

LUISA CHIERICHETTI Y MARÍA ISABEL HERNÁNDEZ TORIBIO APROXIMACIÓN AL ESTUDIO PRAGMÁTICO-DISCURSIVO DEL CINE Y LAS SERIES TELEVISIVAS EN ESPAÑOL

Università degli Studi di Bergamo

Universidad Complutense de Madrid

Resumen

El análisis de películas y series de televisión cuenta ya con una nutrida bibliografía realizada desde la perspectiva pragmática y el análisis del discurso, que puede servir de base para la investigación sobre estos productos audiovisuales. Por ello, en este artículo revisamos algunas de esas aproximaciones, abriendo las puertas a nuevas investigaciones para el estudio de películas y series de televisión en español, puesto que, especialmente estas últimas, han recibido menor atención desde esta perspectiva. Centramos nuestro interés en la propia delimitación del término "discurso telecinemático" bajo el que se engloban productos audiovisuales distintos como el cine y las series de televisión, así como en la caracterización del diálogo y otros temas de interés desde una aproximación pragmática: la revisión de los actos de habla y el humor.

palabras clave: discurso telecinemático, pragmática, lengua española, cine, series de televisión

Abstract

An approach to the pragmatic-discursive study of cinema and television series in Spanish

The analysis of films and television series already relies on an extensive bibliography from a pragmatic perspective and discourse analysis, which can serve as a basis for further research on these audiovisual products. In this article we review some of these approaches, paving the way to new research for the study of films and television series in Spanish, seeing as how these fields, especially the latter, have received less attention from this perspective. We focus our interest on the definition of the term "telecinematic discourse" under which several audiovisual products such as cinema and television series are included, as well as on the characterization of dialogue and other topics of interest from a pragmatic approach, e.g. the review of speech acts and humor.

keywords: Telecinematic Discourse, Pragmatics, Spanish language, Cinema, Television Series

I. Cuestión de términos: el discurso telecinemático¹

Las producciones cinematográficas y televisivas son obras multimodales complejas, articuladas en torno al sonido y la imagen, para cuyo análisis se han forjado conceptos como “discurso cinemático” y “discurso fílmico”. Si mediante el primero se ha hecho referencia, en mayor medida, a los recursos propiamente cinematográficos propios de la puesta en escena, el segundo se ha centrado, especialmente en el marco de las investigaciones lingüísticas, en “la conversación en la interacción ficcional” (Dynel 2011c; Janney 2012: 86). En este ámbito, se ha recurrido a denominaciones diversas como “lenguaje de las películas y de la televisión” (Piazza, Bednarek, Rossi 2011b), “diálogo cinematográfico” (Rossi 2011), “discurso cinematográfico” (Dynel 2011b, Hernández Toribio, Deltell Escolar 2014), “fictional language” (Locher, Jucker 2017), o, pasando al terreno de la televisión, “discurso televisivo” (Lorenzo Dus 2009), “diálogo televisivo” (Quaglio 2009), “diálogo televisivo dramático” (Richardson 2010), “lenguaje ficcional de la televisión” (Bednarek 2010) y “discurso telecinemático” (Piazza, Bednarek, Rossi 2011a).

Esta última formulación, que reconoce la existencia de características comparadas entre el lenguaje ficcional y narrativo del cine y el de la televisión, ha sido recientemente ampliada por Hoffmann (2020: 4), que la ha hecho extensible al análisis de todos los recursos propiamente cinematográficos, en particular, y semióticos, en general, que intervienen en el proceso de construcción de sentido de las producciones cinematográficas y televisivas, abarcando, por tanto, la dimensión del “discurso cinemático” enunciada por Janney (2012). Hoffmann (2020) también incluye en este discurso los géneros televisivos y cinematográficos no ficcionales o semificcionales, y engloba no solo los diálogos, sino también los monólogos, de personajes principales o secundarios, y, en general, todo tipo de (re)presentaciones auditivas, como partituras, canciones y sonidos. Efectivamente, una visión teórica abarcadora e inclusiva resulta muy acertada para promover futuras investigaciones multidisciplinares y *transmediáticas*, pero, como plantea Hoffmann (2020: 5-6), la complejidad de los artefactos culturales cinematográficos y televisivos, por su riqueza semiótica y las técnicas que implican, obliga al investigador a seleccionar los modos expresivos pertinentes, adaptados a sus objetivos o intereses académicos, sin dejar de tener en cuenta la perspectiva multimodal de estos discursos.

¹ Los epígrafes 1, 2 y 2.1. de este artículo han sido redactados por Luisa Chierichetti; los epígrafes 3, 3.1., 3.1.1., 3.1.2. y 3.1.3., por María Isabel Hernández Toribio.

2. El interés de la ficción audiovisual desde una perspectiva lingüística

Desde comienzos del nuevo milenio, un número creciente de investigadores ha ido acercándose desde un punto de vista lingüístico a la ficción audiovisual, un ámbito que tradicionalmente se consideraba objeto de análisis de los estudios literarios, cinematográficos o de los medios de comunicación de masas (Androutsopoulos 2012: 139). Se trata de un interés plenamente justificado, ya que las películas y las series televisivas de ficción constituyen productos culturales en los que el lenguaje no debe considerarse como artificial, deficiente o inventado, o como una desviación del lenguaje “real”, sino como un objeto discursivo muy rico en datos, que “necesita ser investigado en sus propios términos” como han puesto de manifiesto recientes investigaciones pragmáticas (Locher, Jucker 2017: 5). Aunque efectivamente existe una diferencia entre televisión y cine, coincidimos con Androutsopoulos (2012: 140) a la hora de considerar que es “teóricamente improductivo” asumir una división rígida entre películas y series de televisión en una época *transmediática*, puesto que las películas se ven en televisión, las series televisivas adoptan narrativas y estéticas visuales cinematográficas, y todo visionado se produce cada vez más en pantallas de variados tamaños conectadas a internet.

Los diálogos de series y películas se consideran representaciones mediadas e intencionales del lenguaje, y de otras modalidades, al servicio del significado social (Bell, Gibson 2011: 559). De manera especial, la ficción televisiva forma parte de la vida diaria de audiencias masivas que articulan sus interacciones en torno a ella, ya que una serie exitosa se convierte durante mucho tiempo en tema de conversaciones cotidianas o intervenciones en las redes sociales. Se genera, por tanto, una interacción con los personajes que puede llegar a afectar a nuestras experiencias cotidianas, como, por ejemplo, cuando experimentamos empatía o incluso adaptamos nuestros comportamientos para imitar a algún personaje (Culpeper, Fernández Quintanilla 2017: 95). De hecho, la interacción produce un proceso de identificación que puede conducir a una fusión psicológica (Cohen 2001), llegando a tener un papel importante en la construcción y negociación de identidades, como comenta Bednarek (2010: 8):

People frequently watch television together and/or talk to each other about it, both at home, among friends and at the workplace. As ‘uses and gratification theory’ argues, television fulfils needs for social interaction, relationship and identity building, by helping viewers both to bond with characters, to talk to others about television series and to compare our own identity with those of televisual characters.

Estos productos audiovisuales, mediatizados por la naturaleza de los discursos multimodales a los que pertenecen, actúan como catalizadores que aceleran, más allá de sus fronteras, el empleo de los usos lingüísticos a los que recurren. Estamos ante lo que Coupland (2007: 155) denomina “a specific discursive format which packages up stylistic and socio-semantic complexes and makes them transportable”. Es destacable la interacción constante entre la audiencia y los personajes. En general, el discurso de los medios de comunicación, involucrados cada vez más en nuestra cotidianidad en función de la interactividad que promueven, crea relaciones que facilitan la retroalimentación entre el lenguaje de nuestras interacciones cotidianas y aquel otro que podemos definir como manifestación de una especie de oralidad fingida, incluso creadora, que se reproduce en el discurso telecinemático. Se trata de materiales que tienen un grado de similitud entre los diálogos de la vida real, que se ha demostrado que es mayor de lo que se pensaba (véase Quaglio 2009; McIntyre 2015; McIntyre, Bousfield 2017; Bousfield, McIntyre 2018) y que, a su vez, tienen un impacto en la producción discursiva diaria, a menudo en la juvenil.

Los diálogos de las producciones audiovisuales de ficción son representaciones lingüísticamente estilizadas, es decir, ensayadas, autoconscientes, teatrales y, a veces, hiperbólicas. El tipo de discurso que encontramos en estos productos culturales es recitado, un discurso oral elaborado o prefabricado, nacido de la selección de aspectos específicos del discurso oral espontáneo, aceptados y reconocidos como tales por la audiencia (Baños Piñero 2009); se sitúa en el ámbito de la creatividad y de la autoconsciencia, un *parlato-recitado* (Nencioni 1976) o *written to be spoken as if not written* (Gregory, Carroll 1978). Se trata de una oralidad fingida que puede ser también estética o creadora, ya que “no se extrae directamente de la realidad circundante, sino que aparece filtrada a través de diversos códigos mediáticos” (Rodríguez Rosique, Bagué Quílez 2021).

