 151 al 160) y de la segunda temporada de *Aquí no hay quien viva* (capítulos del 18 al 27).

Los periódicos elegidos para analizar la agenda mediática son *El País* y *El Mundo*. Utilizamos sólo dos periódicos porque nuestro estudio busca conocer la actualidad del momento, no la línea editorial que pueda mostrar cada medio, es decir, no necesitamos profundizar en el tratamiento informativo que le da cada diario al hecho noticioso, sino el conocimiento del hecho en sí mismo.

La elección de dichos medios se debe a los resultados obtenidos por el Estudio General de Medios (EGM) y por la Oficina de Justificación a la Difusión (OJD) que muestran que son los diarios generalistas con mayor número de lectores y con mayor difusión.

Se ha utilizado la base de datos Lexis Nexis para la recopilación de noticias. Las búsquedas se realizaron de la siguiente manera. Se extrajeron diferentes descriptores por cada mención y se realizó una búsqueda seleccionando aquellas noticias en las que en el titular y en la entradilla aparecieran dichos descriptores. Siguiendo el promedio de tiempo del proceso de producción de las series se ha considerado oportuno realizar la búsqueda de las menciones acotando el tiempo de la búsqueda a los dos meses anteriores a la emisión de cada capítulo. Es decir, si el capítulo analizado se emitió el 21 de marzo de 2004, la búsqueda se acotó al periodo transcurrido entre el 21 de enero y el 21 de marzo de 2004.

Se han codificado un total de 673 secuencias, de las que se han constatado 216 menciones, y 70 tramas de las cuales once son de actualidad. La verificación del intercodificador ha dado como resultado un coeficiente de fiabilidad del 98,5%.

	Secuencias	Tramas	Menciones
7 vidas	198	31	156
Aquí no hay quien viva	475	39	60

7. Análisis de resultados

En esta investigación hemos utilizados dos unidades de análisis ya comentadas en la metodología. Partiremos, en primer lugar, del análisis de la unidad más general, la trama; para, en segundo lugar, centrarnos en la unidad más específica, la mención.

7.1. Tramas de actualidad

Las *sitcoms* españolas suelen desarrollar entre tres y cuatro tramas que se entremezclan y concluyen en cada capítulo. Cada trama tiene dos o tres personajes protagonistas que dirigen el relato. Pero cuentan con personajes secundarios que

ayudan al desarrollo de la misma y que, a su vez, son protagonistas de otra trama. Es decir, la mayoría de los personajes aparecen en todas las tramas del capítulo, ya sea como protagonistas o como secundarios. No hay que olvidar que estamos analizando dos series corales, con multitud de personajes que interactúan unos con otros. En ocasiones, dentro de las tres o cuatro tramas que se desarrollan, al menos una de ellas hace referencia a algún tema de la actualidad del momento de emisión.

En *Aquí no hay quien viva* hemos podido observar que en seis de los diez capítulos analizados se desarrolla alguna trama relacionada con temas de actualidad. De esta forma, hemos contabilizado siete tramas de actualidad en los diez capítulos analizados desde el 24 de marzo de 2004 hasta el 2 de junio de ese mismo año. De las tramas que hemos considerado de actualidad un total de cinco tratan temas relacionados con sociedad, otra sobre cultura y una última referida a sucesos.

Analizando más en profundidad las tramas, podemos observar que aquéllas que desarrollan temas de sociedad hacen referencia en su mayoría (75%) a temas relacionados con la homosexualidad. Este es el caso por ejemplo de la trama que se desarrolla en el capítulo *Érase un desafío* (2.21), del 14 de abril de 2004. En él, los protagonistas son Mauri (Luis Merlo) y Bea (Eva Isanta), ambos homosexuales que comparten piso. En el capítulo Mauri presiona a Bea para que cuente a sus vecinos su condición sexual, ella rechaza esta idea y se justifica diciendo que ser gay está bien visto, pero que las lesbianas lo siguen teniendo difícil a la hora de ser aceptadas por la sociedad.

Otro ejemplo lo encontramos en el capítulo *Érase una parabólica* (2.26), en el cual Bea quiere adoptar un bebé, pero le resulta complicado al ser soltera y lesbiana. Mauri y ella simulan ser pareja ante la asistente social, pero son descubiertos y no consiguen la adopción.

