

## **LOS ELEMENTOS CLÁSICOS EN EL DISEÑO DE LOS PERSONAJES DE LA COMEDIA TELEVISIVA CONTEMPORÁNEA**

**Jenny Bustamante Newball**  
*Universidad de Los Andes, Táchira*  
*jennybustamante@cantv.net*

### **RESUMEN**

Centrados en los personajes como factores que diferencian las historias y en la búsqueda de una explicación al éxito de la comedia televisiva norteamericana, encontramos que los elementos narrativos clásicos están vigentes en los fundamentos de la enseñanza de la escritura de guiones dramáticos para televisión y en las exigencias de la industria. En efecto, varios tipos humanos descritos en *Los Caracteres* de Teofrasto coinciden con los rasgos distintivos de personajes de comedias televisivas. Dada la vigencia de esta obra, pensamos que en los rasgos universales de personajes caricaturescos está una de las claves para interesar a las audiencias. Por ello, concluimos que la lectura y análisis de esta obra es útil e interesante para la creación de personajes de ficción, particularmente para la escritura profesional de comedias televisivas y para la enseñanza de este proceso.

**Palabras-claves:** escritura de guiones, comedia televisiva, narrativa clásica.

### **ABSTRACT**

Focusing on characters as elements that differentiate stories and on the search of an explanation for the success of the American TV sitcom, we find, in general, that the classical narrative elements are included in the bases of the teaching of writing of TV drama

scripts and in the demands made by the industry. In fact, several human types depicted in *Los caracteres* by Teofrasto match up distinctive features of TV sitcom characters. Considering the validity of that book, we believe that in the universal features of the exaggerated characters lies one of the keys to engaging the audiences. This is why we conclude that reading and analyzing that work is worthwhile and interesting in the shaping of fiction characters, especially in the professional writing of TV sitcoms and its teaching.

**Key words:** script writing, TV sitcom, classical narrative.

## RÉSUMÉ

En considérant les personnages comme les principaux facteurs qui différencient les histoires, et à la recherche d'une explication du succès de la comédie télévisuelle américaine, nous trouvons que les éléments narratifs classiques sont en vigueur dans l'enseignement de l'écriture de scénarios dramatiques pour la télévision, et dans les exigences de l'industrie. En effet, plusieurs types humains décrits dans *Les Caractères* de Théophraste coïncident avec les traits distinctifs des personnages des comédies télévisuelles. La vigueur de cette oeuvre étant donnée, nous croyons que dans les traits universels des personnages caricaturaux nous pouvons trouver les clés pour intéresser le public. C'est pour cela que nous concluons que la lecture et l'analyse de cette oeuvre sont utiles et intéressantes pour la création de personnages de fiction, particulièrement pour l'écriture professionnelle de comédies télévisuelles et l'enseignement de ce procès.

Pese a formar parte de la ficción televisiva, "el corpus narrativo más imponente de nuestros días y quizá de todos los tiempos" (Buonanno, 1999:59), las comedias norteamericanas han sido por décadas un blanco predilecto de críticas que señalan su banalidad, sus personajes estereotipados, la evasión de la realidad que promueven, su industrialización y estandarización, su presencia avasallante

en los horarios de programación dedicados al entretenimiento y la discriminación cultural que llevan implícita, entre otros eufemismos para encubrir un desprecio hacia lo que puede inscribirse, sin lugar a dudas, dentro de la cultura popular y del espectáculo.

Sin embargo, esas comedias televisivas han sido sumamente exitosas y rentables durante la historia de la televisión puesto que han gozado de la aceptación de sus públicos. Presentes en la programación de los canales desde los inicios de ese medio, ellas sobrevivieron al surgimiento de los canales especializados hasta el punto que existen algunos dedicados sólo a transmitir las. El desarrollo de un sistema para producirlas ha generado ganancias exorbitantes para la industria de la televisión norteamericana, además de la avidez y fidelidad de los públicos de diferentes países por años. Por si eso fuera poco, innumerables personajes, frases, palabras o sonidos de impacto (*catchphrases*) de las comedias son hoy referencias compartidas dentro de una suerte de cultura popular global contemporánea.

Esa tendencia al éxito continúa. En los años noventa, pese al éxito de series como *E.R.*, *Policías de Nueva York (NYPD)* y *Expedientes X*, la comedia y los *reality shows* desplazaron las series dramáticas: “Más de la mitad de los programas piloto encargados por las grandes cadenas para 1993-1994 fueron comedias, y en la temporada 1995-1996 (...) el número de nuevas comedias dobló al de series dramáticas” (Álvarez, 1999:132-133). De manera que banales, evasivas, desgastadas por el reciclaje o por “sus fórmulas”, estereotipadas, dirigidas a igualar culturalmente por lo bajo o no, algún tipo de conexión hay entre las audiencias y las comedias televisivas norteamericanas de gran aceptación.