Precisamente, el diálogo telecinemático no es propiamente realista, ya que siempre está diseñado en función de una audiencia; por ejemplo, en el caso de las series, uno de sus objetivos es “enganchar” a los espectadores durante una o varias temporadas. No obstante, a pesar de no serlo, debe parecer lo suficientemente realista para no alienar a los espectadores y evitar su incredulidad (Bednarek 2010: 64; 2012: 57; 2017: 147). El diálogo rompe incluso con la pretendida mimesis de la realidad para conseguir algún efecto, como, por ejemplo, el humorístico (Quaglio 2009) o la verosimilitud con el género en el caso de contenidos fantásticos, de ciencia ficción o de aventuras. De hecho, el concepto de realidad/realismo en la ficción fílmica no solo se circunscribe a la dimensión de la experiencia y del conocimiento del mundo real, sino que abarca la conformidad con el género ficcional, y admite circunstancias y hechos que se sitúan indiscutiblemente fuera de la realidad

conocida. No se trata, según Ang (1985; 2007), de un realismo *empírico* —el que presenta hechos y circunstancias reconocibles y probables con respecto a la vida diaria—, sino *emocional*, en términos de cómo la vida de cada personaje tiene resonancia (positiva o negativa) en la experiencia del espectador. En este sentido, el realismo puede ser entendido como un “constructo cultural”, que se adhiere a un código complejo, que una cultura, en un momento dado, acepta como plausible, cotidiano y auténtico (Kozloff 2000: 47). Por ello, algunos autores consideran más útil a la hora de hablar de la ficción audiovisual el concepto de autenticidad que el de realismo (Queen 2015). Si bien el cine no muestra, o no pretende mostrar, la realidad sin más (Kozloff 2000: 16, 47; Rossi 2011: 45), busca cierto tipo de verosimilitud, y en ese intento de aproximación puede llegar a convertirse en un buen reflejo de ella (Hernández Toribio, Deltell Escolar 2014: 98).

La producción discursiva mediada asume un papel importante también en la medida en que, en la mente del público, los recursos lingüísticos empleados se asocian con figuras caracterizadas por determinados estilos de habla; activan, de alguna manera, representaciones estereotipadas, “conjuntos de representaciones que comparten los miembros de una determinada cultura” (Escandell Vidal 2015: 18); es decir, “a set of beliefs which is stored in memory as a cognitive structure and can then influence subsequent perceptions of, and behaviors toward, that group its members” (Hamilton, Sherman 1994: 15). El significado de los diálogos ficcionales nace de un pacto y de una colaboración con el público; especialmente, la ficción seriada demanda un alto nivel de identificación con la audiencia y los guionistas trabajan con la proyección ideal de su público potencial a la hora de construir los personajes desde el punto de vista discursivo y multimodal. Por ello, en su negociación del significado parten de lo que creen que la audiencia ya conoce y le produce disfrute (Richardson, Queen 2012: 333), basándose en esquemas cognitivos adoptados a partir de la vida real, así como en los patrones transmitidos a través del conocimiento de los tipos de personajes de ficción y de los géneros narrativos en los que participan (Culpeper, Fernández Quintanilla 2017; Chierichetti 2021a: 94). En el entorno mediado y digitalizado del siglo XXI, estas representaciones desempeñan un papel central en la fijación de estilos y de las figuras características asociadas (Bell, Gibson 2011: 558, 561). Estas figuras, por otra parte, actúan en función de roles sociales, que “crean expectativas precisas con respecto a los derechos y obligaciones de los participantes dentro de las diferentes situaciones” (Escandell Vidal 2015: 76) y pueden reflejar, también a través de la forma de hablar, su personalidad, clase social y su estatus emocional (Desilla 2012: 33), ya que verbalizan emociones (Kozloff 2000: 42). De hecho, la variable emocional parece incrementar la atención de la audiencia, puesto que recrear un determinado

clima actúa de acicate para conseguir la adhesión del espectador y su identificación con esos personajes estereotípicos a los que aludimos (Langlotz 2017: 538; García 2016: 25). El espectador puede experimentar empatía hacia el personaje, solidaridad, compasión o simpatía, adoptando las emociones de aquel (Langlotz 2017: 543) o, por el contrario, manifestar su rechazo. Lo destacable es que, si bien la ficción genera emociones, positivas o negativas, en el espectador mediante recursos propiamente cinematográficos -los planos, los puntos de vista, la banda sonora, etc.-, también los recursos lingüísticos desempeñan un papel importante.

En conclusión, el discurso telecinemático es un discurso “real”, que se enmarca en el ámbito de la realización televisiva o cinematográfica, y tiene un indudable valor de tipo social, económico, industrial y, más ampliamente, cultural (Macdonald 2013: 13). Alvarez-Pereyre (2011: 48-51) considera que los diálogos que se encuentran en el discurso telecinemático pueden considerarse “artefactos lingüísticos” a los que es lícito atribuir un valor de muestra lingüística por su potencial heurístico, es decir, su capacidad para conducirnos al conocimiento lingüístico. De hecho, podemos contemplarlos desde diferentes ángulos: como el fruto de la actividad lingüística que llevan a cabo guionistas y escritores de diálogos, directores, editores, etc., es decir, el equipo integrado por los participantes en la realización del producto audiovisual, pero también como el resultado de la actividad lingüística de los propios personajes o del narrador. Las diversas perspectivas de análisis lingüístico han permitido llevar a cabo investigaciones que abarcan la enseñanza de idiomas, la subtitulación o la narratología, pero de ellas también pueden nutrirse los estudios realizados desde un enfoque más concretamente pragmático, en tanto que el discurso telecinemático permite la posibilidad de un análisis lingüístico de los diálogos teniendo en cuenta su contextualización, que es fruto de la puesta en escena y la representación. Estamos ante producciones audiovisuales, construcciones multimodales en las que convergen diferentes recursos semióticos interrelacionados (Baldry, Thibault 2006; Kress, van Leeuwen 2006; Thibault 2000, Richardson 2010: 3; Bateman, Schmidt 2011). La multimodalidad caracteriza las producciones televisivas y cinematográficas en su conjunto en tanto que son creaciones realizadas a partir de imágenes y sonidos que tienen un significado y un potencial ideacional o representacional, textual o composicional e interpersonal (Kress, van Leeuwen 2017 [2001]). Todos estos recursos se integran en una especie de ritual audiovisual en el que han de tenerse en cuenta tanto los recursos lingüísticos como los paralingüísticos, quinésicos, proxémicos y los propiamente cinematográficos (la puesta en escena –la coreografía de los movimientos de los actores y la cámara–, la dirección de arte, la iluminación, la planificación y el montaje audiovisual) (véase también Hernández Toribio, Deltell Escolar 2014).

Un aspecto pragmático como las implicaturas puede analizarse, por ejemplo, a partir de una transcripción multimodal en la que, además del diálogo, se tengan en cuenta varios recursos relacionados con la imagen visual (posición de cámara, distancia, colocación y enfoque visual), los componentes de la puesta en escena (quinésica) y la banda sonora (diegética y extradiegética), compuesta por música, sonidos y silencio (véase el análisis de Desilla 2012).

2.1. *El diálogo telecinemático*

El diálogo desempeña un papel clave en las ficciones cinematográficas y televisivas. Si, por un lado, el diálogo profesional planteado en el guion exige que cada personaje tenga una voz propia, por otro, sus principales funciones son facilitar que progrese la trama, ofrecer información, revelar la psicología de los personajes u otros datos, establecer conflictos, permitir la contextualización de hechos del pasado (Fernández Tubau 2012: 180). Bednarek (2018) reelabora la sistematización de Kozloff (2000) proponiendo un enfoque funcional (*FATS, Functional Approach to Television Series*) que abarca los posibles usos que el diálogo telecinemático cumple con respecto a la audiencia, en el que incluye dos funciones típicas de la ficción serial (creación de consistencia y creación de continuidad) que, no obstante, podemos encontrar también en las secuelas y *spin off* de una película:

Funciones relativas a la comunicación narrativa
Entornos y sucesos: anclaje del tiempo y el espacio, clarificación de la modalidad, representación de eventos narrativos, comunicación de la causalidad narrativa, estructura de la escena y cambios de escena.
Personajes: anclaje de los personajes, biografía de los personajes, rasgos sociales e individuales, relaciones entre personajes, roles narrativos.
Funciones relativas al efecto estético e interpersonal y atractivo comercial
Control de la evaluación y de las emociones del espectador
Explotación de los recursos del lenguaje: uso poético del lenguaje, bromas/humor, ironía dramática, narración verbal en pantalla
Innovación lingüística, intertextualidad, metaficcionalidad
Oportunidades para actores populares
Funciones relacionadas con los mensajes o enseñanzas y la ideología
Enseñanzas o mensajes explícitos o implícitos
Promoción de productos de la vida real, colocación verbal de productos

Representaciones ideológicas
Funciones relacionadas con el realismo
Imitación del lenguaje hablado y escrito “real”
Referencias al mundo “real”
Funciones relacionadas con la naturaleza serial de las narraciones de TV
Creación de consistencia
Creación de continuidad

Figura 1: *Enfoque funcional del diálogo en las series televisivas (Bednarek 2018: 37)*

Además, hay que recordar que el diálogo no solo se mantiene entre personajes, sino que la dialogicidad subyace también en las narraciones con voz en *off*, en los pensamientos expresados asimismo en los monólogos y por la voz en *off* (Fernández Tubau 2012: 180) o la voz *over*.

Para profundizar en un análisis del diálogo telecinemático según las perspectivas de análisis anteriormente aludidas, es necesario situarlo correctamente definiendo el contexto comunicativo en el que se enmarca. El planteamiento de Dynel (2010, 2011a, 2011b, 2012), reelaborado a partir de los estudios de Goffman (1981), nos permite mostrar los diferentes participantes e instancias enunciativas que hay que tener en cuenta para comprender la concepción del diálogo filmico –y las subsiguientes perspectivas de análisis desde las que abordarlo en la investigación–, que la autora organiza en dos niveles (Figura II); compuestos, a su vez, por dos estratos (Figura III).