Aún así, también encontramos tramas de sociedad con otras subtemáticas. Este es el caso de la trama desarrollada en el capítulo *Érase un mercadillo* (2.23), emitido en el 28 de abril de 2004, en el que se hace referencia a la boda real del Príncipe Felipe y Letizia Ortiz. En ella, Emilio (Fernando Tejero), el portero de la comunidad, quiere comprar un anillo de compromiso. Acude junto a su padre, Mariano (Eduardo Gómez) y José Miguel (Eduardo García), el hijo menor del presidente de la comunidad de vecinos, a una joyería en la que el niño roba los anillos que han encargado los Príncipes para su boda. Son detenidos por el robo, pero el mismo Príncipe Felipe pide que se les deje libres y sin sanción.

También hay que destacar la trama relacionada con cultura que aparece en el capítulo *Érase un negocio* (2.20), del 7 de abril de 2004, donde se hace alusión a la Pasarela Cibeles de Madrid, o la trama relacionada con sucesos de capítulo *Érase una patrulla ciudadana* (2.22), emitido el 21 de abril, donde hacen referencia a la inseguridad ciudadana de los barrios.

En relación a las tramas de *7 vidas* hay que destacar que en cinco de los diez capítulos analizados aparece alguna trama relacionada con temas de actualidad. Contabilizamos por tanto un total de seis tramas que se pueden considerar de actualidad en los capítulos analizados entre el 21 de marzo y el 30 de mayo de 2004.

La temática que más se repite de las tramas de actualidad en *7 vidas*, al igual que ocurría en el caso de *Aquí no hay quien viva*, es la de sociedad, con un porcentaje del 50%. Luego, encontraríamos cultura, nacional y deportes, todas ellas con un porcentaje del 16,6%.

De las tramas dedicadas a sociedad, podemos ver distintas subtemáticas. Este es el caso del capítulo *Erection* (12:154), del 18 de abril de 2004, en el que se trata el tema de la vivienda. En ese caso, Sergio (Santi Millán) y Vero (Eva Santolaria) han roto su relación, pero debido al problema de la vivienda es imposible que puedan comprar o alquilar un piso por separado. Así que toman la decisión de seguir viviendo juntos, con los problemas que eso puede contraer para la convivencia.

Otra subtemática relacionada con sociedad, más en concreto con inmigración, la encontramos en el capítulo *Matrimonio de conveniencia* (2.152), emitido el 4 de abril de 2004, en el que Diana (Anabel Alonso) se arriesga a concertar un matrimonio de conveniencia, gracias al cual ella recibirá una compensación económica y permitirá a un inmigrante conseguir los papeles necesarios para poder residir en España. Se trata de un asunto que saltó a los medios en varias ocasiones y que preocupó a las autoridades competentes.

En relación a la trama dedicada a cultura que aparece en el capítulo *Carlota peina a Bisbal* (12:151), del 21 de marzo, se hace alusión a la música, en este caso al nuevo disco que acababa de sacar el cantante David Bisbal, y que a su vez fue artista invitado en el capítulo. En el caso de la trama dedicada a nacional del capítulo *Fools Monty* (12:153) emitido el 11 abril, se habla tanto de la campaña electoral como de las acciones del Gobierno central de aquel momento. Por último, la trama dedicada a deportes desarrolla la actualidad del fútbol a través del campeonato de *Champion League*, que por estas fechas se encontraba en su fase final.

7.2. Menciones de actualidad

Es destacable la función que cumplen las menciones en este formato de ficción. Con ellas, se introducen pequeñas pinceladas de temas reales y, a menudo, actuales, que pueden influir de algún modo en el espectador. Sirven, a su vez, para marcar de forma más rotunda la postura de cada personaje respecto al tema tratado. El alto índice de ironía en unos casos o de ingenuidad en otros permite ofrecer una visión subjetiva de la realidad que representan.

En este estudio se pretende comprobar la frecuencia de aparición de los temas tratados en las menciones sin entrar a valorar el tratamiento que se le ha otorgado a cada una de ellas.

7.2.1. Temas tratados en las menciones

Tras haber realizado el análisis de las menciones que aparecen en la series, podemos destacar que, en relación a las temáticas que desarrollan, la mayor parte de las menciones hacen referencia al tema sociedad con un 35,4% en *7 vidas* y un 30,5% en *Aquí no hay quien viva*.

En la serie *7 vidas*, en segundo lugar aparece nacional con un 17,1%, seguido de comunicación y cultura con un 13,9% en ambos casos. Destaca la sección de economía con un 1,9%. Mientras que en *Aquí no hay quien viva* el segundo lugar lo copa cultura con un 25,4%. Algo más alejadas encontraríamos las menciones dedicadas a comunicación o deportes, con algo más de un 10%, seguidas de economía, nacional o internacional, que apenas llegan al 5%.

Vemos, por tanto, cómo la temática sociedad es la más relevante en ambas series, sin encontrar ninguna semejanza más en cuanto a temas se refiere.