Aunque las telenovelas han recibido críticas similares, su conexión con las audiencias se explica o se acepta mediante la tesis del reconocimiento de la identidad, de las necesidades y de las expectativas o “el drama del reconocimiento”: el melodrama como sinónimo de mal gusto resulta del miedo a reconocer cómo vivimos en él (Martín-Barbero y

Rey, 1999:124-125). Hay, además, una suerte de expiación porque la telenovela es un producto vernáculo, sinónimo de “auténticamente latinoamericano”, y uno de los escasos representantes de la producción de esta región. Si bien es cierto que la telenovela es “la mejor estrategia para conectar productores y televidentes en la televisión latinoamericana (...)” (Mazzioti, 1993; Martín-Barbero y Muñoz, 1992 en Rincón, 2002:44), actualmente las *sitcom* o comedias de situación de la televisión norteamericana se asumen muy bien en numerosos lugares del mundo (Rincón, 2002:43). Ese factor las hace particularmente interesantes. En términos de creación, de narrativa, ¿qué hay tras esas comedias que cautivan a millones de personas en diferentes lugares del mundo y cómo ello puede contribuir a la escritura profesional de guiones de ficción televisiva y a su enseñanza?

En principio, para responder esta interrogante debemos dejar a un lado los prejuicios con los cuales tradicionalmente se ha juzgado y menospreciado la televisión y, en especial, el entretenimiento. Afortunadamente cobra cada vez más fuerza el análisis de la televisión desde una óptica multidimensional y más comprensiva. Rincón (2002), por ejemplo, se aproxima a ella entendiéndola como un medio de comunicación que simultáneamente es institución social, lugar educativo y de la política, práctica cultural, forma de contar e industria-negocio. Actualmente, en palabras de Buonanno (1999:61-62):

(...) las narrativas de la televisión también han empezado a ser consideradas como importantes fenómenos institucionales, sociales y culturales. De hecho, por mucho que parezcan poco originales, repetitivas (...) y realmente lo sean, las historias narradas por televisión son importantes sobre todo por sus significados culturales. Como si se tratase de una corriente de estudios internacionales, hoy muy consistente y ya con una tradición de más de una década, está demostrado que las series de televisión configuran y ofrecen material preciado para entender la cultura y sociedad que expresan. Sin

representar ni deformar propiamente la realidad, las historias narradas por televisión más bien la reescriben y la comentan, entrando y ocupando un lugar preeminente en las esferas de las “prácticas interpretativas” mediante las cuales en cada época los hombres han creado sus propias visiones y versiones del mundo y han dado sentido a la vida cotidiana.

De ese modo percibiremos cómo en *Melrose Place*, *Once and Again*, *West Wing* y *Felicity* se promueven como claves del éxito el dinero, la posición social y el lugar en la empresa; en comedias como *Friends* o *Will & Grace* se realiza una autocrítica de su propia soledad y en las series de detectives como *NYP Blue* se expone la justicia social y el castigo a los individuos que se salen del sistema (Rincón, 2002:43).

Superado el menosprecio por la ficción televisiva y por la comedia, en particular, y con las diferencias del caso, podremos tratar de encontrar algún elemento en común entre una comedia televisiva norteamericana y, por ejemplo, una obra de Aristófanes (445-386 a.C.) donde a media guerra del Peloponeso un ciudadano pacifista, harto de la Guerra con Esparta, firma un tratado de paz unilateral por su cuenta y logra un oasis de calma en su entorno (Cano, 1999:63). Hoy, transcurrida más de una veintena de siglos, la referencia de Cano a *Las Acarnianas* nos recuerda un capítulo de *Married... with children* en el que ante la falta de dinero de Al Bundy para adquirir un aparato de aire acondicionado para su hogar en pleno verano, la familia se muda a la sección refrigerada de un supermercado. Esta burla al *american way of life* desde una comedia inscrita dentro de la cultura popular o del espectáculo tiene en uno de sus modos —la sátira y la parodia— la herencia de la narrativa clásica. Así conseguimos una clave para aproximarnos a los elementos que han contribuido al éxito de las comedias televisivas norteamericanas.