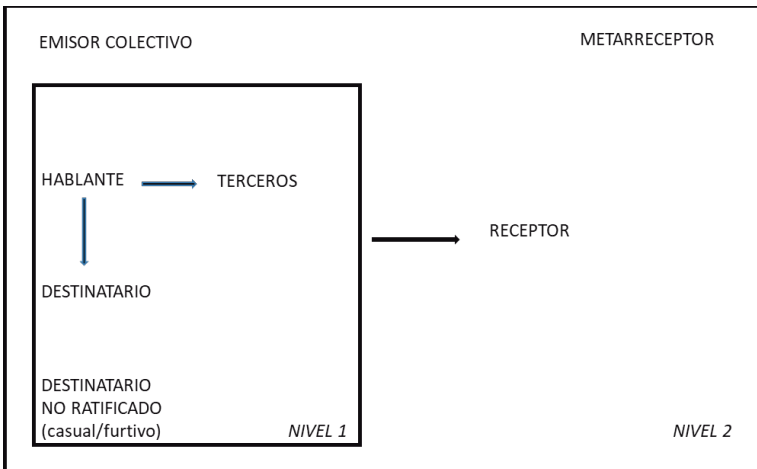


Figura II: *Participantes en una interacción filmica (en un turno) en dos niveles de comunicación (Dynel 2011b: 1634)*

En el primer nivel, dentro de la ficción, los personajes entablan diálogos que se desarrollan como si fueran reales, en los que los turnos de habla se van repartiendo y los papeles se intercambian. En realidad, dichos diálogos son elaborados y (re)producidos para ser escuchados y vistos por una audiencia que no está presente, pero cuya existencia se presupone en todo momento. La audiencia se concibe precisamente como el destinatario previsto del diálogo (Dynel 2011b: 1630), que está cuidadosamente diseñado para ella; sin embargo, los personajes no se dirigen directamente a la audiencia y hablan como si no se percataran de su existencia. Como sabemos, la “cuarta pared” del primer nivel a veces puede ser abatida, y los personajes pueden reconocer la existencia de la audiencia, dirigiéndose directamente a ella. Se trata, de todas formas, de un aspecto que depende del estrato ficcional construido por el emisor colectivo, y que, por otra parte, no anula la existencia de los dos niveles referidos (Dynel 2011b: 1634). Como se refleja en la Figura II, además del emisor y del destinatario presentes en los diálogos de la propia ficción, se contempla la existencia de otros interlocutores analizados por Goffman (1981): los *ratificados* por el hablante, que llamamos *terceros* (uno o varios oyentes), o bien los destinatarios *no ratificados*. Estos pueden ser oyentes casuales, que escuchan algo involuntariamente, o bien oyentes *furtivos*, que escuchan deliberadamente una conversación reservada a otros interlocutores.

En el segundo nivel, un macronivel que engloba al anterior, la autora sitúa al emisor colectivo, que coincide con el equipo de producción de la ficción, quien garantiza que los diálogos se presenten adecuadamente al espectador/receptor mediante el uso de determinadas estrategias filmicas. Dynel (2011b: 1633), además de ese espectador/receptor de la ficción como producto, contempla también la categoría del metarreceptor, un receptor informado que escucha y ve el producto filmico desde otra perspectiva diferente: por ejemplo, con una actitud crítica, humorística o una finalidad académica. No obstante, la distinción entre receptor y metarreceptor no siempre está bien definida, ya que también el primero puede distanciarse para formular opiniones sobre los significados, las estrategias o las técnicas de la ficción. Aun así, la intención primaria del receptor es la obtención del entretenimiento y la diversión que le puede proporcionar el visionado de la película o la serie televisiva, mientras que la del metarreceptor es el análisis de determinados aspectos de la ficción con la finalidad de entender su funcionamiento (Dynel 2012: 172). En este sentido, podemos considerar metarreceptores a los espectadores que las series televisivas intentan implicar cuando estos, como ponen de manifiesto Bednarek (2015) y Mapelli (2017: 140), reaccionan con comentarios críticos sobre la trama o los protagonistas; reacciones que se incentivan en las comunidades de seguidores articuladas en torno a las redes sociales.

De igual modo, si pensamos, por ejemplo, en el ensayo audiovisual, que se ha definido como un campo abierto de experimentación situado en el cruce entre el cine de ficción, no ficción y experimental (Rascaroli 2009), cuya particularidad es ser una pieza abierta, no resuelta y con carácter autorreflexivo (Alter 2018), podemos considerar que el autor busca, de alguna forma, convertir al espectador en metarceptor. El autor del ensayo² lo interpela de forma individual, no como audiencia, con el objetivo de entablar con él un diálogo para que interactúe, de forma emocional o intelectualmente (Rascaroli 2009), reflexionando sobre la aportación narrativa, visual o estética propuesta; por ejemplo, sobre cómo se ha filmado o construido el ensayo. El director suscita preguntas (directa o indirectamente) al espectador a través de su propia voz en *off* o la de un personaje, incluso en un intertexto.

Retomando el planteamiento de Dynel, el discurso fílmico también se compone de dos estratos: el del emisor colectivo y el del emisor ficcional. En la Figura III podemos apreciar que el primero abarca distintos subestratos que configuran el personal y las técnicas discursivas y fílmicas utilizadas para crear la ficción; su lista no es exhaustiva (de ahí la casilla vacía) (Dynel 2011b: 1635)³.

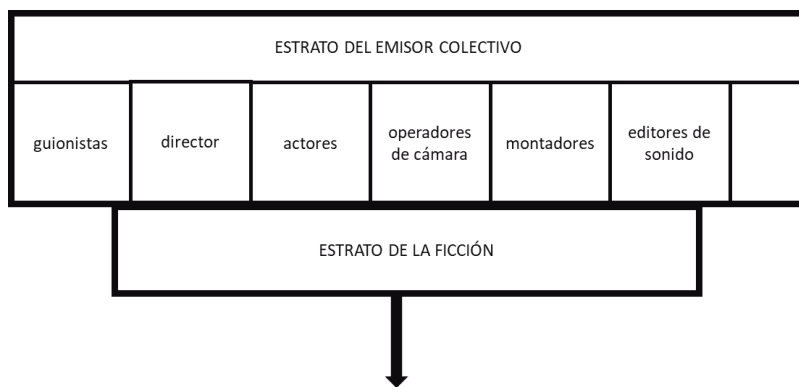


Figura III: *Estratos del diálogo fílmico* (Dynel 2011b: 1635)

² Véase la caracterización del ensayo audiovisual propuesta por Mínguez y Manzano Espinosa (2020: 7), en la que se hace referencia a “la estructura dialógica, integración del espectador en el dispositivo, pacto ensayístico: como pensamiento compartido, el ensayo busca a menudo un interlocutor al que interpela con distintas herramientas, entre las que se encuentran la voz *over*, la integración de la palabra escrita, la mirada a cámara o el *off* heterodiegético”.

³ Dynel (2011b: 1634) recuerda que el complejo proceso de la producción cinematográfica y televisiva puede dividirse en tres fases: la preproducción (el encargo, el guion, el *casting*, la creación de guiones gráficos, etc.), la producción (el rodaje, la dirección, la actuación, el vestuario, la iluminación, etc.) y la posproducción (la comercialización, la mezcla, la edición, etc.).

Por otra parte, para interpretar los diálogos ficcionales, previamente diseñados por el emisor colectivo (en sentido estricto, los guionistas, los directores y los productores; si entendemos el discurso telecinemático en el sentido abarcador propuesto por Hoffmann (2020), entran en juego todas las figuras mencionadas por Dynel), el destinatario lleva a cabo procesos inferenciales complejos en función de la información proporcionada y de su conocimiento del mundo. Por ello, es necesario que toda la información relevante sea accesible para que los espectadores puedan realizar las inferencias necesarias, según lo previsto por el emisor colectivo (Dynel 2011b: 1636). Este proceso se ha denominado *diseño de audiencia* y requiere el empleo de un conjunto de técnicas discursivas que active los procesos interpretativos del espectador objetivo para que este llegue a obtener los significados oportunamente diseñados por el emisor colectivo.

En definitiva, el conocimiento del complejo contexto comunicativo en el que se enmarca el discurso telecinemático nos lleva a considerar y justificar objetos de estudio diversos, situados en distintas esferas (Bednarek 2015: 222), centradas en la creación, el producto audiovisual o el consumo de este, respectivamente, en las que se llevan a cabo las siguientes acciones:

- la investigación acerca de la escritura y la producción de guiones, para explorar la manera en la que se intenta “suscitar el sentido de algo percibido, más que pensado, y representar el mundo visual y cómo lo experimentamos en toda su pasión e intensidad” (Ganz 2013: 21 cit. en Macdonald 2013: 2018). Puede ser de interés un estudio comparativo de las distintas versiones de un guión, así como un contacto directo con los guionistas: por ejemplo, a través de entrevistas o cuestionarios;
- el análisis de los rasgos característicos de las películas y episodios de series, es decir, del resultado del proceso de escritura y producción de guiones. Pueden llevarse a cabo basándose en las transcripciones, centrandose su interés en aspectos como la multimodalidad o la traducción a distintos idiomas (por ejemplo, mediante el doblaje, el subtítulo, las audiodescripciones o el subtítulo para personas con discapacidad auditiva o visual);
- el estudio del consumo y la recepción del producto audiovisual por parte de su audiencia, basado, por ejemplo, en entrevistas, cuestionarios o en el análisis de las interacciones en redes sociales.