7.2.2. Subtemas tratados en las menciones

Una vez observados los temas principales a los que hacen referencias las menciones analizadas, es conveniente realizar un análisis más completo de éstas. Para ello, vamos a examinar los subtemas de cada una de las temáticas expuestas anteriormente.

En *7 vidas*, existen numerosas referencias a la campaña electoral (28%), hecho que de algún modo está justificado ya que España se encontraba inmersa en los comicios de 2004. Tenemos, por ejemplo, la mención que realiza Carlota (Blanca Portillo) a Vero (Eva Santolaria) en el capítulo *Más madero* (12:158): "Si es que no

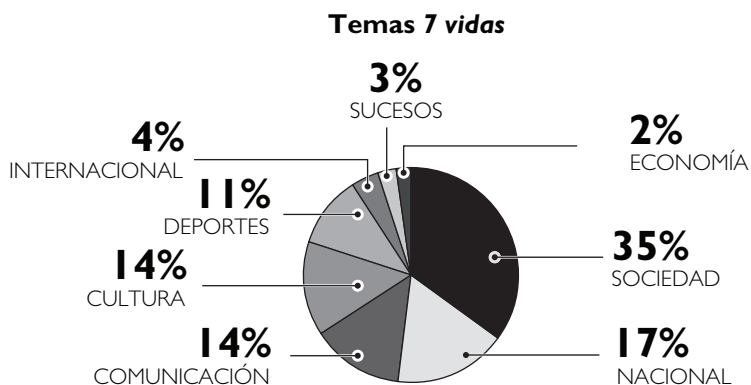


Gráfico 1: Temas de actualidad tratados en 7 Vidas (en porcentajes)

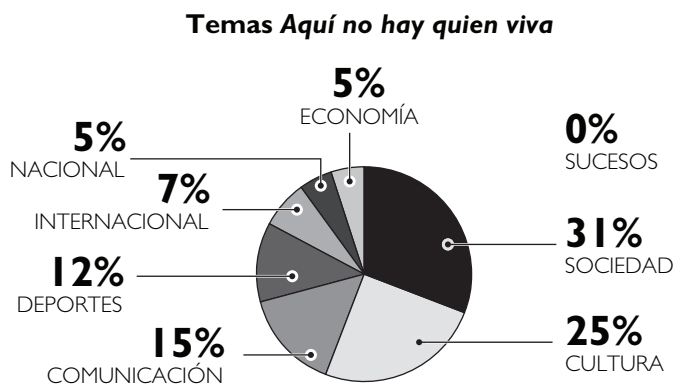


Gráfico 2: Temas de actualidad tratados en Aquí no hay quien viva (en porcentajes)

se puede ser tan blandita, como se nota que vuelve a gobernar la izquierda". De igual forma, debemos destacar las menciones referidas a partidos políticos con un 24%, seguidas de gobierno central y gobiernos autonómicos, ambas con un 20%. Encontramos casos como la frase citada por el Frutero (Santi Rodríguez) en el capítulo *Erection* (12:154): "Mira Zapatero, ha ido cediendo y se le ha llenado la casa de mujeres. El Congreso lo va a tener limpiísimo, pero el país hecho una mierda". En el caso de *Aquí no hay quien viva* podemos ver que el total de las menciones sobre nacional se reparten con el mismo porcentaje (33.3%), entre iniciativas o acciones del gobierno central, de comunidades autónomas y campaña electoral.

En cuanto al apartado de internacional, vemos que en ambas producciones el 50% de las menciones se refieren a conflictos armados, en este caso, todas las menciones de este subtema se referían al conflicto de Irak. Podemos destacar menciones como la que realiza Sole (Amparo Baró) en *7 vidas* en el capítulo *Matrimonio de conveniencia* (12:152): “Hay cosas que no se pueden hacer por dinero: matar, secuestrar a alguien, destruir Irak...” o la mención de José Miguel (Eduardo García) en *Aquí no hay quien viva* (2:22): “Nosotros no somos como Bush, necesitamos pruebas”. En *7 vidas* hay que destacar las menciones referidas a terrorismo, iniciativas de EE.UU. y las de otros países, las cuales aparecen todas ellas con un 16,7%; mientras que los temas internacionales tratados en *Aquí no hay quien viva* se refieren a iniciativas o acciones de la Unión Europea e iniciativas o acciones de EE.UU., ambas con un 25%.