### **Los elementos clásicos en la narrativa para cine y televisión**

Vilches (1999:12-13) destaca la obligación que tiene el escritor

o guionista de hoy de estudiar el sistema comercial de hacer televisión: cuál es la fórmula del éxito de una serie, dónde se originan las ideas, cómo escribir personajes que los espectadores amen, qué poética se puede transmitir en la escritura de ritmo diario y qué fórmula narrativa se debe aplicar para mantener una serie en pantalla sin que desfallezca.

Se trata (...) de conceptos que antes no interesaban al guionista fuera de Norteamérica pero que ahora no son sólo de incumbencia de los productores, sino que su desconocimiento puede arrojarles fuera del sistema industrial de creación.

(...) La necesidad de una sólida formación de base, una vez relativizado el sistema de autor por el de la escritura colectiva y la participación del productor y de la cadena emisora en las decisiones creativas, obliga al guionista a redefinir sus límites y posibilidades profesionales, a conocer los orígenes y evolución del lenguaje televisivo de la ficción (...) (Vilches, 1999:13).

Pese a la criticada estandarización de la mayoría de los productos audiovisuales elaborados con fines comerciales, la enseñanza del guionismo televisivo y cinematográfico, que luego alimenta la industria, tiene un origen clásico. Desde los tiempos de Aristóteles hasta hoy han perdurado elementos clásicos como la estructuración dramática en tres actos con sus respectivos puntos de inflexión y el conflicto como eje de la acción única y la definición de los géneros dramáticos, tal como se puede comprobar fácilmente en la obra de guionistas destacados de la industria del cine o de la televisión y docentes del área (Chion, 1990; Comparato, 2000; Clascá, 1999; Oristrell, 1999; Cervantes y Maza, 1994; entre otros). La *Poética* de Aristóteles, por ejemplo, está vigente en gran parte de las técnicas de enseñanza de la escritura de guiones para cine y televisión, y como garantía de que una serie o un film serán aceptados por el público, la industria cinematográfica exige el clasicismo estructural (Cano, 1999:22).

Antes Aristóteles en la *Poética* y hoy Chion (1990) y Comparato (2000) recalcan la necesidad de correspondencia entre el lenguaje y el carácter en la escritura de los diálogos. Lo contrario es considerado como una falla del guión: un problema de interrelación entre los diálogos y los personajes (Alvort, 2001). Infringir el principio aristotélico de equilibrio entre acción y caracteres (la conducta, y no el diálogo, debe determinar los caracteres) es para ese mismo autor un desacato a uno de los “mandamientos” de los diálogos (los guionistas no deben explicar ni la trama ni los sentimientos a través de ellos).

Existe otro factor fundamental del guionismo cinematográfico y televisivo: la creación de los personajes. Para Clascá (1999), ellos diferencian claramente una historia de otra, pues los argumentos son siempre los mismos. En el diseño de los personajes también se encuentran presentes los elementos clásicos de la narración. Cano (1999) explica que muchas de las comedias televisivas actuales oscilan entre los caracteres (el buenazo, el pícaro, la fresca, el grosero...) y los roles (el padre trabajador, la madre comprensiva, los hijos inquietos, los vecinos entrometidos...), es decir, tienen un origen clásico (Menandro, discípulo de Teofrasto, y Plauto). Para demostrarlo, identifica los tríos plautinos esenciales (el masculino: el anciano, el joven y el esclavo; y el femenino: la matrona, la joven y la cortesana) en relación simétrica o equilibrada en tres clásicos televisivos contemporáneos: *Seinfeld*, *Frasier* y *Friends*. En el primer caso, Jerry Seinfeld, George Constanza y Kramer conforman el trío masculino. Elaine es el contrapunto habitual; los argumentos se consiguen completando con personajes secundarios para hacer las relaciones simétricas y la figura de los padres existe. En *Frasier*, también está presente el trío masculino (hermanos Crane y Mr. Crane), fijos en la serie suelen salir dos personajes femeninos (Daphne y Roz), y con las ex esposas de los dos psiquiatras o eventuales personajes femeninos que encandilan a alguno de los hermanos se mantiene la correspondencia de roles masculinos y femeninos, con un importante desequilibrio hacia los masculinos como en la comedia romana. Como *Seinfeld* habla a su público, *Frasier* también lo hace; no son escl-

vos, pero están sometidos a un tipo de sociedad americana. Esta serie también mantiene la caracterización por oficios: padre-policía, hijos-psiquiatras. Para Cano, finalmente, en *Friends* es donde el modelo de roles y caracteres se combina más cuidadosamente con una importante inclinación del segundo por encima del primero. Hay un trío masculino (Ross, Chandler y Joey) y uno femenino (Mónica, Rachel y Phoebe), tres tienen roles bien definidos (Mónica, trabajadora en el área de servicios; Ross, profesional universitario; Joey, profesional de la actuación), los otros tres actúan como contrapunto y la generación de los padres se mantiene (aunque en la sombra, existe y aflora periódicamente).