3. La pragmática y sus aplicaciones para el estudio del discurso telecinemático en español

Podemos afirmar que, hasta el momento, en España y el ámbito hispano, las

producciones cinematográficas y de ficción autóctona para televisión no han sido objeto de gran interés desde el punto de vista del análisis lingüístico. Por ello, existen aún nuevas puertas abiertas a la investigación, como continuidad de estudios previos o como planteamientos novedosos, del discurso telecinemático en lengua española, realizados especialmente desde una perspectiva pragmática.

3.1 *Actos de habla y caracterización de personajes*

Si, como anticipábamos en el apartado 2.1., el análisis del diálogo telecinemático puede llevarse a cabo con el objetivo de estudiar la caracterización de los personajes, los actos de habla que estos realizan –junto con otras acciones que pueden observarse en la puesta en escena–, adquieren un papel relevante para lograr dicha caracterización, así como para recrear las relaciones entre ellos y el clima emocional que facilite la adhesión del espectador. En este sentido, en los diálogos de series televisivas y películas concurren los actos de habla propios de cualquier intercambio cara a cara, puesto que se basan e inspiran en interacciones de la vida real (De Pablos Ortega 2020: 3). La función primaria de los intercambios dialógicos en este discurso es replicar los encuentros cotidianos para crear realismo (Kozloff 2000: 47), lo que justifica que se recurra a fórmulas que no son estrictamente necesarias para el avance de la trama, pero sí para proporcionar autenticidad (Bednarek 2017: 137); aunque algunas de estas fórmulas son más frecuentes en algunos géneros de ficción que en otros. Hay que tener en cuenta la naturaleza del género ficcional en relación con la configuración de los diálogos filmicos y, por extensión, con la selección de las estrategias empleadas, entre las que se encuentran los tipos de actos de habla.

En las ficciones de cine y televisión se reproducen relaciones entre familiares, amigos, compañeros de trabajo, conocidos o desconocidos, tanto en un ámbito personal como profesional, lo que supone que en los diálogos concurren actos de habla de diversa naturaleza –al servicio de diferentes actividades de imagen–, cuyo análisis, desde una perspectiva pragmática, aún ofrece un campo de investigación relevante. A continuación, proponemos algunos ejemplos.

3.1.1 *Actos expresivos*

El análisis de los saludos (sus formas de expresión, las secuencias en las que aparecen o sus funciones) en el discurso telecinemático en español nos permite ilustrar

precisamente algunas de las estrategias para reproducir la oralidad en los diálogos con el afán de conseguir naturalidad, realismo o autenticidad. Estos actos de habla pueden contribuir, entre otras funciones, a la gestión de los turnos de habla o a la planificación y organización de los temas (Bublitz 2017: 235).

El empleo de un saludo –incluso su ausencia en una situación que genere determinadas expectativas sobre la conveniencia de su uso como un acto ritual, exigido como norma de buena conducta–, así como las fórmulas lingüísticas mediante las que se manifiesta este acto de habla, permiten la caracterización de un personaje o la ambientación de la ficción. En otras lenguas se han llevado a cabo estudios contrastivos (inglés-italiano) (Bonsignori, Bruti, Masi 2011, 2012; Bonsignori, Bruti 2015) sobre los saludos como expresiones de comunicación fática con función interaccional y transaccional, cuya presencia en los diálogos filmicos se puede justificar por las mismas razones anticipadas por Kozloff (2000) (v. apartado 2.1).

No obstante, no es conveniente establecer generalizaciones, puesto que en los distintos géneros del discurso telecinemático, la recurrencia a saludos y fórmulas de cierre conversacional puede ser distinta. El uso extendido de fórmulas rutinarias puede permitir la reconstrucción verosímil de una época histórica determinada. De hecho, son más frecuentes para recrear los dramas de costumbres del pasado que en las películas de acción (Bonsignori, Bruti 2015: 1).

Además, la economía que puede regir las series de televisión resulta determinante para no recurrir a las estrategias de comunicación fática reseñadas; que, por otra parte, pueden reemplazarse por recursos no lingüísticos como la mirada de los personajes o la relación de proximidad entre ellos (Bonsignori, Bruti 2015: 22)⁴.

A pesar de todo, sí resulta de interés analizar los saludos para reproducir la oralidad en el diálogo telecinemático, al igual que otros actos de habla expresivos, que también aparecen, en ocasiones, en las secuencias de apertura y cierre conversacionales.

Un análisis de los actos valorativos (cumplidos, halagos, elogios e incluso piropos) en el discurso telecinemático en español –en la línea de aportaciones previas⁵– nos permitiría comprobar el papel que este tipo de actos expresivos

⁴ “In costume dramas set in the past, at a time when social conversation had very rigid and pre-patterned rules, routines such as greetings and leaving-takings are more frequent and extensive. Conversely, in action movies they are sparsely used and, when so, they are reduced to essential exchanges” (Bonsignori, Bruti 2015: 89).

⁵ Véanse los trabajos de Hernández Toribio y Deltell Escolar (2014), que analizan los actos de cortesía valorizadora en el cine argentino actual, o estudios en otras lenguas como los de D’Souza (1991), Nelson (1991), Rose (2001), Bruti (2006), Piazza (2006), Ariati (2008), Bruti (2009), Piazza (2011), Nuzzo (2015).

desempeñan, en conjunción con otros recursos multimodales, para, como anticipábamos, recrear las complejas relaciones interpersonales que se establecen en las interacciones cotidianas reproducidas, ya que sus funciones son diversas. Oscilan desde la valoración desinteresada y espontánea del otro, aquella que se realiza con fines estratégicos (manifestación de un tipo de cortesía cuyo objetivo es reparar los daños producidos a la imagen del interlocutor), hasta la valoración como norma de cortesía, como estrategia de buena conducta exigida por el intercambio en el que nos encontramos inmersos, cuyo incumplimiento puede perjudicar la imagen de los interlocutores (Hernández Toribio, Deltell Escolar 2017); incluso puede tratarse de actos formalmente corteses animados de un propósito descortés o amenazante (Kaul de Marlangeon, Alba Juez 2012; Chierichetti 2021b), con una intención irónica o sarcástica (Kerbrat-Orecchioni 2010), al servicio incluso de un efecto humorístico.

Algunos estudios han puesto de manifiesto precisamente cómo este tipo de actos expresivos mediante los que se realiza una valoración de las habilidades, cualidades o pertenencias del interlocutor (Holmes 1988: 446), de forma explícita o implícita, cuya función primaria es más afectiva y social que referencial, permiten recrear ese complejo entramado de relaciones sociales, el clima de amistad, solidaridad o aprecio entre los personajes, las relaciones en el ámbito laboral e incluso convertirse en estrategias de seducción (Hernández Toribio, Deltell Escolar 2014: 99), al mismo tiempo que transmiten valores ideológicos y culturales. De hecho, la consideración de un cumplido o piropo como acto (in)adecuado o (des)cortés puede variar a lo largo del tiempo en función de su trasfondo ideológico latente.

Las mismas consideraciones podemos aventurar sobre los elogios que los personajes (en un diálogo o monólogo) realizan a terceros o aquellos mediante los que el propio narrador describe a un personaje; en ocasiones, con un efecto cómico, irónico o sarcástico, como sucede de forma especial en las *sitcoms*.

Incluso la propia diferencia entre cumplidos y elogios (Jucker 2009: 1612, Hernández Toribio, Mariottini 2018), puede ser pertinente también para analizar los actos expresivos reseñados en función de diversas instancias enunciativas de la ficción filmica (personaje/personajes, narrador en *off*); puede tratarse del propio autor como, por ejemplo, sucede en el ensayo audiovisual, caracterizado por ser un discurso autoral (Mínguez, Manzano Espinosa 2020: 23). El autor crea un enunciadore muy próximo al autor extratextual o real de la pieza, que representa su punto de vista (Rascaroli 2008: 35). De hecho, puede llegar a producirse una identificación entre director, autor y personaje; se puede recurrir a la voz en *off* del director de la película, que incluso puede estar presente en la pantalla valorando (con diversas intenciones) a un personaje (Deltell Escolar, Hernández Toribio en

prensa). En cualquier caso, lo interesante es que se trata de elementos evaluativos, entendidos como expresión verbal de sentimientos, creencias y valores (Kaplan 2004: 53).

Del mismo modo, concurren en los diálogos otros actos expresivos como *felicitaciones* –actos mediante los que el hablante manifiesta alegría por algo bueno o beneficioso que le ha ocurrido al destinatario (Searle 1969: 67)– o *agradecimientos* –actos reactivos que lleva a cabo el hablante basándose en una acción previa realizada por el oyente (Searle 1969: 67). Todos ellos son actos de convivencia social (Leech 1983), que tienen un efecto fáptico, entendido en términos de sentimientos de conexión, unión, sociabilidad o afiliación al grupo (Yus Ramos 2018: 163), cuyo objetivo es el establecimiento y mantenimiento de una atmósfera cortés. Incluimos en este apartado actos que también son gestos cordiales y que pueden recrear un clima emocional –en tanto que permiten expresar emociones y generar sentimientos de afecto y solidaridad entre los interlocutores– que actúe de acicate para conseguir la adhesión del espectador. En este sentido, podemos considerarlos estrategias que permiten la implicación emocional (*involvement*) de la audiencia (Landert 2017: 32), pero también la recreación de la implicación que se produce entre los personajes de la ficción en la que se recrean las interacciones cotidianas.

