



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

Caracterizaciones semióticas de recursos
narrativos de la serie de televisión
The Office US.

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

PRESENTA
Lucía Plascencia Martínez

ASESOR DE TESIS
Julio César Horta Gómez



CIUDAD UNIVERSITARIA, MÉXICO D.F.
Marzo 2015.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Agradezco a mi casa de estudios, la Universidad Nacional Autónoma de México, por abrirme sus puertas. Porto orgullosa su nombre a donde quiera que voy.

A la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, por permitirme desarrollarme y aprender en sus aulas durante cuatro años y medio.

A mis profesores por sus enseñanzas, conocimientos y aliento para convertirme en una comunicóloga con ética y profesionalismo.

A mi asesor, Profesor Julio César Horta Gómez, por su apoyo y paciencia durante la realización de este proyecto, por alentarme para no claudicar, pero sobre todo por su amistad.

Dedicatoria

A Leticia Martínez, por ser mi guía. Dedico este trabajo a la persona más amorosa, honesta y fuerte que conozco, a mi mamá, porque ha sido ella quien me ha enseñado todo lo que sé.

A Francisco Gustavo Plascencia Tortolero, por su fuerza, amor, confianza y apoyo.

A Gustavo Plascencia Martínez, por todos los momentos, enseñanzas y por su visión particular de la vida. Por ser mi hermoso hermano mayor y siempre creer en mí.

A Saúl Plascencia Martínez, por sus sonrisas y disparates, por soportarme y quererme. Por ser mi ancla a un mundo sin tantas complicaciones.

A Mark Ricárdez Zárate, por ser mi mejor amigo, mi compañero, mi amor incondicional y mi inspiración para mejorar cada día. Por ayudarme a hacer realidad todos mis sueños. Te amo.

A mi colibrí inesperado, por enseñarme el amor incondicional y ayudarme a cerrar este ciclo.

A mis amigas Verónica Lara, Zulleyka Hoyo, Inés Conde, Araceli Pérez, Erika Arias y Viridiana Ramírez por su amistad y complicidad en todos estos años.

INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I.	14
Características del documental	14
1.1 Modalidad de observación	15
1.2 Modalidad expositiva.....	16
1.3 Modalidad interactiva	16
1.4 Modalidad reflexiva	18
2.1. Sinopsis.....	21
2.2. Concepto.....	22
2.3. Estructura.....	25
2.4. Personajes.....	27
2.5. Estructura narrativa	29
2.6. Recursos narrativos	32
CAPÍTULO III.	44
Categorías de análisis en la textura narrativa.	44
3.1. La visión en la narrativa.....	44
3.2. Focalización.....	48
3.3. Instancias y niveles narrativos.....	51
3.4. Relaciones de transtextualidad	53
3.4.1. Intertextualidad.....	54
3.4.2. Paratextualidad	55
3.4.3. Metatextualidad.....	56
3.4.4. Architextualidad	56
3.4.5. Hipertextualidad	57
3.5. Intertextualidad cinematográfica	58
3.6. Ocularización.....	59
3.7. Focalización cinematográfica	60
3.8. Identificación	61
CAPÍTULO IV.....	64
Análisis.....	64
4.1. Nivel de análisis macro.....	65

Indice

4.1.1.	Focalización y función narrativa de la cámara.....	65
4.1.1.1.	Focalización externa.....	66
4.1.1.2.	Focalización cero.....	69
4.1.1.3.	Focalización interna.....	70
4.1.2.	Descripción semiótica de niveles narrativos.....	72
4.1.2.1.	Nivel extradiegético.....	72
4.1.2.2.	Nivel metadiegético.....	73
4.1.2.3.	Nivel intradiegético.....	74
4.2.	Nivel de análisis micro.....	76
4.2.1.	Instancias narrativas.....	76
4.2.1.1.	Narrador heterodieético.....	77
4.2.1.2.	Narrador homodieético.....	77
4.2.1.3.	Narrador autodieético.....	78
4.2.2.	Relaciones de transtextualidad.....	78
4.2.2.1.	Intertextualidad.....	79
4.2.2.2.	Paratextualidad.....	81
4.2.2.3.	Metatextualidad.....	83
4.2.2.4.	Architextualidad.....	87
4.2.2.5.	Hipertextualidad.....	88
4.2.3.	Intertextualidad cinematográfica.....	90
4.2.3.1.	De las celebridades.....	90
4.2.3.2.	Autocita.....	91
4.2.3.3.	Falsa.....	92
4.2.4.	Ocularización.....	93
4.2.4.1.	Ocularización Cero.....	93
4.2.4.2.	Ocularización Interna.....	94
4.2.5.	Focalización cinematográfica.....	95
4.2.5.1.	Espectatorial.....	96
4.2.5.2.	Interna.....	96
4.2.5.3.	Externa.....	97
4.2.6.	Identificación.....	98