### **Teofrasto (372-287 a.C.) y los personajes de las comedias televisivas contemporáneas**

En la misma línea de Cano (2001), intentamos identificar la presencia de algunos elementos clásicos de la narración en las comedias televisivas contemporáneas a partir de la lectura de *Los Caracteres* de Teofrasto (372-287 a.C.), destacado discípulo, amigo y colaborador de Aristóteles y fuente de inspiración de Menandro. Para Ruiz (en Teofrasto, 1988:22-23), en esa obra:

Teofrasto, desde la altura de su medio siglo de vida, se permite describir una serie de congéneres de distinta especie aplicando su fino sentido de la observación, desarrollado a lo largo de metódica investigación científica. (...) en esos esbozos magistrales (...) despacha de un plumazo —apenas una treintena de líneas— el retrato acabado de una forma de ser. Todavía hoy sus descripciones tienen plena vigencia, pues ha sabido captar lo que es esencial y, al mismo tiempo, pertinente en cada tipo psicológico (...) No se trata de sesudas reflexiones o de exquisitas disquisiciones sobre la condición humana en la estricta línea de la investigación aristotélica, sino de una bocanada de humor sano y reconfortante sobre los defectos inherentes a nuestra calidad de seres racionales.

La lectura de estos breves capítulos produce un efecto catártico sobre nuestra propia conducta y acrecienta la capacidad de comprensión y de ternura hacia el prójimo y sus debilidades (...)

Algunos personajes de comedias televisivas exitosas en los años ochenta y noventa<sup>1</sup> se distinguen por rasgos<sup>2</sup> que coinciden con los descritos por Teofrasto tres siglos antes de Cristo. Por ejemplo, la rusticidad (el carácter IV), que pone de relieve el desconocimiento de los hábitos sociales y la ausencia de modales (Ruiz en Teofrasto, 1988:61-62), es ostensible en Al Bundy (*Married... with children*) y Homero y Bart Simpson (*The Simpson*).

1 Con excepción de *Baker*, las comedias televisivas señaladas, al igual que muchas otras, han marcado la historia de la televisión y de la comedia televisiva, en particular, por medio de un impacto en el público entendido en términos de gran audiencia o polémica. La mayoría de ellas se transmiten actualmente por *SONY Entertainment Television*, por *FOX* y por varios canales generalistas de diferentes países del mundo. Incluimos seguidamente algunos datos sobre ellas.

#### **The Simpson**

Fue creada en 1987 ha sido ganadora de dieciocho premios *Emmy* (siete de ellos como mejor serie de animación) y diecisiete premios *Annie* (nueve como mejor serie) (Fox, 2004). En una cadena especializada como *Cartoon Network*, *The Simpson* hizo que el veinte por ciento de la audiencia estuviera conformado por adultos, es decir, por cada cuatro niños había un adulto en la audiencia (Álvarez, 1999:152). En el año 2003 tenía trece temporadas en el aire (Jiménez, 2003).

#### **Seinfeld**

Estrenó su piloto en 1989, duró diez temporadas, fue nominada varias veces al premio *Emmy* como mejor serie de humor, venció en esta categoría en 1993 y fue descrita en la revista *Entertainment Weekly* como "la comedia de situación de nuestra era" (Sony, 2003). Esta serie obtuvo el mayor índice de audiencia de la televisión norteamericana (Álvarez, 1999; Sony, 2003). Llegó en la última temporada al impresionante índice de 20.5, a una porción del 32% y fue vista por, aproximadamente, 30.4 millones de telespectadores. (Sony, 2003). En su último capítulo, logró reunir a ochenta millones de espectadores (Álvarez, 1999:155). Sin embargo, en Europa, reservada al circuito minoritario de las cadenas de pago, "fue un fenómeno minoritario, cuando no fracaso" (Álvarez, 1999:134).

#### **Married... with children**

Apareció en Fox en 1987, un poco antes que *Los Simpson*, y terminó en 1997 (Álvarez, 1999). El club de fans de la comedia se formó tan pronto como la polémica, que la encumbró aún más, luego que una ama de casa de Bloomfield Hills (Michigan) emprendió una campaña nacional y consiguió que importantes marcas oyeran sus llamadas al boicot (Álvarez, 1999:128).