En definitiva, mediante los recursos analizados en este apartado –que aparecen aislados o integrados en secuencias– se pretende estrechar vínculos de afiliación con la audiencia a través de un realismo emocional, guiar las respuestas emocionales del espectador (Chierichetti 2021a: 198). En el contexto adecuado, pueden contribuir a construir la “identidad expresiva” del personaje, es decir, el conjunto de rasgos que conciernen a las emociones, actitudes, valores e ideologías, ámbitos que tienen un fuerte elemento de subjetividad (Bednarek 2011: 9-10). Estos actos operan en conjunción con recursos paralingüísticos, quinésicos, proxémicos y los propiamente cinematográficos. Pensemos, por ejemplo, en cómo se puede reforzar cinematográficamente la emisión de un en una escena –y contextualizar la función que desempeña este acto valorativo– a partir no solo de la quinésica (mirada de admiración hacia el personaje, gestos), los recursos paralingüísticos que emplea quien lo profiere (volumen, tempo) o la música extradiegetica, sino también a partir de la puesta en escena, la posición de cámara, el tamaño de plano, el encuadre, la altura de cámara o, incluso, el objetivo de cámara seleccionado (Hernández Toribio, Deltell Escolar 2014). Por todo ello, el objeto de valoración puede verse resaltado mediante la composición, la planificación o la realización.

Los actos expresivos están al servicio de la comunicación fáctica, con un papel más integrador que distanciador, y su intención es crear lazos sociales más que transferir información. Por ello, afirmábamos que puede tratarse de recursos

menos relevantes para el avance de la trama, pero fundamentales para la caracterización de los personajes.

3.1.2 *Actos directivos*

Si nos centramos en la revisión de otro tipo de actos de habla en el discurso telecinemático como los directivos, en la línea de estudios más generales como el de Culpeper (2001) o el de De Pablos Ortega (2020) sobre las peticiones, comprobamos igualmente que sigue abierta la puerta a nuevas investigaciones.

El análisis de peticiones, ruegos, órdenes, sugerencias, consejos, advertencias u otros tipos de actos directivos con diferentes grados de fuerza ilocutiva, en correlación con las investigaciones sobre (des)cortesía, resulta igualmente interesante para el estudio de la caracterización de los personajes (véanse, por ejemplo, Dynel 2017; Bousfield 2008; Bousfield, McIntyre 2011; Chierichetti 2021b).

Por ejemplo, a la hora de formular un *consejo* (solicitado o no), que es un acto de habla mediante el que el emisor quiere mostrar al destinatario algo que piensa que puede serle beneficioso (Wierzbicka 1987: 182), puede recurrirse a estrategias de atenuación en función de determinadas actividades de imagen (cortesía o autoimagen). Es decir, bien con función preventiva, reparadora para mitigar los daños que pueda causar a la imagen del otro (cortesía), bien para salvaguardar la propia imagen del emisor (autoimagen) (Hernández Flores 2005: 101). En este sentido, la manera de proferir el acto directivo consejo permite recrear la imagen de un personaje con diferentes matices: aquel al que podemos caracterizar como colaborador, preocupado, dispuesto a ayudar en tanto que conocedor de aquello sobre lo aconseja o, por el contrario, como alguien impositivo, autoritario, tajante, intrusivo, impertinente o insolente. Para ello, se tendrá en cuenta el contexto que permite recrear la ficción, ya que el grado de proximidad entre los interlocutores, sus características culturales, su estado anímico o su sensibilidad respecto a un tema (Koike 1998: 214), incluso que el consejo haya sido solicitado o no por el interlocutor (Pérez Hernández 2001: 160), pueden ser determinantes para interpretar este acto como impositivo o no. También son relevantes para su interpretación –y, en última instancia, para la caracterización de la identidad expresiva del personaje– la naturaleza de consejo disuasorio o persuasorio, las secuencias en las que se emplea el acto de habla, los recursos lingüísticos mediante los que se lleva a cabo y las estrategias de atenuación a las que se recurre. Por ejemplo, cuando el consejo es disuasorio, si el emisor no quiere mostrarse como insolente e intenta salvaguardar su propia imagen (actividad de autoimagen), puede recu-

rrir a justificaciones como estrategia para atenuar su argumentación (Hernández Toribio, Mariottini 2016).

Por tanto, no solo de los tipos de actos de habla, sino la manera de formularlos (de forma directa o indirecta), los actos de apoyo del acto central directivo o las estrategias de atenuación empleadas o no, contribuirá a configurar la identidad expresiva de un personaje y, en última instancia, a determinar la empatía de la audiencia con aquel.

3.1.3 *Humor y ficción*

El análisis del diálogo en este discurso telecinemático nos lleva también a comprobar el interés de otros temas que, como el humor, ha sido un aspecto central en muchos tipos de ficción a lo largo del tiempo (Landert 2021: 68). No obstante, el auge de las *sitcom* o comedias de situación ha supuesto un revulsivo para su análisis.

El humor permite la *Captatio benevolentiae* (Vandaele 2011: 734) del espectador, otorgándole además un papel destacado, ya que se busca su connivencia. Se aprovecha lo que Attardo (1994: 324) considera, entre las funciones sociales del humor, el establecimiento de un “terreno común” entre autor y espectador, al que se le requiere un mayor esfuerzo de procesamiento cognitivo (Attardo 1994; Vandaele 2012; Yus Ramos 2016); un esfuerzo que puede verse recompensado al llevar implícita una valoración de su ingenio o inteligencia si logra involucrarse en la reflexión subjetiva e íntima que propone el autor (Attardo 1994: 34). El efecto humorístico aspira a convertir al espectador en cómplice de diversas formas. Charaudeau (2006: 35-39) habla de “connivencia lúdica”, es decir, aquella que busca la adhesión emocional del espectador mediante un humor desprovisto aparentemente de crítica –aunque esté latente–, pero también de una “connivencia crítica” o “cínica”, que busca compartir el ataque abierto a un orden establecido, denunciando determinados valores; crítica que puede llegar a ser agresiva y destructiva, y que puede resultar polémica. Por ello, el humor, sin perder su dimensión lúdica, se convierte en una forma de ver el mundo, en una toma de posición (crítica) ante la realidad y la existencia, con una función liberadora y transgresora (Roas 2009: 76). Pero si bien puede adentrarse en el terreno de la crítica y la desacralización de valores, adquiriendo una función subversiva, también puede moverse en el ámbito del humor propio de una época posmoderna, aparentemente desprovisto de crítica, que se caracterizaría por lo que Lipovetsky (1993) describe como “comicidad hedonista, *teenager*, superficial y vacía”; es decir, que no trata tanto

de “ridiculizar la lógica, de denunciar o burlarse, aunque sea con benevolencia, de determinados acontecimientos, como de establecer un simple ambiente ‘relajado’, ‘distendido’” (Roas 2009: 79). No obstante, Roas (2009: 82) cuestiona el planteamiento de Lipovetsky, afirmando que se trata más bien de “una actitud de escepticismo ante una situación que se sabe modificable”.

Por tanto, el análisis del humor en la ficción deberá tener en cuenta esa especie de *continuum* entre el humor lúdico, absurdo, grotesco, irónico, subversivo o cínico, en función del género fílmico seleccionado; que, a su vez, determinará la recurrencia a determinados indicadores o marcas humorísticos como han puesto de manifiesto algunos estudios (Ang 2007; Messerli, Locher 2021).

Por ejemplo, en un trabajo reciente, Deltell Escolar y Hernández Toribio (en prensa), han analizado el papel de la (auto)ironía -teniendo en cuenta desde una concepción más restringida hasta otra más amplia que contempla la ironía metagenérica⁶- al servicio del humor en el ensayo audiovisual español, en sintonía precisamente con las características de este género fílmico. La ironía, el humor, la sátira y la paradoja -más circunscritos a la sonrisa que a la risa (Catalá 2009: 50)- se convierten en las armas del ensayo (Alter 2018) y, en última instancia, del humor, si lo que se pretende es su recreación⁷. Precisamente, el carácter (auto)reflexivo del ensayo y la crítica subyacente encuentran en el humor desencadenado a través de la ironía una de las estrategias para canalizar dichas características: el autor realiza una reflexión personal e invita a la reflexión del espectador con el objetivo de entablar un diálogo con él para que llegue a ser activo e interactúe emocional e intelectualmente (Rascaroli 2008: 36). En este sentido, el humor mantiene precisamente una compleja relación con la emoción y es una de las estrategias capaces de desencadenarla (Alba-Juez 2016, Attardo 2019: 195). Como hemos indicado en apartados anteriores, es reseñable la variable emocional para recrear las relaciones entre los personajes y, en última instancia, la adhesión del espectador.

Los estudios de Aliaga Aguza (2014, 2017, 2020) sobre la comedia de situación ponen de manifiesto también los recursos multimodales empleados, tanto lingüísticos como visuales. Es destacable el papel de la imagen, que puede resultar humorística en sí misma al romper las expectativas generadas por la situación,

6 Estos autores contemplan e ilustran la ironía a través de diversos ensayos audiovisuales, entendida no solo como la manifestación de lo contrario de lo que se dice o dar a entender algo distinto de lo explicado verbalmente, sino que también analizan una “ironía metagenérica”, que supone la inversión del modelo discursivo que se toma como referencia” (Bagué Quílez, Rodríguez Rosique 2013: 298).