Indice

4.2.6.1.	Primaria	98
4.2.6.2.	Secundaria.....	99
4.2.7.	Modalidades del documental	100
4.2.7.1.	Observación	100
4.2.7.2.	Expositiva.....	101
4.2.7.3.	Interactiva	101
4.2.7.4.	Reflexiva	102
4.2.8.	Tipos de miradas	102
4.2.8.1.	Accidental	103
4.2.8.2.	Impotente	103
4.2.8.3.	En peligro.....	104
4.2.8.4.	Intervención	104
4.2.8.5.	Compasiva.....	105
4.2.8.6.	Clínica.....	106
4.2.9.	Sintaxis semiótica.....	106
CONCLUSIONES		113
5.1.	Análisis paradigmático.....	113
5.1.1.	Zoom in/out, travelling, paneos bruscos – Identificación primaria – Traslado del lector/espectador de la diégesis hacia el exterior de la pantalla (a su buen lugar)	113
5.1.2.	Tight shot: “Coming this may” – Nivel metadieético – Fortalece la falsa intertextualidad y socializa la oficina	114
5.1.2.1.	Los arquetipos de líderes representados por cada <i>manager</i> de Dunder Mifflin	115
5.1.2.2.	Relaciones laborales.....	116
5.1.3.	Entrevistas – Architextualidad (Permite relacionar la serie con el género del documental) – Ruptura de la cuarta pared.....	117
5.1.4.	“Goodbye Michael” – Modalidad interactiva – Convocatoria de NBC para seleccionar al nuevo <i>manager</i>	117
5.1.5.	<i>Webseries</i> – Modalidad reflexiva – Hacia una cultura de internet.....	118
5.2.	Reflexión crítica	119
5.2.1.	Socialización de la oficina	120
5.2.2.	El consumo.....	121
ANEXO.....		124

Indice

Temporada 1	124
Temporada 2	124
Temporada 3	125
Temporada 4	125
Temporada 5	126
Temporada 6	127
Temporada 7	128
Temporada 8	129
Temporada 9	130
BIBLIOGRAFÍA	132

INTRODUCCIÓN

El cuento, las novelas, el cine y las series de televisión comunican; estas últimas, en un formato audiovisual (igual que el cine), utilizando un relato breve y el capítulo serializado para contar historias. Las historias presentan una cierta realidad, acontecimientos que habrían sucedido, personajes que, desde este punto de vista, se confunden con los de la vida real, todos al interior de la diégesis.

Las teleseries han sido un ejercicio para cineastas como David Lynch, Lars Von Trier y, en recientes años, Martin Scorsese, para “romper convenciones y estrategias televisivas al despedazar certezas y estereotipos”¹ propias del medio. De tal forma que las historias que en ellas se cuentan, dependen en gran medida de quien genera el discurso.

El objeto de estudio de esta investigación es *The Office US*, remake de la serie homónima británica, retrata a los trabajadores de una oficina distribuidora de papel en Scranton, Pensilvania; a lo largo de nueve temporadas, los espectadores pueden ver su actuar cotidiano, la relación entre los empleados, la trivialidad y rutina que supone el trabajo diario.

Al utilizar y rescatar elementos característicos del cine documental como plano/contraplano, *travellings* bruscos, encuadres accidentados, cámara al hombro, nula utilización de música, entre otros, *The Office US* se presenta como una nueva forma narrativa para la televisión cuya intención es sorprender al espectador con la sensación de realismo.