Dentro de la sección de sociedad, el tema que más destaca es gente (49% en *7 vidas* y 66,7% en *Aquí no hay quien viva*) donde se engloban todas las referencias a personajes de la vida social española (no incluimos en este subtema las menciones sobre prensa del corazón, ya que hemos englobado en ésta todas las menciones referidas a relaciones de parejas entre famosos). En segundo lugar, en *7 vidas*, aparece el subtema de realeza (25,5%), justificado por la celebración en esos meses de los preparativos para la boda real del príncipe Felipe y Letizia Ortiz, celebrado en mayo. Vemos a modo de ejemplo cómo Diana (Anabel Alonso) dice “las suegras ya no son así, ahí tienes a la Reina que ha aceptado como nuera a una divorciada”. Por último, destaca el porcentaje referido a la crónica rosa (11,8%). Conviene recordar que en 2004 Tele 5 vivía una época de esplendor marcada por programas del corazón como *Salsa Rosa* (Tele 5: 2002-2006) y *Aquí hay tomate* (Tele 5: 2003-2008). Por otro lado, en *Aquí no hay quien viva* el segundo puesto lo ocupan inmigración y familia, ambas con un 11,1%. En el caso de familia, tendríamos en su mayoría menciones referidas a temas relacionados con la homosexualidad (matrimonios, adopciones, convivencia, etc). Un ejemplo lo encontramos en el capítulo *Érase un desafío* (2:22) de *Aquí no hay quien viva* en el que Bea (Eva Isanta) explica a Mauri (Luís Merlo): “Para un hombre es muy fácil salir del armario. Ser gay está de moda”, haciendo así alusión al problema que tiene Bea para manifestar su condición sexual en público. En tercer y último lugar, encontramos crónica rosa y realeza, ambas con un 5,6%.

Respecto a la sección de economía hay un tema que destaca por encima con gran diferencia: el paro (66,7% en *7 vidas* y 50% en *Aquí no hay quien viva*). Un dato que si lo comparamos con los barómetros del CIS de la etapa estudiada, vemos que tiene un alto índice de relevancia en la sociedad española, ocupando el primer puesto como la mayor preocupación que tienen los españoles en los primeros meses de 2004.

En *7 vidas*, tan sólo un subtema aparece de la sección de sucesos y es el referente a la delincuencia y a la inseguridad ciudadana, un hecho que también se refleja en los barómetros del CIS de la época analizada. Sin embargo, en *Aquí no hay quien viva* no hay ninguna mención que trate temas referidos a sucesos. Podemos afirmar por tanto que ambas series prefieren no tocar temas que pueden herir fácilmente la sensibilidad del espectador, y optan por otras temáticas para hacer referencia a la actualidad.

En la sección de deportes destaca el fútbol (64,7% en *7 vidas* y 42,9% en *Aquí no hay quien viva*) como el deporte con más menciones, y lo mismo ocurre si observamos esta sección en un diario generalista. El fútbol asume más de la mitad de la sección. En segundo lugar, se encuentra situado el motor (11,8% en *7 vidas* y 14,9% en *Aquí no hay quien viva*) coincidiendo así con los primeros triunfos del piloto español Fernando Alonso en los circuitos internacionales. Poco o ningún espacio encuentran otros deportes como tenis, ciclismo o baloncesto, disciplinas en las que cosechamos grandes éxitos.

En la serie *7 vidas*, dos son las áreas de cultura que centran la atención de las menciones. Por un lado, música (59,9%) haciendo referencia en especial a los artistas españoles. Hay que recordar que una de las tramas del primer capítulo analizado, *Carlota peina a Bisbal* (12:151), se centra en la figura del cantante, el cual aparece al final del capítulo actuando y cantando. Y, por otro, el cine (18,2%), que, al igual que pasa con la música, cobra más relevancia todo lo relacionado con el cine producido en España y con los actores españoles. Sin embargo, en *Aquí no hay quien viva* destaca el tema de moda con un 53,3%. La justificación en este caso la encontramos en la Pasarela Cibeles (ahora conocida como Cibeles Madrid Fashion Week) cuya celebración se realiza todos los años en la última quincena de febrero. En segundo lugar, debemos destacar las menciones referidas a temas de música con un 26,7%, seguida de cine con un 13,3%. En último lugar, encontraríamos las menciones relacionadas con tecnología, investigación o ciencia, con apenas un 7%.