#### **Frasier**

*Frasier* hizo historia por ser la primera y única ganadora de cinco premios *Emmy* a la mejor comedia en años consecutivos (Sony, 2003). Su protagonista, Kelsey Grammer (*Frasier*), es uno de los actores mejor pagados (cuatrocientos mil dólares por episodio en el último contrato) (Álvarez, 1999:141). El Dr. Frasier Crane también fue un personaje en la premiada serie de los años ochenta *Cheers* (Sony, 2003).

#### **The Nanny**

Llamada "la versión de los años noventa de *I love Lucy*", fue nominada para un premio *Emmy*, *Golden Globe Award* y *American Comedy Award* por el personaje de Fran Fine (Sony Pictures, 2004).

#### **Cheers**

En la temporada 1990-91, esta *comedia de personajes*, como se le llamó, fue número uno en audiencia, ya había ganado veintiséis premios *Emmy*, había convertido a Ted Danson (Sam Malone) en la estrella mejor pagada y hasta la llegada de *Seinfeld* fue la serie que tuvo los anuncios publicitarios más costosos. Tras once años de temporadas que comenzaron en 1982, su mayor aporte, que llegó a *Seinfeld* y a *Frasier*, fue liberar a la comedia de la herencia del socialrealismo para conectar de nuevo con la tradición de la comedia de observación: sugerir lo grande a través de lo accidental (Álvarez, 1999:110-114).

La rusticidad parece ser una ignorancia carente de modales (...) Cuando se sienta, se remanga la ropa por encima de las rodillas, de forma que queden al descubierto sus desnudeces (...) No le produce enojo comerse algo directamente de la despensa ni beber vino puro [para la época, una prueba de ordinariéz (Ruiz en Teofrasto, 1988)]. En persona sale a abrir la puerta [para las normas sociales de la época, era una tarea propia de un esclavo (Ruiz en Teofrasto, 1988)] y, tras haber llamado al perro y haberlo cogido por el hocico, afirma: “Éste es quien protege mi tierra y mi casa” [señal de recelo hacia el visitante en lugar de hospitalidad y agrado]. (Teofrasto, 1988:61-62)

La locuacidad (carácter VII) es distintiva de Fran Fine (*The Nanny*), Elaine (*Seinfeld*) y Ally McBeal.

La locuacidad, si alguien quisiera definirla, parecería ser una incontinencia de palabra. El locuaz (...) ante cualquier cosa que le haya dicho la persona con quien se ha encontrado, él replicará (...) Mientras que aquél le contesta, él le interrumpe diciendo: “No te vayas a olvidar de lo que me quieres contar” (...) “Algo que pasé por

---

#### Friends

A diferencia de *Frasier*, *Friends* (1994) es la única serie de las últimas con popularidad internacional. Fue un fenómeno en Francia, por ejemplo (Álvarez, 1999:144). A mediados del año 2002, casi treinta y cinco millones de telespectadores sintonizaron el esperado “episodio del bebé”, un capítulo de final de temporada. Ese número de espectadores solo fue superado por los 52.2 millones que vieron el especial de la misma comedia que transmitió la NBC en enero de 1996, de acuerdo con la firma de mediciones *Nielsen Media Research* (Osuna, 2002:05). Actualmente se transmite por Warner Channel la última temporada de esta serie.

#### Ally McBeal

Esta serie ganó un premio *Emmy* (la serie de comedia sobresaliente) y cuatro premios *Golden Globe* hasta la fecha (dos como mejor serie de comedia, uno como mejor actriz y uno como mejor actor de reparto) (Fox, 2003)

#### Mr. Monk

Su protagonista, Tony Shalhoub, ganó el premio *Golden Globe* por el personaje de Adrian Monk y actualmente la serie tiene tres nominaciones al premio *Emmy* 2004 (*USA Network*, 2004).

- 2 En algunas oportunidades, rasgos presentes o no en la obra de Teofrasto se mezclan porque en muchos casos los caracteres de los personajes de las comedias televisivas no son planos. En parte, el carácter XVI de Teofrasto (la superstición) está presente en Phoebe (*Friends*) y la torpeza, en Joey (*Friends*). Sin embargo, hay caracteres que en ellos no llegan al extremo de la caricaturización o hay otros rasgos que los distinguen con más precisión. En el primer caso (Phobe), resalta más la torpeza (carácter XIV) y en el segundo, aunque ausente en *Los caracteres*, la ignorancia.