Son estos recursos, que el narrador utiliza para referir los acontecimientos al espectador, mismos que guardan relación con el género documental, los que se analizarán en este trabajo, tales como los elementos narrativos, técnicos, discursivos y estéticos. Es a partir de estos con los que Ricky Gervais y Stephen Merchant, creadores de *The Office*, generaron además un lugar de pertenencia para los espectadores.

Lo anterior se profundizará en la parte final de este trabajo, la forma en que los elementos se relacionan, son percibidos y asimilados por la audiencia, para finalmente ser dotados de sentido.

Así la propuesta metodológica contenida en este trabajo de investigación consiste en el cruce de categorías de análisis extraídas de nociones teóricas del ámbito de la literatura, cinematografía y género del documental, con el fin de identificar elementos del propio texto y distinguir su función dentro del mismo.

Resulta importante reconocer y aclarar que las categorías de análisis utilizadas son las que más se aproximan a los requerimientos de la serie. Para llevar a cabo dicho análisis, este trabajo se divide en cinco capítulos, el primero de ellos, “Características del documental”, está destinado a identificar a partir de bibliografía y películas del género del documental, los elementos comunes entre las distintas modalidades de documentales.

“Elementos de la serie *The Office US*”, segundo capítulo, se enfoca en enlistar los elementos que conforman la serie: personajes, espacios, tomas y movimientos de

¹ Naief Yehya, “Herejía y extrañeza” en *La Tempestad*, Vol. 9, Núm. 59, Marzo-Abril 2008, p. 68.

cámara, etc.; para luego identificar qué elementos retoma *The Office US* del género documental.

En el tercer capítulo titulado “Categorías de análisis en la textura narrativa”, se profundiza en la propuesta metodológica, se utilizarán categorías de análisis aplicables a la serie, en general, y a sus elementos en particular. Para finalmente dar pie al cuarto capítulo, “Análisis”, donde podrá apreciarse una sintaxis semiótica de los elementos, categorías de análisis y función. En este nivel, se propone una segmentación del fenómeno discursivo del relato en la serie *The Office US*, se reconoce que las categorías semióticas permiten una profundización de los diferentes elementos que componen la forma del discurso audiovisual; sin embargo, este estudio es de carácter exploratorio, y tiene como objetivo descubrir las funciones significativas generales y no así la profundización de las funciones signicas.

Finalmente se establecen relaciones paradigmáticas como interpretación al análisis y se brinda una reflexión crítica donde se extrapolan una serie de consideraciones finales a modo de conclusión, incluidas en el quinto y último capítulo.

Siempre partiendo de las propuestas que nuestro objeto de estudio presenta como modelo audiovisual, *The Office US* ya no es sólo un objeto de estudio semiótico, donde el espectador puede echar mano de la capacidad y conocimiento para identificar: rasgos técnicos (las angulaciones de los encuadres, los movimientos de cámara, la iluminación, la edición, el juego de miradas, etc.), reglas del género y contenido narrativo; es también un escenario para que el espectador se relacione con los personajes psicológicamente (llorando, sonriendo o molestándose con ellos).

CAPITULO I
Características del documental



CAPÍTULO I. Características del documental

Los géneros cinematográficos son establecidos por cineastas, críticos y estudiosos de los filmes, estos pueden ser entendidos como estructuras sobre las que se construyen las películas, sin embargo resulta de gran importancia que sean los espectadores quienes ubiquen una película en determinado género, a partir de evidencias fácilmente identificables como: tipos de personajes, escenarios, iluminación, ambiente, tema, tratamiento de acciones y situaciones.

Así pues este trabajo retomará el documental, como género cinematográfico, tomando como característica fundamental el registro de la realidad a partir de un dispositivo, a partir de una cámara. Siguiendo esta lógica podemos bien establecer una primera clasificación genérica: cine documental y de ficción, dicha distinción será de gran utilidad para la presente investigación.

Si bien existen temas, técnicas y enfoques que dependen en su mayor parte de decisiones del realizador (y escribo en su mayor parte, porque existían documentales bajo pedido de empresarios), en este capítulo se enumerarán aquellos elementos característicos que, a partir de autores, lecturas y filmes documentales, identificaré como componentes, Bill Nichols las llama “convenciones que forman parte del estilo”², del género documental.