Por último, tras analizar las menciones referidas a la sección de comunicación en *7 vidas*, destaca con un 59,1% las alusiones de los protagonistas a personajes y programas de la misma cadena como una forma de autopromoción refiriéndose, en su mayoría, a los programas de más éxito del momento como *Crónicas marcianas* (Tele 5: 1997-2005), *Aquí hay tomate* (Tele 5:2003-2008), *Salsa rosa* (Tele 5:2002-2006), *Gran Hermano* (Tele 5: 2000-2009), o *Gran Hermano Vip* (Tele 5: 2004). Esto no ocurre en *Aquí no hay quien viva* donde más de la mitad de las menciones (55,6%) se refieren a alusiones hacia otras cadenas de televisión. Como por ejemplo, la realizada por Emilio (Fernando Tejero) (2:21), "quiero ser algo importan-

te: médico, ingeniero, concursante de Gran Hermano...". No se realiza ninguna reseña a personajes o programas de su misma cadena, Antena 3, fórmula muy usada por las series españolas como mecanismo de autopromoción.

En definitiva, el subtema que acaparan el mayor número de menciones en ambas producciones es gente. Como ya se ha comentado anteriormente, en las series toman mayor relevancia los personajes que son noticia que las noticias en sí mismas. En *7 vidas*, el segundo puesto lo ocupan las menciones referidas a la realeza, sobre todo centradas en la Casa Real española. Le siguen las alusiones a los programas de la misma cadena y a la música que está de actualidad en ese momento. El fútbol también tiene relevancia en número de menciones siendo los equipos más representados Real Madrid y F.C. Barcelona. En la serie de Tele 5 la política está marcada sobre todo por las menciones a la campaña electoral y sus resultados en las urnas. También hay referencias a las acciones del gobierno central y los partidos en la oposición y las acciones de los gobiernos de las Comunidades Autónomas.

Sin embargo, en *Aquí no hay quien viva*, destacan los subtemas de moda, hecho justificado por la celebración de la Pasarela Cibeles; le siguen las alusiones a conflictos armados, referidos en su mayoría a la guerra de Irak, y comunicación de otras cadenas. Además, resaltan las menciones referidas al gobierno central o gobiernos autonómicos y a la campaña electoral, todo ello justificado por la celebración de las elecciones generales de marzo de 2004.

7.2.3. Protagonistas de las menciones

Una de las variables que hemos tenido en cuenta en el análisis de contenido de las series es la de el/la protagonista de la mención. Se trata de las personas o instituciones que han sido nombrados por los personajes de las series. En la serie *7 vidas* encontramos 99 menciones a diferentes protagonistas; mientras que en *Aquí no hay quien viva* el número es mucho más reducido, llegando tan sólo a 22. En total son 121 protagonistas. La mayoría de ellos son mencionados sólo una vez en los 20 capítulos analizados, pero hay algunas excepciones que desarrollamos a continuación.

En *7 vidas* los personajes que han sido mencionados más de una vez son David Bisbal, Chenoa, Carmen de Mairena, Lady Di, Letizia Ortiz, la Reina Sofía y María Jiménez; y, por otro lado, la Casa Real y el Partido Popular. En el caso de *Aquí no hay quien viva*, los protagonistas mencionados en más de una ocasión son George Bush, Marta Sánchez, Sara Montiel y José Luis Rodríguez Zapatero.

Algunos personajes son mencionados en las dos series. Se trata de David Bisbal, Donatella Versace, Isabel Pantoja y Ronaldiño.

Ya se ha hecho un análisis de los temas y subtemas de actualidad que más aparecen en las series, y es natural que haya una correspondencia entre la frecuencia de aparición de éstos y la adscripción a los temas que recibirían los protagonistas nombrados por los actores. Sin embargo, conviene mencionar algunos casos relevantes.

En primer lugar, encontramos que si sumamos las veces que han sido mencionados partidos políticos o sus líderes en ambas producciones, la cifra asciende a 16 menciones. En el caso de la realeza, sumando las alusiones a la monarquía española en su conjunto o sólo a alguno de sus miembros, detectamos ocho menciones. Cabe resaltar también que en siete ocasiones han sido nombrados futbolistas. Por otro lado, detectamos que en diez ocasiones han sido citados cantantes.

En definitiva, vemos que la mención de personajes de actualidad es un recurso muy utilizado, sobre todo en la serie *7 vidas*, demostrando un alto grado de originalidad al hacer pocas repeticiones. Como se ha mencionado, los colectivos más citados son los políticos, la realeza, los cantantes y los futbolistas.