alto” (...) de forma que el interlocutor no tiene tiempo ni de respirar (...) A los que dicen que se van, él es capaz de seguirles y de acompañarles hasta la puerta de sus casas. (...) Impide con su verborrea que se desarrolle el juicio, cuando forma parte de un jurado, que se contemple el espectáculo en el teatro y que se coma a gusto en una cena. Asegura que para un hablador es un tormento permanecer callado, que la lengua está en su elemento y que, aunque corriera el riesgo de parecer más charlatán que las golondrinas, no podría estar en silencio. Incluso soporta las burlas de sus propios hijos, los cuales, cuando quieren dormirse, le suplican que les hable: “Papá, cuéntanos algo para que nos entre sueño”. (Teofrasto, 1988:68-69)

En un capítulo de *Married... with children*, la esposa de Al Bundy decide trabajar como vendedora independiente de cosméticos y muy pronto sus ingresos por comisiones superan los de su marido. Humillado, él busca desesperadamente y localiza la libreta de clientes de su esposa y descubre que con cargo a su cuenta bancaria (de Al), ella es su única compradora. Así, la torpeza (carácter XIV) es el retrato de los despistes y distracciones de Peggy Bundy y Phobe (*Friends*).

La torpeza es, en términos de definición, una lentitud de la mente en palabras y acciones. El torpe es un individuo tal que, después de hacer sus cálculos y de averiguar el total, le pregunta al que tiene a su lado: “¿Cuál es el resultado?” A pesar de que es objeto de un proceso y tiene la obligación de asistir, se olvida de ello y se marcha al campo. En el teatro se queda solo por haberse dormido. (...) Tras haber recibido y guardado algo, lo busca más tarde y no consigue encontrarlo. Si alguien le comunica que ha fallecido uno de sus amigos, para que acuda al entierro, él se entristece y entre lágrimas dice:

“en buena hora”. (...) Cuando en el campo él mismo se cocina un plato de lentejas, le echa sal por dos veces a la olla y deja el guiso incomible. (Teofrasto, 1988:83-84)

Carla (*Cheers*), el doctor Baker (*Baker*), Ling Woo (*Ally McBeal*) y Frank, el padre de Raymond (*Everybody loves Raymond*), encarnan el carácter XV: la grosería.

La grosería es una tosquedad en el trato que se manifiesta verbalmente. El grosero, si alguien le pregunta: “¿Dónde está Fulano?”, replica: “Y a mí qué me importa”. Cuando se le saluda, no contesta. (...) A los que le dan muestras de estima y le envían algún obsequio con motivo de las fiestas, él objeta que no le resultará regalado. Es incapaz de perdonar a quien le mancha, le empuja o le pisa involuntariamente. (...) Si da un tropezón en el camino, se pone a maldecir la piedra. No consiente aguardar a alguien mucho tiempo. (Teofrasto, 1988:85)

En la desconfianza (carácter XVIII) está fotografiado George Constanza (*Seinfeld*). Al respecto, es ilustrativo aquel capítulo en el cual sus amigos le encargan la compra de las entradas para el cine. Elaine, la primera en encontrarse con él y recibir su entrada, le paga con un billete de alta denominación. Como George no tiene el cambio necesario, ella guarda con indiferencia el dinero bajo la promesa de pagarle más tarde, pero él le propone que le entregue el billete y él más tarde le devolverá la diferencia del dinero. Ese es solo el inicio de la tensión que le plantea a este personaje la desconfianza.

(...) la desconfianza es una sospecha de maldad en todos los seres humanos. El desconfiado es un individuo capaz de enviar a un esclavo a hacer la compra y, a continuación, mandar a otro para que se informe de cuánto ha comprado. (...) Estando ya en la cama, le pregunta a la mujer si ha cerrado el arcón, precintado el aparador y

echado el cerrojo en la puerta del patio. Aunque ésta responda afirmativamente, él se levanta del lecho, a pesar de su contestación, y, tras encender una lamparilla, hace un recorrido, desnudo y descalzo, inspeccionándolo todo [a causa de su defecto, realiza el control de todo, en lugar de creer a su mujer o de encargar a un esclavo tal cometido (Ruiz en Teofrasto, 1988)]. Sólo entonces y a duras penas consigue conciliar el sueño. Delante de testigos reclama los intereses a los que le deben dinero, a fin de que no puedan decir que no (...) A los que le compran algo y le dicen: “Dime cuánto es y apúntalo, ya que ahora no tengo tiempo”, él les replica: “No te preocupes por enviármelo, pues yo voy a acompañarte hasta que estés desocupado”. (Teofrasto, 1988:92-93)

Pero también George Constanza (Seinfeld) y además en el Dr. Baker (*Baker*) son una muestra del carácter XII: la tacañería.