La estructura del documental se configura con tres aspectos, con los que concuerdan Nichols y Margarita Ledo, a partir de los cuales se organizan los diferentes enfoques: “las figuras del realizador o autor, del *medium* y del espectador”³. Previo a abordar las distintas modalidades en las que los tres elementos antes mencionados entran en relación, debemos recordar que la característica principal es el realismo.

El realismo en el cine, herencia del movimiento estético de mediados del siglo XIX, tiene como principio fundamental mostrar las cosas “tal cual son”. De esta forma el realizador deberá eliminar “tanto los escenarios fabricados como las peripecias, sus simulaciones, sus actores seriados. Sólo la cámara puede incorporar como elemento cinematográfico «la vida de improviso», sólo la cámara puede permitir la preparación de cada componente natural, sin modificar su identidad, y convertir su representación en uno de los procedimientos de verdad.”⁴

Será a partir de las cuatro modalidades de documental que Nichols propone (observación, expositiva, interactiva y reflexiva) que partiré para identificar elementos formales del texto documental.

²Bill Nichols, *La representación de la realidad. Cuestiones y conceptos sobre el documental*, Barcelona, Paidós comunicación, 1997, p 133.

³Margarita Ledo, *Del cine-ojo a Dogma 95. Paseo por el amor y la muerte del cinematógrafo documental*, Barcelona, Paidós Comunicación, 2004, p. 22.

⁴*Ibid.* p. 31.

CAP I

Características del documental

1.1 Modalidad de observación

La no intervención del realizador es el punto nodal de esta modalidad; los hechos, diálogos, actores sociales y en general las circunstancias de filmación no dependen de él.

Por lo tanto el creador se subordina a registrar con el dispositivo aquello que sucede en el *mundo histórico*⁵. La estructura narrativa de este tipo de documentales parte de una introducción al tema, donde se presenta el espacio físico, la situación o problema inicial y a los *actores sociales*⁶ involucrados; la parte central del documental muestra el desarrollo de las acciones que se llevan a cabo por parte de actores sociales, poniendo mayor énfasis en “la actividad de los individuos dentro de las formaciones sociales específicas como la familia, la comunidad local o una única institución o aspectos de una de ellas”⁷; para así finalmente mostrar una conclusión al problema o situación inicial planteado.



1 *Nanuk, el esquimal (Nanook of the North, Robert Flaherty, 1922)*

Los avances técnicos incorporados a la cámara cinematográfica hicieron posible grabar sonidos, para posteriormente sincronizarlos con la imagen; en una etapa más avanzada, fue a finales de los cincuentas, cuando se logró el registro de audio simultáneo con la imagen, lo que dotó a la modalidad de observación con la capacidad de captar sonidos indirectos en el momento de la filmación. En su mayoría, diálogos que los actores sociales intercambian entre sí; jamás lo hacían hacia la cámara.

Los cortes en la edición del material fílmico suelen responder a la continuidad espacial y temporal de la observación, respondiendo a la realidad retratada y no a una argumentación o exposición por parte del realizador.

⁵El *mundo histórico* debe ser entendido como el espacio donde se desarrollan los sucesos que son grabados por una cámara en el momento mismo en que ocurren. Este no debe confundirse con el espacio de ficción, dentro o fuera de un estudio de grabación, ya que el espacio de ficción es preparado por un equipo de grabación, mientras que el mundo histórico no.

⁶ El término *actor social* hace referencia a los individuos sobre los que se centra el documental.

⁷ Bill Nichols, *op. cit.*, p. 75.

CAP I

Características del documental

1.2 Modalidad expositiva

El también denominado “documental abogado” va dirigida directamente al espectador. Este tipo de filmes muestran situaciones conflictivas, problemas a los que la clase obrera se enfrentaba: vivienda, hambre, trabajo, etc. Es la modalidad “más cercana al ensayo o al informe expositivo clásico y ha seguido el principal método para transmitir información y establecer una cuestión al menos desde la década de los veinte”.⁸

La presencia del realizador se da a través del uso de intertítulos y voces en *off*, este traslado de la banda de imágenes hacia la banda sonora, por parte del realizador, se realiza con el fin de plasmar su argumentación acerca del mundo histórico.