7.3. Apariciones en la prensa

Una vez analizados los temas, los subtemas y los protagonistas es el momento de hablar del número de apariciones que tienen en la prensa las menciones de las series. Para poder realizar esta clasificación, se ha elaborado una escala que nos muestra el grado de relevancia que tienen dichos temas en la prensa estudiada. Así tenemos una escala de cuatro valores. Aplicamos el valor '0' cuando no

	<i>7 vidas</i>	<i>Aquí no hay quien viva</i>
0. Ninguna aparición	24,4%	20,3%
1. De 1 a 10 apariciones	27,6%	32,2%
2. Del 11 a 50 apariciones	23,1%	20,3%
3. De 51 en adelante	25,0%	27,1%

encontramos ninguna aparición en la prensa sobre lo mencionado de la serie. Al valor '1' le corresponde a las menciones que aparecen entre 1 y 10 veces en los diarios. Cuando localizamos entre 11 y 50 apariciones le damos el valor '2' y el '3' si hay más de 51. De esta forma, podemos clasificar qué consideramos actualidad, en este caso si aparece en prensa o no, y el grado de importancia que tienen según el número de apariciones en prensa, lo cual queda reflejado en la siguiente tabla.

Se ha podido constatar que la mayoría de las menciones encuentran representación en la prensa. En *7 vidas*, el 75,6% de las alusiones a personajes, instituciones o temas reales son citados en los titulares o el primer párrafo de los diarios analizados. En *Aquí no hay quien viva* el porcentaje asciende hasta el 79,7%.

El valor al que concedemos más importancia es al último, el que contempla más de 51 apariciones. En *7 vidas* este valor alcanza el 25% y en *Aquí no hay quien viva* el 27,1%. Vemos que es muy similar el grado de relevancia de los diferentes temas que otorgan los medios impresos y el que conceden las series.

En *7 vidas*, las menciones con más de 51 apariciones en la prensa son las de nacional (33,3%), seguidas de sociedad y deportes (20,5% en ambos casos). Para *Aquí no hay quien viva* el porcentaje más alto lo encuentra sociedad (26,7%), seguido de deportes y de internacional (20% en ambos casos).

8. Conclusiones

Tras la investigación realizada, podemos concluir que existe una alta frecuencia de aparición entre los acontecimientos más relevantes de la actualidad (boda real, conflicto de Irak, elecciones generales) y los que aparecen en las telecomedias. Pero no podemos pasar por alto otros temas que, sin llegar a la relevancia de los que comentamos, también son tratados en las series. Éste sería el caso de contenidos como inmigración, matrimonios y adopciones de parejas homosexuales o el paro, que son temas más atemporales, pero que en el momento de emisión ocupaban espacio en la prensa de referencia. Además, es destacable la ausencia de alusiones a los atentados del 11-M, tema que ocupó la agenda mediática durante gran parte del periodo de la muestra, hecho quizá justificado por el carácter de entretenimiento del formato.

Por otro parte, tenemos que anular parcialmente una de nuestras hipótesis de partida ya que los temas políticos no son los que más apariciones tienen en las series. En ambas telecomedias, como ya hemos afirmando anteriormente, los temas que predominan son los sociales como inmigración, sanidad, paro... Aún así, es-

ta hipótesis queda anulada parcialmente porque encontramos una diferenciación entre ambas series. Hemos comprobado cómo dentro de los temas de *7 vidas* la política ocupa el segundo lugar dentro de las menciones. Por tanto, podemos concluir que *7 vidas* muestra más explícitamente rasgos ideológicos en sus tramas y menciones y que en *Aquí no hay quien viva* este tipo de temas quedan mucho más relegados, dando mayor importancia a los temas sociales o a la cultura.

Si comprobamos los resultados de los personajes que aparecen en más menciones y tramas de ambas series vemos que los colectivos más representados son los políticos, la monarquía, los futbolistas y los cantantes. Por tanto, no son únicamente los personajes políticos los protagonistas de este tipo de menciones, aunque se ha podido demostrar que los políticos y la monarquía son muy recurrentes para ambas series, posiblemente propiciado por los acontecimientos que se estaban desarrollando en aquellos momentos (elecciones generales y boda real).

Al igual que ocurría con la hipótesis de temas políticos, debemos anular parcialmente la afirmación de que las cadenas de televisión utilizan las *sitcoms* que emiten para autopromocionarse. Esto sólo ocurre en el caso de *7 vidas*, donde utilizan la plataforma de la serie para promocionar a personajes y programas de la misma cadena y, en ocasiones, criticar a los del resto de cadenas. Sin embargo, *Aquí no hay quien viva* no utiliza la serie para su promoción interna.

Queremos señalar que las conclusiones que aquí hemos presentado son orientativas y que es necesario seguir investigando en esta línea para, por una parte, obtener más indicadores válidos y fiables que permitan evaluar de forma más exhaustiva la actualidad en las series de ficción, por otra, efectuar un análisis en esta muestra mayor que permita realizar un seguimiento más completo en este tipo de investigaciones y, por último, completar este tipo de análisis con estudios de efectos para evaluar la percepción de las audiencias españolas con respecto a la presencia de los temas de actualidad en este tipo de series de ficción.