La tacañería es una ausencia de generosidad en lo que atañe al gasto. (...) Cuando en la asamblea se solicitan ayudas económicas de carácter voluntario, él se levanta sigilosamente y se quita del medio. Si se celebran los esponsales de su hija, vende la carne de la víctima sacrificada, excepto la parte reservada a los sacerdotes, y, a los servidores que contrata para la ocasión, lo hace sin derecho a comida. (...) Cuando se celebra la fiesta en honor de las Musas, se abstiene de enviar a sus hijos a la escuela bajo el pretexto de que están enfermos, a fin de no tener que hacer algún desembolso [las escuelas estaban bajo el patrocinio de las Musas (...)]. En el día de su festividad, se realizarían, probablemente, sacrificios y, tal vez, algún otro tipo de acto requiriese las aportaciones económicas de los alumnos (Ruiz en Teofrasto, 1988)]. Una vez que ha comprado la carne en el mercado, la lleva él personalmente y también las verduras en

el pliegue de su vestido [era impropio de un ciudadano ateniense ir de compras al mercado, sobre todo sin un esclavo para que transporte las adquisiciones (Ruiz en Teofrasto, 1988)]. (...) Si un amigo está haciendo una colecta y ya ha hablado con él, tan pronto como le ve acercarse, se aparta de su camino y vuelve a su casa dando un rodeo (...) (Teofrasto, 1988:101-103)

Marcie y Jefferson, los vecinos de Los Bundy (*Married... with children*), los hermanos Crane (*Frasier*) y Fran Fine (*The Nanny*), nos recuerdan la vanidad (carácter XXI).

La vanidad parece ser un deseo mezquino de ostentación. (...) Si se le invita a un banquete, se las arregla para colocarse en el puesto de honor junto al anfitrión. (...) En el caso de que sacrifique un buey, clava el tetuz en la misma entrada de su casa, después de haberlo adornado con grandes cintas, con la intención de que los visitantes vean que ha sacrificado tal res. (...) Si se le muere un perrito de Malta [raza canina que gozaba de mucho aprecio en la Antigüedad (Ruiz en Teofrasto, 1988)], le encarga una sepultura y una estelita, y en ella hace grabar: "Rama, oriundo de Malta". (...) Se corta el pelo con mucha frecuencia, cuida de que sus dientes estén blancos, se cambia de ropa, aunque se encuentre en buen estado y va muy perfumado. (...) en el teatro, cuando hay función, se sienta cerca de los estrategos [las personas que ostentaban este cargo ocupaban unos puestos preferenciales (Ruiz en Teofrasto, 1988)]. No compra nada para su uso personal, pero sí para sus huéspedes (...) Luego informa a toda la ciudad de cuánto ha hecho. Es capaz, sin lugar a dudas, (...) de estar en posesión de (...) una pequeña palestra con su pista de arena y su juego de pelota. Va por todas partes ofreciendo a los filósofos, a los sofistas, a los maestros de armas y a los músicos este emplazamiento, para que allí actúen, de

forma que él entre tarde en las exhibiciones, cuando ya estén todos acomodados, a fin de que alguien de entre los espectadores comente: “De ése es la palestra”. (Teofrasto, 1988:98-100)

Ruiz (en Teofrasto, 1988:30) presume que la obra llegó incompleta hasta nuestros días y que el número de caracteres era superior. De ser así, tal vez encontraríamos el retrato de otros personajes de comedias televisivas de gran aceptación. No obstante, seguramente esta muestra de la capacidad magistral de observación de Teofrasto nos trae además a la memoria personas de nuestro entorno. ¿O en el deseo obsesivo-compulsivo por la limpieza y el orden de *Seinfeld*, al ubicar alfabéticamente las cajas de cereales en su cocina, de Mónica (*Friends*), al divertirse aspirando las alfombras, y más reciente y magnificadamente del detective Adrian Monk (*Mr. Monk*, 2002) no vemos la caricaturización de algunas personas que conocemos, cuyo retrato pudo haber estado escrito con un fino humor en *Los caracteres*?

De allí, de los rasgos humanos universales caricaturizados en personajes y del reconocimiento que generan, la fuente de humor e inspiración que para la creación de los personajes de las comedias televisivas representa esta obra. Como lo afirma Ruiz (en Teofrasto, 1988:31), *Los caracteres* es un resquicio a través del cual contemplamos el paisaje urbano, el ajetreo de la ciudad y el comportamiento de sus habitantes, gente corriente y de ambiciones modestas en la Atenas del siglo IV a.C., pero al mismo tiempo, un realismo latente: tenemos la impresión de haber compartido muchas de las vivencias allí contadas, sus protagonistas nos resultan extrañamente familiares y nos sentimos tentados de ponerles nombre y apellido a más de uno.