2Correo nocturno (*Night mail*, Harry Watt & Basil Wright, 1936)

Las imágenes con cámara fija son otra característica de esta modalidad, presentándose como ilustración de aquello que se dice, para ejemplificar la argumentación.

1.3 Modalidad interactiva

En esta modalidad el realizador interactúa con los actores sociales, interviniendo por completo en la escena, rasgando el velo de la ausencia ilusoria. El realizador de esta modalidad documental, también conocida como *cinema vérité*, se acerca al sensorial humano, es decir, toma parte del mundo histórico: graba, mira, oye y habla dentro de ese mundo con los actores sociales. No sólo es participante de la acción, también provocador de la misma.

⁸Bill Nichols, *op. cit.*, p. 68.

CAP I
Características del documental



3 *Cronica de un verano (Chronique d'un été, Jean Rouch & Edgar Morin, 1960)*
Con este filme, Rouch y Morin denominaron esta modalidad como *cinema vérité*

El realizador actúa como mentor, participante, acusador o provocador; su voz, jamás en *off*, siempre directa, se escucha y va dirigida hacia los actores sociales y no al espectador. “El texto interactivo adopta muchas formas pero todas ellas llevan a los actores sociales hacia el encuentro directo con el realizador”.⁹

Con el nacimiento de esta modalidad se eliminó en absoluto el comentario en *voice off*, teniendo como función exponer la actividad o vida registrada. La cualidad del tiempo presente es intensa en los documentales interactivos.



4 *Seguir siendo (Ernesto Contreras & José mAnuel Cravioto, 2010)*

Este tipo de documentales dirigen “la atención del espectador hacia la presencia física e histórica del realizador por medio de la interacción entre los actores sociales y la cámara, por lo general a través de entrevistas”.¹⁰

⁹Bill Nichols, *op. cit.*, p. 84.

¹⁰Bill Nichols, *op. cit.*, p.140.

CAP I

Características del documental

1.4 Modalidad reflexiva

Tiene como punto de partida la forma en que el realizador presenta el mundo histórico y no las situaciones que en él se desarrollan.

En el sentido más amplio, la reflexividad artística se refiere al proceso mediante el cual los textos ponen en primer plano su propia producción, su autoría, sus influencias intertextuales, sus procesos textuales o su recepción.¹¹

El uso de los “metacomentarios”, es un recurso que utiliza el realizador para hablar del proceso de representación del mundo histórico, en estos se aborda el qué sintió el realizador al estar en contacto con el mundo histórico que registra: los acercamientos que el realizador tuvo con los actores sociales, de la respuesta de estos, de la sensación de aquel, etc.



5 Sans soleil (Chris Marker, 1982)

Una vez identificados los elementos de cada una de las modalidades, resulta importante destinar tiempo al dispositivo que registra la realidad, la cámara y la relación de esta con: el realizador, el actor social y el espectador.

Es a partir del dispositivo que el realizador mirará al mundo histórico y será esta mirada la que los espectadores compartirán, a la que tendrán que ceñirse para dotar de significado propio a la imagen.

Nichols propone cinco tipos de miradas, la “mirada accidental” se configura de imágenes no centradas resultado de encuadres caóticos, tomas movidas, por lo que en general

¹¹Griselda Soriano, “Reflexividad y autorreferencia en el cine documental argentino contemporáneo” [en línea]AsAECA 2012, III Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual, Argentina, http://www.asaeca.org/aactas/soriano_griselda_-_ponencia.pdf[consulta: 24 de agosto de 2012]p. 3.

CAP I
Características del documental

estas imágenes son borrosas. La calidad de la imagen y del sonido, si es que existe el sonido sincronizado, es escasa.

Utiliza el *zoom*, movimiento de cámara en que la distancia focal entre el objetivo que registra y la imagen se reduce o aumenta, esto con la intención de mostrar detalles en una acción. Pero al ser brusco el cambio de imagen abierta a *zoom in*, o viceversa, tiende a ser indicio de una mirada no provocada.