7 Véase el trabajo de Messerli sobre el humor intencional y no intencional (Dyner 2016).

constituir el refuerzo de palabras humorísticas o contribuir a interpretarlas como tales. En el caso del ensayo audiovisual referido, incluso las propias imágenes de archivo y la nueva mirada que provocan fuera de contexto y sentido originales, el anacronismo que supone el contraste pueden servir para introducir un componente ensayístico (Weinrichter 2007: 319) y generar el efecto humorístico.

También se ha concedido atención al papel desempeñado en la ficción humorística a recursos no lingüísticos como la risa o la sonrisa (Attardo 2019, 2020, Messerli 2016). Pensemos, por ejemplo, en las risas “enlatadas” o grabadas de la comedia de situación.

Por otra parte, lo interesante de algunos planteamientos pragmáticos sobre el humor (Landert 2021; Messerli 2016; Dynel 2016) en el discurso telecinemático es que han puesto de manifiesto el interés que supone tener en cuenta para su análisis a los participantes en la interacción fílmica, que, como hemos comprobado en el apartado 2.1, pueden organizarse, siguiendo el planteamiento de Goffman (1981) y la adaptación de Dynel (2010, 2011) al discurso fílmico, en los dos niveles de comunicación referidos; aspecto relevante, puesto que tiene repercusión a la hora de construir las incongruencias que desencadenan el efecto humorístico.

Por ejemplo, las risas enlatadas típicas de las *sitcoms* son un recurso extradiegético que funciona como marca humorística en el nivel del emisor colectivo, mientras que las risas o las sonrisas de los personajes actúan como marcas del humor en el nivel de la ficción (Messerli 2016: 80). Las primeras están destinadas a la audiencia, es decir, al destinatario previsto por los creadores de la serie, pero también a otros no previstos. Pensemos que si bien las series delimitan claramente su *target*, su éxito traspasa, en ocasiones, estas fronteras, desbordando las previsiones del emisor del producto fílmico, que logra atraer también a destinatarios *no ratificados*. Respecto a las risas que tienen lugar entre los participantes en el diálogo de ficción, no son irrelevantes para la audiencia, que es obviamente en función de la que se crea el producto audiovisual. Attardo (2019: 204) habla, en este sentido, de la naturaleza contagiosa del humor:

Due to the facial feedback hypothesis of embodied cognition, producing a facial gesture associated with an emotion leads the subject to experience that emotion. Hence, speakers who mimic the facial cues of humorous intention may end up experiencing the same emotion of mirth that the other speaker is experiencing and this in turn may lead them to have the intention of producing more humor, hence triggering a virtuous circle that continue for extended periods of time (Attardo 2019: 189).

No hay que olvidar que estamos ante textos que presentan el rasgo de “triangula-

ción”, puesto que, como anticipábamos en el apartado 2.1. a partir del planteamiento de Dynel (2011), además de los papeles de los personajes que entablan los diálogos, hay que tener en cuenta a la audiencia como destinatario previsto del diálogo.

Finalmente, destacamos que es necesario tener en cuenta las diferentes instancias de enunciación (narrador, personaje/s) dentro de la propia ficción: los narradores pueden resultar incongruentes, mostrar a los personajes como incongruentes, o estos se pueden presentar a sí mismos o a otros de igual modo (Vandaele 2012: 64) con el objetivo de producir intencionalmente determinados efectos humorísticos. Precisamente, algunos estudios intentan ilustrar cómo se consigue la adhesión del receptor/espectador a través del humor generado entre los personajes de la ficción (Dynel 2016; Aliaga Aguza 2017, 2020), previsto por el emisor colectivo. O, si nos centramos en el ensayo audiovisual, a partir del que estamos ilustrando algunas cuestiones, comprobamos que, como anticipábamos en el apartado 2.1., el autor crea un enunciador, muy próximo al autor extratextual o real de la pieza, que representa su punto de vista (Rascaroli 2008: 35). En ocasiones, la lectura autorreflexiva e irónica que realiza el narrador (que puede converger con las figuras de autor-director-personaje de la ficción) puede no resultar irrelevante para generar la incongruencia que provoca el efecto humorístico; por ejemplo, a veces, el autor se autocuestiona, e incluso caricaturiza, llegando a producirse lo que Charaudeau (2006) denominaba una *connivence de dérision* (Deltell Escolar, Hernández Toribio, en prensa).

4. Conclusiones

El discurso fílmico y las series de televisión han despertado un interés extraordinario para la investigación desde diversos ámbitos y perspectivas de análisis. No obstante, los estudios realizados desde un planteamiento lingüístico son más limitados, especialmente si tomamos como referencia aquellos centrados en el discurso telecinemático en lengua española.

Por ello, en este artículo dejamos constancia de un breve estado de la cuestión en el que hemos intentado recoger una muestra representativa de aquellas aproximaciones que, como ha puesto de manifiesto la bibliografía, resultan relevantes para su estudio, así como el acicate para nuevas investigaciones. En este sentido, hemos precisado la conveniencia de aunar bajo el término *discurso telecinemático* productos audiovisuales distintos como películas y series de televisión. En segundo lugar, hemos pasado revista a aquellas investigaciones que ofrecen un

instrumental teórico preciso en torno a las diferentes instancias enunciativas de la ficción fílmica, la propia configuración del diálogo, así como la caracterización de los personajes a partir de los actos de habla que llevan a cabo e incluso el humor. Sin perder de vista el interés de los recursos multimodales propios de la puesta en escena o los propiamente cinematográficos.

Esperamos que este estudio pueda abrir las puertas a nuevas investigaciones, en sintonía, además, con la eclosión de nuevos formatos ante el auge de plataformas digitales y nuevos sistemas de producción.

Bibliografía citada

- ALIAGA AGUZA, LAURA MARÍA (2014), “Mecanismos de humor visual en la comedia de situación *Cómo conocí a vuestra madre*”, *ELUA*, 29: 7-28.
- (2017), “La estrategia narrativa como recurso humorístico en la comedia de situación: el caso de *Cómo conocí a vuestra madre*”, *ELUA*, 31: 9-25.
- (2020), *Análisis lingüístico del humor en el medio audiovisual: las estrategias humorísticas en la comedia de situación*, Tesis doctoral inédita, Universidad de Alicante.
- ALTER, NORA M. (2018), *The Essay Film after Fact and Fiction*, New York, Columbia University Press.
- ALVAREZ-PEREYRE, MICHAEL (2011), “Using film as linguistic specimen”, *Telecinematic discourse. Approaches to the language of film and television series*, eds. Roberta Piazza; Monika Bednarek; Fabio Rossi. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins: 47-67.
- ANDROUTSOPOULOS, JANNIS (2012), “Introduction: Language and society in cinematic discourse”, *Multilingua*, 31: 139-154.
- ANG, IEN (1985), *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, London, Methuen.
- (2007), “Television Fictions around the World: Melodrama and Irony in Global Perspective”, *Critical Studies in Television*, 2 (2): 18-30.
- ARIATI, DWI TUNGGGA (2008), *A Study on the Compliment and Its Response in Movie Manuscripts: Pretty Woman and 10 Things Hate about You (Pragmatics Approach)*, Tesis, Universitas Muhammadiyah, Surakarta.
- ATTARDO, SALVATORE (1994), *Linguistic Theories of Humor*, Berlin/New York, De Gruyter Mouton.
- (2019), “Humor and mirth. Emotions, embodied cognition, and sustained humor”,

- Emotions in Discourse*, eds. J. Lachlan Mackenzie; Laura Alba-Juez. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins: 189-211.
- (2020), *The Linguistics of Humor. An Introduction*, Oxford, Oxford University Press.
- BAGUÉ QUÍLEZ, LUIS; RODRÍGUEZ ROSIQUE, SUSANA (2013), “La ironía en segundo grado: (in)versiones discursivas en la poesía española reciente”, *Bulletin of Spanish Studies (BHS)*, 90: 295-309.
- BALDRY, ANTHONY; THIBAUT, PAUL (2006), *Multimodal Transcription and Text Analysis*, London, Equinox.
- BAÑOS PIÑERO, ROCÍO (2009), “Estudios descriptivo-contrastivo del discurso oral prefabricado en un corpus audiovisual comparable en español: oralidad prefabricada de producción propia y de producción ajena”, *Panorama de investigaciones basadas en corpus*, ed. Pascual Cantos; Aquilino Sánchez. Murcia, Asociación Española de Lingüística de Corpus: 399-413.
- BATEMAN, JOHN; SCHMIDT, KARL-HEINRICH (2011): *Multimodal Film Analysis: How Films Mean*, New York, Routledge.
- BEDNAREK, MONIKA (2010), *The language of fictional television: Drama and identity*. London / New York, Continuum.
- (2011), “Expressivity and televisual characterization”, *Language and Literature*, 20/1: 1-19.
- (2012), “Constructing ‘nerdiness’. Characterization in *The Big Bang Theory*”, *International Journal of Corpus Linguistics*, 17/1: 35-63.
- (2015), “An overview of the linguistics of screenwriting and its interdisciplinary connections, with special focus on dialogue in episodic television”, *Journal of Screenwriting*, 6/2: 221-238.
- (2017), “The role of dialogue in fiction”, *Pragmatics of Fiction*, eds. Miriam Locher; Andreas Jucker. Berlin/Boston, De Gruyter Mouton: 129-156.
- (2018), *Language and Television Series. A Linguistic Approach to TV Dialogue*, Cambridge, Cambridge University Press.
- BELL, ALAN; GIBSON, ANDY (2011), “Staging language: An introduction to the sociolinguistics of performance”, *Journal of Sociolinguistics*, 15/5: 555-572.
- BONSIGNORI, VERONICA; BRUTI, SILVIA (2015), “How people greet each other in TV series and dubbing”, *The Languages of Dubbing. Mainstream Audiovisual Translation in Italy*, eds. Maria Pavesi; Maicol Formentelli; Elisa Ghia, Bern, Peter Lang: 89-111.
- BONSIGNORI, VERONICA; BRUTI, SILVIA; MASI, SILVIA (2011), “Formulae across languages: English greetings, leave-takings and good wishes in dubbed Italian”, *Audiovisual translation in close-up: Practical and theoretical approaches*, eds. Adrian Serban; Anna Matamala; Jean-Marc Lavour. Bern, Peter Lang: 23-44.
- (2012), “Exploring greetings and leave-takings in original and dubbed language”, *Au-*