Referencias

Allen R.C. (Ed.). (1995). *To be continued...: soap operas around the world*. Londres: Routledge.

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

Barnouw, E. (1975). *Tube of plenty: The evolution of american television*. Nueva York: Oxford University Press.

Berganza Conde, M^a R. & Ruiz San Román, J.A. (Coords.). (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.

Bignell, J. & Lacey, S. (2005). *Popular television drama. Critical perspectives*. Manchester: Manchester University Press.

Buonanno, M. (2001). Conceptos clave para el story-telling televisivo. Calidad, mediación, ciudadanía. *Diálogos de la Comunicación*, 64, 77-85.

Buonanno, M. (1999). *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*. Barcelona: Gedisa.

Canel, M^a J., Llamas, J. P., López-Escobar, E., McCombs, M., Rey, F. (1996). Agenda-setting: investigaciones sobre el primer y el segundo nivel. *Comunicación y Sociedad*, vol IX, nums. 1 y 2, 9-66.

Cascajosa Virino, C. C. (Eed.). (1997). *La caja lista: televisión norteamericana de culto*. Barcelona: Alertes.

Cascajosa Virino, C. C. (2003). A través del espejo: el mundo después del 11-S en '24'. *Revista Latina de comunicación social*. Extraído el 8 de febrero, 2006 de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20035632cascajosa.htm>

Cascajosa Virino, C. C. (2005). Procesos de hipertextualidad en la ficción televisiva norteamericana. *Área Abierta*, 5. Extraído el 13 de febrero, 2009 de <http://www.ucm.es/info/cavp1/CAVPI/publicaciones.htm#>

Cassetti, F. & Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.

Cook, J. (Ed.). (1982). *Television sitcom*. Londres: British Film Institute.

Creeber, G. (Ed.). (2001). *The television genre book*. London: British film Institute.

Dearing, J.W. & Rogers, E. M. (1996). *Agenda setting*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Edgerton, G. R. & Rose, B. G. (2005). *Thinking outside the box. A contemporary television genre reader*. Kentucky: University Kentucky Press.

Escobar Cuesta, I. (2004). *La teoría del paradigma de Field aplicado a la estructura*

dramática de las series de ficción televisivas. El caso de Periodistas y 7 vidas (tesis doctoral inédita). Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.

Fecé, J. L. (2001). Ficción e identidad nacional. *Archivos de la Filmoteca*, 38, 127-142.

Forero, M^a T. (2002). *Escribir televisión*. México: Paidós.

Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual (GECA) (1999 -2006). *El anuario de la televisión en España*. Madrid: GECA Consultores S.A.

Galán Fajardo, E. (2007). Construcción de género y ficción televisiva en España. *Revista Comunicar. Revista científica iberoamericana de Comunicación y Educación*, 28, 229-236.

Galán Fajardo, E. (2005). *Construcción social de la realidad y caracterización de los personajes en las "series dramáticas profesionales" en España (1998-2003)*. Antecedentes y evolución. (tesis doctoral inédita). Badajoz: Universidad de Extremadura.

Galán Fajardo, E. (2006). La representación de los inmigrantes en la ficción televisiva en España: propuesta para un análisis de contenido. *Revista latina de Comunicación Social*, 61. Extraído el 10 de febrero, 2009 de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200608galan.pdf>

García de Castro, M. (2002). *La ficción televisiva popular. Una evolución de las series de televisión en España*. Barcelona: Gedisa.

García de Castro, M. (2003). Propiedades de la hegemonía de la ficción televisiva doméstica en España entre 1995-2000. *ZER. (Revista de estudios de comunicación)*, 14, 151-167.

Giner Casado, R. (1998). Cada uno en su sitio, en el adosado de 'España va bien' Aproximación a los aspectos ideológicos de la serie de televisión *Médico de familia*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 9. Extraído el 18 de febrero, 2009 de <http://www.lazarillo.com/a/38gin.htm>.

Gómez Martín, M. (2005). Los nuevos géneros de la neotelevisión. *Área Abierta*, 12. Extraído el 23 de enero, 2009 de <http://www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/15788393/articulos/ARAB0606130002A.PDF>

Gómez Puertas, L. (2005). Antecedentes y estado actual de la investigación sobre

seriales televisivos. *Formats* 4. Extraído el 23 de enero, 2009 de http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/lgomez_esp_ar.htm

González Requena, J. (1999). *El discurso televisivo: espectáculo de posmodernidad*. Madrid: Cátedra.