La segunda mirada es la “impotente”, en esta el realizador pretende registrar un hecho, pero existen barreras entre el hecho mismo y el dispositivo. La característica fundamental de este tipo de mirada es colocar al realizador en “una posición pasiva/activa desde la que puede ver y registrar pero no actuar ni intervenir”.¹²

La “mirada de intervención” ocurre cuando el realizador se hace presente para actuar en favor de alguien que está en peligro, generalmente un actor social. “La cámara abandona la condición previa de la distancia, transformando el distanciamiento de una mirada en la implicación de una visión”.¹³

Los espectadores reconocen la mirada de la cámara como la de un ser humano, la de aquel que está detrás del objetivo y no ya como un símbolo antropomórfico.

El quinto tipo de mirada, la “compasiva”, abordada por Nichols cuenta con el mismo rasgo de humanidad que la de intervención. Esto es, deja de lado el proceso de grabación mecánico y frío para hacer hincapié en el agente humano que está detrás de la cámara.

Esta mirada se presenta cuando la muerte, o una situación desconsoladora, no pueden evitarse por medio de la intervención del *cameraman*.

La “mirada clínica” o profesional se aleja de la empatía hacia los actores sociales. La objetividad, para registrar los hechos en el mundo histórico, obliga al realizador a alejarse de cualquier sentimiento que pudiera surgir en respuesta a aquello registrado, por ejemplo la impotencia ante una injusticia cometida.

¹²Bill Nichols, *op. cit.*, p. 123.

¹³Bill Nichols, *op. cit.*, p.125.

CAPITULO II
Elementos de la serie *The Office US*



CAPÍTULO II. **Elementos de la serie *The Office US*.**

The Office US es la versión norteamericana basada en su homónima británica creada por Ricky Gervais y Stephen Merchant. El primer capítulo americano se estrenó el jueves 24 de marzo de 2005 por la cadena NBC finalizando con un *rating* de 5.9 millones de espectadores en Estados Unidos. La adaptación, con duración de treinta minutos, corrió a cargo de Greg Daniels.¹⁴

Co-producida por Deedle-Dee Productions, Shine America y Universal Television cuenta en la actualidad con 9 temporadas, las primeras 7 con Steve Carrell en el papel de Michel Scott. Es precisamente durante la séptima temporada, que finaliza el contrato de Carrell, por lo que Michael termina su participación viajando a Colorado.

Con la salida del protagonista de la serie, se creía que esta llegaría a su fin, sin embargo en la búsqueda de un nuevo rol protagónico masculino, las entrevistas reclutaron a actores como Will Ferrel en su personaje como Deangelo, quien sustituye por pocos episodios a Scott; y no fue hasta el capítulo final *Search Committee* que se presentaron para el trabajo: Jim Carrey e incluso el propio Ricky Gervais.

La serie ha sido galardonada con cuatro *Emmy Awards* (Mejor Serie de Comedia, Mejor Guion de una Serie de Comedia, Mejor Dirección en una Serie de Comedia y Mejor edición a una sola cámara para una Serie de Comedia); un Globo de Oro en 2006 (Mejor Actor en una Comedia o musical de televisión), Mejor serie de televisión por el American Film Institute en 2006 y 2008; además de obtener dos Premios del Sindicato de Actores a la Mejor Interpretación de un Reparto en una Serie de Comedia en 2006 y 2007.

Han existido, además del americano, diversos *remakes* de la serie *La Bureau* (Francia, 2006), *Ha Misrad* (Israel, 2010), *La Job* (Canadá, 2007), *Stromberg* (Alemania, 2004) y *Os Aspones* (Brasil, 2004) por mencionar algunos. Si bien es cierto que todas retoman la idea central de la original, un equipo de documentalistas decide grabar la vida de los trabajadores en sus oficinas, existen algunas modificaciones. El escenario es una de ellas, este cambia en la versión brasileña y alemana, en vez de desarrollarse en una oficina distribuidora de papel, lo hacen en una oficina de gobierno y en una compañía de seguros, respectivamente. Otros cambios en referencias culturales pueden apreciarse en *La Bureau*, versión francesa, donde la cerveza es sustituida por champaña y la gelatina de naranja, por queso.

The Office se ha convertido en una de las exportaciones más exitosas de la comedia británica de todos los tiempos.