- diovisual translation and media accessibility at the crossroads* — *Media for all 3*, eds. Aline Remael; Pilar Orero; Mary Carroll. Leiden, Brill: 357-379.
- BOUSFIELD, DEREK (2008), *Impoliteness in interaction*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins.
- BOUSFIELD, DEREK; MCINTYRE, DAN (2011), “Emotion and empathy in Martin Scorsese’s *Goodfellas*. A case study of the ‘funny guy’ scene”, *Telecinematic discourse. Approaches to the language of film and television series*, eds. Roberta Piazza; Monika Bednarek; Fabio Rossi. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins: 105-123.
- (2018), “Creative linguistic impoliteness as aggression in Stanley Kubrick’s *Full Metal Jacket*”, *Journal of literary semantics*, 47/1: 43-65.
- BRUTI, SILVIA (2006), “Cross-Cultural Pragmatics: The Translation of Implicit Compliments in Subtitles”, *Proceedings of Media for All-International Conference on Audiovisual Translation*, Barcelona, 6-8 de junio de 2005.
- (2009), “Translating Compliments and Insults in the *Pavia Corpus of Film Dialogue*: Two Sides of the Same Coin”, *Analysing Audiovisual Dialogue: Linguistics y Translational Insights*, eds. Maria Freddi; Maria Pavesi. Bologna, CLUEB: 143-163.
- BUBLITZ, WOLFRAM (2017), “Oral features in fiction”, *Pragmatics of Fiction*, eds. Miriam Locher; Andreas Jucker. Berlin/Boston, De Gruyter Mouton: 235-263.
- CATALÁ, JOSEP M.^a (2009), “Los límites de lo risible. Cuestiones epistemológicas y estéticas en torno a la confluencia del documental y el humor”, *La sonrisa oblicua. Tangentes, paralelismos e intersecciones entre el documental y el humor*, eds. Elena Oroz; Gonzalo de Pablo Amatria. Madrid, Ocho y Medio: 43-74.
- CHARAUDEAU, PATRICK (2006), “Des catégories pour l’Humour?”, *Questions de communication*, 2: 19-41.
- CHIERICHETTI, LUISA (2021a), *Diálogos de serie. Una aproximación a la construcción discursiva de personajes basada en corpus*, Bern, Peter Lang.
- (2021b), “(Des)cortesía y poder en el discurso telecinemático de ficción”, *Studi Italiani di Linguistica Teorica e Applicata*, L, 3 (en prensa).
- COHEN, JONATHAN (2011), “Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification of Audiences with Media Characters”, *Mass Communication & Society*, 4, 3: 245-264.
- COUPLAND, NIKOLAS (2007), *Style: Language Variation and Identity*, Cambridge, Cambridge University Press.
- CULPEPER, JONATHAN (2001), *Language and Characterisation. People in Plays and Other Text*, London and New York, Routledge, Taylor & Francis Group.
- CULPEPER, JONATHAN; FERNÁNDEZ-QUINTANILLA, CAROLINA (2017), “Fictional characterisation”, *Pragmatics of Fiction*, eds. Miriam Locher; Andreas Jucker. Berlin/Boston, De Gruyter Mouton: 93-128.

- D'SOUZA, JEAN (1991), "Speech Acts in Indian English Fiction", *Word Englishes*, 10/3: 307-316.
- DE PABLOS ORTEGA, CARLOS (2020), "Directive Speech Acts in English and Spanish Film-speak", *Pragmática Sociocultural/Sociocultural Pragmatics*, 8/1: 1-21.
- DELTELL ESCOLAR, LUIS; HERNÁNDEZ TORIBIO, MARÍA ISABEL (en prensa), "Ensayo audiovisual español y humor. *La casa Emak Bakia, Mapa y Muchos hijos, un mono y un castillo*".
- DESILLA, LOUISA (2012), "Implicatures in film: Construal and functions in *Bridget Jones* romantic comedies", *Journal of Pragmatics*, 44/1: 30-53.
- DYNEL, MARTA (2010), "Not hearing things – Hearer/listener categories in polylogues", *mediAzioni* 9, <http://mediazioni.sidlec.unibo.it> [Acceso 27/10/2018].
- (2011a), "I'll be there for you" On participation-based sitcom humour", *The Pragmatics of Humour across Discourse Domains*, ed. Marta Dynel. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins: 311-333.
- (2011b), "You talking to me? The viewer as ratified listener to film discourse", *Journal of Pragmatics*, 43/6: 1628-1644.
- (2011c), "Stranger than fiction? A few methodological notes on linguistic research in film discourse", *Brno Studies in English*, 37: 41-61.
- (2012), "Setting our House in order: The workings of impoliteness in multi-party film discourse", *Journal of Politeness Research*, 6: 161-194.
- (2016), "With or without intentions: accountability and (un)intentional humour in film talk", *Journal of Pragmatics*, 95: 67-78.
- (2017), "(Im)politeness and telecinematic discourse", *Pragmatics of Fiction*, eds. Miriam Locher; Andreas Jucker. Berlin/Boston, De Gruyter Mouton: 455-487.
- ESCANDELL VIDAL, MARÍA VICTORIA (2015), *La comunicación. Lengua, cognición y sociedad*, Madrid, Akal.
- FERNÁNDEZ TUBAU, VALENTÍN (2012), "Diálogos en el guion. Arte y técnica", *El guion para series de televisión*, coord. Manuel Ríos San Martín. Madrid, Instituto RTVE: 169-207.
- GANZ, ADAM. (2013), "To make you see: Screenwriting, description and the 'lensbased' tradition", *Journal of Screenwriting*, 4,1: 7-24.
- GARCÍA, ALBERTO N. (ed.) (2016), *Emotions in Contemporary TV Series*, Basingstoke / New York, Palgrave Macmillan.
- GOFFMAN, ERVING (1981), *Forms of talk*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press.
- GREGORY, MICHAEL; CARROLL, SUZANNE (1978): *Language and situation: Language varieties and their social contexts*, London, Routledge and Kegan Paul.
- HERNÁNDEZ FLORES, NIEVES (2013), "Actividad de imagen: caracterización y tipología en la interacción comunicativa", *Pragmática Sociocultural / Sociocultural Pragmatics*, 1/2: 175-198.
- HERNÁNDEZ TORIBIO, MARÍA ISABEL; DELTELL ESCOLAR, LUIS (2014), "Actos de cortesía

- valorizadora (cumplidos y halagos) en el cine argentino actual”, *Spanish in Context*, 11/1: 97-116.
- (2017), “Cumplidos y halagos en el español peninsular: ¿cuestión de términos?”, *Onomázein*, 37: 188-210.
- HERNÁNDEZ TORIBIO, MARÍA ISABEL; MARIOTTINI, LAURA (2016), “TripAdvisor y actos de habla. Delimitaciones teóricas y propuestas metodológicas para el análisis de las estrategias de atenuación de los actos directivos”, *Pragmática Sociocultural / Sociocultural Pragmatics*, 4/ 2: 149-181.
- (2018), “Actos de habla y atenuación 2.0: TripAdvisor”, *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 73: 15-32.
- HAMILTON, DAVID; SHERMAN, JEFFREY W. (1994), “Stereotypes”, *Handbook of Social Cognition, Volume 2: Applications*, eds. Robert S. Wyer, Jr.; Thomas K. Srull. New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates: 1-68.
- HOFFMANN, CHRISTIAN (2020), “Introduction”, *Telecinematic Stylistics*, eds. Christian Hoffmann; Monika Kirner-Ludwig. London, Bloomsbury Academic: 1-18.
- HOLMES, JANET (1988), “Paying Compliments. A Sex Preferential Politeness Strategy”, *Pragmatics*, 12/4: 445-465.
- JANNEY, RICHARD (2012), “Pragmatics and cinematic discourse”, *Lodz Papers in Pragmatics*, 8/1: 85-113.
- JUCKER, ANDREAS (2009), “Speech Act Research between Armchair, Field and Laboratory. The Case of Compliments”, *Journal of Pragmatics*, 41/8: 1611-1635.
- KAPLAN, NORA (2004), “Nuevos desarrollos en el estudio de la evaluación en el lenguaje: La Teoría de la Valoración”, *Boletín de Lingüística*, 22: 52-78.
- KAUL DE MARLANGEON, SILVIA; ALBA-JUEZ, LAURA (2012), “A typology of verbal impoliteness behaviour for the English and Spanish cultures”, *RESLA*, 25: 69-92.
- KERBRAT-ORECCHIONI, CATHERINE (2010), “L'impolitesse en interaction: Aperçus théoriques et étude de cas”, *Lexis Special [Impoliteness / Impolitesse]*, 2: 35-61.
- KOIKE, DALE (1998), “La sugerencia en español: una perspectiva comparativa”, *La pragmática lingüística del español. Recientes desarrollos*, eds. Henk Haverkate; Gijs Mulder; Carolina Fraile Maldonado. Amsterdam, Rodopi: 211-235.
- KOZLOFF, SARAH (2000), *Overhearing Film Dialogue*, Berkeley/Los Angeles, University of California Press.
- KRESS, GUNTHER; VAN LEEUWEN, THEO (2017 [2001]), *Multimodal Discourse. The Modes and Media of Contemporary Communication*, London/ New York, Bloomsbury.
- (2006), *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, London, Routledge.
- LANDERT, DANIELA (2017), “Participation as user involvement”, *Pragmatics of Social Media*, eds. Christian R. Hoffmann; Wolfram Bublitz. Berlin/Boston, De Gruyter Mouton: 31-59.