Holbert, L., Shah, D.V. & Kwak, N. (2003). Political implications of Prime-Time drama and sitcom use: genres of representation and opinions concerning women's rights. *Journal of communication*, vol. 53, 1, 45-60.

Huerta Floriano, M.A. (2005). Las sitcoms en televisión. La verdad, el dolor y la risa inteligente. *Revista Universitaria de Santiago de Chile*, 89. Extraído el 12 de enero, 2009 de http://perso.orange.es/elcu02/articulo_sitcom.htm.

Huerta Floriano, M.A. & Sangro Colón, P. (Eds.) (2007). *De Los Serrano a Cuéntame. Cómo se crean las series de televisión en España*. Madrid: Arkadín ed.

Imbert, G. (2005). El transformismo televisivo o la crisis de lo real (de lo informe a lo deforme). *TELOS*, 62, 56-63.

Imbert, G. (2005). *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona: Gedisa.

Iyengar, S. & Kinder, D. (1987). *News that matter: television and American opinion*. Chicago: University of Chicago Press.

Jancovich, M. & Lyons, J. (Eds.). (2003). *Quality Popular Television: Cult TV, the Industry and Fans*. Londres: British Film Institute.

Krippendorff, K. (2002). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

López-Escobar, E.; McCombs, M. & Rey F. (1996). El primer nivel del efecto agenda setting en la información local: los "problemas más importantes" de la ciudad de Pamplona. *Comunicación y Sociedad*, vol IX, núms. 1 y 2, 17-37.

López-Escobar, E.; McCombs, M. & Rey F. (1996). La imagen de los candidatos: el segundo nivel de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, vol IX, núms. 1 y 2, 39-65.

Luengo Cruz, M. (2001). *Estereotipos y tipos en la ficción televisiva: un estudio de la*

comunidad representada en las series Coronation Street y Farmacia de guardia. (tesis doctoral inédita). Pamplona: Universidad de Navarra.

Marc, D. & Thompson, R. (1995). *Prime Time, Prime Movers*. Syracuse: Syracuse University Press.

Martí Saldes, M. (2005). La investigación empírica aplicada a la producción de ficción televisiva: propuesta de metodologías experimentales. *Formats*. Extraído el 10 de febrero, 2009 de http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/arti10_esp.htm#article.

Martín-Barbero, J. & Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa.

McCombs, M. E. & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad, vol VIII, num. 1*, 7-32.

McCombs, M. E. & Shaw, Donald L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly, vol.36, 2*, 176-187. Extraído el 28 de febrero, 2009 de <http://links.jstor.org/sici?sici=0033-362X%28197222%2936%3A2%3C176%3ATAFOMM%3E2.0.CO%3B2-5>

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.

Mills, B. (2005). *Televisión Sitcom*. Londres: British Film Institute.

Mitz, R. (1988). *The great TV sitcom book*. New York: Perigee books.

Newcomb, H. (1974). *TV: The Most Popular Art*. Nueva York: Anchor Books.

Palacio, M. (2001). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.

Pastor, S. (2007). *7 años de 7 vidas*. Madrid: La esfera de los libros.

Rose, B. G. (Ed.). (1985). *TV Genres. A handbook and reference guide*. Westport: Greenwood Press.

Semetko, H. A. (1995). Investigaciones sobre tendencias de la Agenda Setting en los noventa. En Muñoz-Alonso, A.; Rospir, J. I. (Eds.), *Comunicación política* (221-242). Madrid: Ed. Universitas.

Smith, P. J. (2006). *Spanish visual cultura. Cinema, television, internet*. Manchester: Manchester University Press.

Smith, P. J. (2006). *Television in Spain. From Franco to Almodovar*. Woodbridge: Tamesis.

Toledano, G. & Verde, N. (2007). *Cómo crear una serie de televisión*. Madrid: T&B Editores.

Thompson, R. (1996). *Television's Second Golden Age: From 'Hill Street Blues' to 'ER'*. Nueva York, Continuum.

Villagrasa, J. M. (1995). El género televisivo en las telecomedias. *Archivos de la Filмотeca de la Generalitat de Valencia*, 19, 90-98.

Vorhaus, J. (2005). *Cómo orquestar una comedia: los recursos más serios para crear los gags, monólogos y narraciones cómicas más desternillantes*. Barcelona: Alba.

VV.AA. (2005). *Popular televisión drama critical perspectivas*. Manchester [etc.]: Manchester University Press, cop.

Weaver, D.; Graber, D.; McComs, M. & Eyal, C. (1982). *Media Agenda-Setting in the presidential election: Issues, images and interest*. New York: Praeger.

William, R. (1990). *Television, technology and cultural form*. Londres: Routledge.