Universalidad, caricaturización y reconocimiento en el diseño de los personajes conforman una clave que encontramos para explicar una de las conexiones de las audiencias con esas comedias televisivas de gran popularidad. Esa universalidad, vigencia y

caricaturización de los personajes, presente en *Los Caracteres*, encaja armoniosamente con la función de familiarización que Buonanno (1999:65) le atribuye a la ficción televisiva.

(...) las series de televisión son, por naturaleza propia, peculiarmente “conservadoras”, aunque la expresión tiene que usarse —si es posible— sin prejuicios o connotaciones negativas: aquí conservar significa contribuir a “mantener unida” la cultura, a garantizar su reconocimiento en un “nosotros” más amplio, a contrastar, de algún modo, con la construcción de un sentido común, las dinámicas de dispersión y de pérdida.

Vista así la amalgama resultante de esos tres factores en el diseño de los personajes y la función de familiarización de las series de televisión, para los efectos de la creación de personajes de comedias televisivas y la escritura de guiones dramáticos, ya sea desde el punto de vista de la enseñanza o del trabajo profesional, las sutilezas y los hechos corrientes que son distintivos de los seres humanos y que se describen y caricaturizan en *Los caracteres* hacen de gran interés y utilidad la lectura y análisis de este texto.

*San Cristóbal, 2004*

## REFERENCIAS

- Álvarez B., R. (1999). *La comedia enlatada. De Lucille Ball a Los Simpson*. Barcelona: Gedisa.
- Álvarez B., R. (2001, mayo). *Formas y evolución de la comedia televisiva norteamericana*. Conferencia del Master en Escritura para el Cine y la Televisión. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Alvort, P. (2001, enero). *Diálogos*. Seminario del Master en Escritura para el Cine y la Televisión. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Buonanno, M. (1999). *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*. Barcelona: Gedisa.
- Cano, P. (1999). *De Aristóteles a Woody Allen. Poética y retórica para cine y televisión*. Barcelona: Gedisa.
- Cano, P. (2001, julio). *Elementos clásicos de la narración*. Conferencia del Master en Escritura para el Cine y la Televisión. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Casclá, M. (1999). *Elementos técnicos para la escritura de guión en* Vilches, L. (comp.) (1999). *Taller de escritura para televisión*. Barcelona: Gedisa
- Chion, M. (1990). *Cómo se escribe el guión*. Madrid: Cátedra.
- Comparato, D. (2000). *Cómo escribir el guión para cine y televisión*. México: Planeta.
- FOX (2003). <http://www.mundofox.com> [diciembre, 2003]
- FOX (2004). [www.foxtv.es](http://www.foxtv.es) [enero, 2004]
- Jiménez, G. (2003). Series que nadie debe perderse. *Todo en domingo*. Revista encartada en *El Nacional*. Caracas.
- Martín-Barbero, J. y Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver*. Barcelona: Gedisa.
- Maza, M. y Cervantes, C. (1994). *Guión para medios audiovisuales*. México: Alhambra Mexicana.

- Oristrel, J. (1999). *La comedia de situación*. En Vilches, L. (comp.) (1999). *Taller de escritura para televisión*. Barcelona: Gedisa.
- Osuna, G. (2002). Final de temporada de "Friends" da altos ratings a la serie. *Imágenes*. San Cristóbal.
- Rincón, O. (2002). *Televisión, video y subjetividad*. Bogotá: Norma.
- Sony (2003). [www.canalsony.com](http://www.canalsony.com) [ diciembre, 2003]
- Sony Pictures (2004). *The Nanny*. <http://www.sonypictures.com/tv/shows/thenanny/tvtitle-navigation-1.html> [24 de enero de 2004]
- Teofrasto (1988). *Caracteres*. [Introducción, traducción y notas por Elisa Ruiz García]. Biblioteca Clásica Gredos. Tomo 119. Madrid: Editorial Gredos.
- USA Network (2004). *USA network's critically-acclaimed series Monk nominated for three Golden Globes*. <http://www.usanetwork.com/series/monk/monknews/news.121803.html> [24 de enero de 2004]
- Vilches, L. (comp.)(1999). *Taller de escritura para cine y televisión*. Gedisa: Barcelona.