- (2021), “The spontaneous co-creation of comedy: Humour in improvised theatrical fiction”, *Journal of Pragmatics*, 173: 68-87.
- LANGLOTZ, ANDREAS (2017), “Language and emotion in fiction”, *Pragmatics of Fiction*, eds. Miriam Locher; Andreas Jucker. Berlin/Boston, De Gruyter Mouton: 515-552.
- LEECH, GEOFFREY N. (1983), *Principles of Pragmatics*, London/New York, Longman.
- LOCHER, MIRIAM. A.; JUCKER, ANDREAS H. (2017) “Introducing *PPragmatics of Fiction*: Approaches, trends and developments”, eds. Miriam A. Locher; Andreas Jucker. Berlin / Boston, De Gruyter Mouton, 1-21.
- LORENZO DUS, NURIA (2009), *Television Discourse: Analysing Language in the Media*, Basingstoke/New York, Palgrave Macmillan.
- MACDONALD, IAN W. (2013), *Screenwriting Poetics and the Screen Idea*, Basingstoke/New York, Palgrave Macmillan.
- MAPELLI, GIOVANNA (2016), “Aspectos de la oralidad en las series televisivas españolas: los procedimientos de intensificación”, *Orillas*, 5 http://orillas.cab.unipd.it/orillas/es/05_09mapelli_astilleros/ [Acceso 27/10/2018].
- (2017), “Los procedimientos de atenuación en las series televisivas españolas entre humorismo y construcción del ethos”, *Normas*, 7/2: 139-153.
- MCINTYRE, DAN (2015), “Dialogue: Credibility versus realism in fictional speech”, *The Bloomsbury Companion to Stylistics*, ed. Violeta Sotirova. London, Bloomsbury: 430–443.
- MCINTYRE, DAN; BOUSFIELD, DEREK (2017), “Impoliteness in fictional texts”, *The Palgrave Handbook of Linguistic (Im)Politeness*, eds. Michael Haugh; Jonathan Culpeper; Daniel Z. Kadar. Basingstoke, Palgrave Macmillan: 759–783.
- MESSERLI, THOMAS C. (2016), “Extradiegetic and character laughter as markers of humorous intentions in the sitcom *2 Broke Girls*”, *Journal of Pragmatics*, 95: 79-92.
- MESSERLI, THOMAS C.; LOCHER, MIRIAM. A. (2021), “Humour support and emotive stance in comments on Korean TV drama”, *Journal of Pragmatics*, 178: 408-425.
- MÍNGUEZ, NORBERTO; MANZANO ESPINOSA, CRISTINA (2020), “El ensayo en el audiovisual español contemporáneo: definición, producción y tendencias”, *Communication & Society*, 33/3: 17-32.
- NELSON, CECIL (1991), “New Englishes, New Discourses, New Speech Acts”, *Word Englishes*, 10/3: 317-323.
- NENCIONI, GIOVANNI (1976), “Parlato-parlato, parlato-scritto, parlato-recitado”, en *Di scritto e di parlato. Discorsi linguistici*, Bologna, Zanichelli: 126-179.
- NUZZO, ELENA (2015), “Comparing textbooks and TV series as sources of pragmatic input for learners of Italian as second language: the case of compliments and invitations”, *Teaching, Learning and Investigating: Pragmatics, Principles, Methods and Practices*, eds. Sara Gesuato; Francesca Bianchi; Winnie Chang. Cambridge, Cambridge Scholars Pu-

- blishing: 85-107.
- PÉREZ HERNÁNDEZ, LORENA (2001), *Illocution and Cognition: A Constructional Approach*, Logroño, Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Rioja.
- PIAZZA, ROBERTA (2006), “The representation of Conflict in the Discourse of Italian Melodrama”, *Journal of Pragmatics*, 38: 2087-2104.
- (2011), *The Discourse of Italian Cinema Beyond. Let Cinema Speak*, London, Continuum.
- PIAZZA, ROBERTA; BEDNAREK, MONIKA; ROSSI, FABIO, eds. (2011a), *Telecinematic discourse: Approaches to the language of film and television series*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins.
- (2011b), “Introduction: Analysing telecinematic discourse”, en *Telecinematic discourse: Approaches to the language of film and television series*, eds. Roberta Piazza; Monika Bednarek; Fabio Rossi. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins: 1-17.
- QUAGLIO, PAULO (2009), *Television Dialogue. The Sitcom Friends vs. Natural Conversation*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins.
- QUEEN, ROBIN (2015), *Vox popular: The Surprising Life of Language in the Media*, Malden, Wiley-Blackwell.
- RASCAROLI, LAURA (2009), *The personal camera. Subjective cinema and the essay film*, London, Wallflower Press.
- RICHARDSON, KAY (2010), *Television dramatic dialogue: A sociolinguistic study*, Oxford, Oxford University Press.
- RICHARDSON, KAY; QUEEN, ROBIN (2012), “Describing, analysing and judging language codes in cinematic discourse”, *Multilingua*, 31: 327-336.
- ROAS, DAVID (2009), “Humores posmodernos. Hacia una epistemología de la risa en la (supuesta) Era del Vacío”, *La sonrisa oblicua. Tangentes, paralelismos e intersecciones entre el documental y el humor*, eds. Elena Orozco; Gonzalo de Pedro Amatria. Madrid, Ocho y Medio: 75-94.
- RODRÍGUEZ ROSIQUE, SUSANA y BAGUÉ QUÍLEZ, LUIS (2021), “La chispa de la rima: rasgos de oralidad en la poesía española reciente”, *Oralia*, 24/2.
- ROSE, KENNETH (2001), “Compliments and Compliment Responses in Film: Implications for Pragmatics Research and Language Teaching”, *IRAL-International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 39/4: 309-326.
- ROSSI, FABIO (2011), “Discourse Analysis of Film Dialogue. Italian Comedy between Linguistic. Realism and Pragmatic Non-realism”, *Telecinematic Discourse Approaches to the language of film and television series*, eds. Roberta Piazza; Monika Bednarek; Fabio Rossi. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins: 21-46.
- SEARLE, JOHN (1969), *Speech Acts. An Essay in the Philosophy of Language*, Cambridge, Cambridge University Press.
- THIBAUT, PAUL (2000) “The multimodal Transcription of a Television Advertisement:

- Theory and Practice”, *Multimodality and Multimediality in the Distances Learning Age*, ed. Anthony Baldry. Campobasso, Palladino Editore: 311-385.
- VANDAEELE, JEROEN (2011), “Narrative Humor (I): Enter Perspective”, *Poetics Today*, 31: 721-785.
- (2012), “Narrative Humor (II): Exit Perspective”, *Poetics Today*, 33/1: 59-126.
- WEINRICHTER, ANTONIO (2007), “El concepto fugitivo. Notas sobre el film-ensayo”, *La forma que piensa. Tentativas en torno al cine ensayo*, ed. Antonio Weinrichter. Navarra, Fondo de Publicaciones del Gobierno de Navarra: 18-49.
- WIERZBICKA, ANNA (1987), *English Speech Acts Verbs: A Semantic Dictionary*, Sydney, Academic Press.
- YUS RAMOS, FRANCISCO (2016), *Humour and Relevance*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins.
- (2018), “A cognitive pragmatics of the phatic Internet”, *Emotions in discourse*, eds. Laura Alba-Juez; J. Lachlan Mackenzie. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins: 161-187.

Luisa Chierichetti es profesora titular de Lengua española en el Dipartimento di Lingue, letterature e culture straniere de la Università di Bergamo. Sus principales líneas de investigación abarcan los aspectos lingüísticos del humor, la tradición gramaticográfica del español y el análisis del discurso, con particular atención a los ámbitos jurídico, médico y turístico. En los últimos años se ha dedicado a la investigación del discurso *telecinemático* aplicada a las series de televisión.

luisa.chierichetti@unibg.it

María Isabel Hernández Toribio es profesora titular de Lengua española en el Departamento de Lengua Española y Teoría de la Literatura de la Universidad Complutense de Madrid. Sus principales líneas de investigación se enmarcan en los ámbitos de la pragmática y el análisis del discurso. Se ha centrado en el análisis de diversos discursos como el publicitario, el turismo *online* y el cinematográfico. Sobre este último destacan sus estudios sobre los actos de habla expresivos y sobre el humor en el ensayo audiovisual.

ihor@ccinf.ucm.es