2.1. Sinopsis

La temática central en *The Office US* es un equipo de documentalistas que ha decidido grabar la vida de los empleados de *Dunder Mifflin*, empresa distribuidora de papel. La

¹⁴ Greg Daniels guionista de *Not Necessarily the News* (1982), *Saturday Night Live*, *Los Simpsons*, *Seinfeld* (1992) y *King of the Hill*.

CAP II

Elementos de la serie *The Office US*

presencia de la cámara es reconocida por todos los personajes, especialmente por Michael Scott quien es el primero en aparecer frente a la cámara dándole la bienvenida al *crew* de la filmación y presentándoles a los trabajadores.

Teniendo a la sucursal de Scranton, Pensilvania, como el escenario principal, la serie, a través de recursos típicos del documental, muestra la dinámica entre los empleados de las distintas áreas que conforman una empresa: la gerencia, ventas, contabilidad, recursos humanos, recepción y el almacén.



2 *The Office US* (Greg Daniels, 2005)

Son los personajes el elemento principal de la serie, ya que es a partir de estos que la audiencia logra identificar arquetipos cercanos a la realidad. El jefe hace todo lo que se encuentre en sus posibilidades para ganarse a sus empleados, recurriendo a chistes y actitudes incoherentes que, lejos de llevarlo a su objetivo, resultan en situaciones penosas o desastrosas; el asistente, secundando todas las decisiones, aunque incoherentes, del jefe; la recepcionista cumpliendo las funciones propias de una recepcionista; los vendedores, peleando por conseguir más cuentas y ser el número uno; los contadores, etc.

Dentro de un organigrama bien trazado se desarrollan historias personales, triángulos amorosos, disputas, envidias, en fin todo lo que se espera ocurra en un ambiente típico de trabajo, además de situaciones inimaginables.

2.2. Concepto

El concepto de *The Office* nace de Ricky Gervais y Stephen Merchant, ambos escritores, actores y directores británicos. De acuerdo con los creadores la serie se desarrolla en una oficina de papel porque querían mostrar una industria que todo el mundo sabe que existe, pero de la que la mayoría conoce poco.¹⁵

Mostrar la vida que llevan los empleados en su lugar de trabajo a simple vista puede resultar burdo y trivial, sin complicaciones ni giros que den vida a una historia, sin embargo es ahí donde reside su notoriedad, ya que la idea puede trasladarse a una

¹⁵ s/a, "Una entrevista con Ricky Gervais y Stephen Merchant" [en línea] Inglaterra, BBC Two, <http://www.bbc.co.uk/programmes/b00jd68z/features/ricky-stephen> [consulta: 4 de septiembre de 2012].

CAP II
Elementos de la serie *The Office US*

tienda de corbatas, un supermercado o a una oficina de gobierno, y aun así la gente podrá identificarse con la trama y los personajes.

Gervais y Merchant, quienes jamás habían dirigido antes, decidieron hacer algo sólo para complacerse.¹⁶ Sin interferencia ni presión de algún tipo, optaron por no sólo presentar el guion sino el producto final, uno en el que los ejecutivos de la BBC pudiesen apreciar a David Brent (gerente de la oficina) y con ello obtener una idea más clara de la serie.

La forma en que está grabada es un elemento clave, el estilo de documental surgió, menciona Stephen Merchant en una entrevista realizada con motivo de la celebración de los 10 años del nacimiento de la serie, porque era una manera muy rápida de filmar y se podía hacer mucho con él. “No estábamos preocupados por la calidad del resultado final respecto a la estética”.¹⁷

Para los actores significó un desafío, ya que todos estaban familiarizados con el estilo documental, pero debieron esforzarse para que los diálogos y la acción resultaran convincentes. Por su parte Gervais menciona en entrevista que la preparación para cada capítulo se centró 99.9% en trabajo de mesa, todo lo que se ve en la serie está previamente trabajado en guión, pero requeríamos de excelentes actores que pudieran trasladar la idea de improvisación a la audiencia, actores capaces de generar una duda en la audiencia, al menos durante los primeros 2 minutos de ¿es esto un verdadero documental?¹⁸

Dicha duda logró generarse gracias al trabajo actoral y al set de grabación. El escenario donde se grabó la serie original británica, es una oficina real, forman parte de los estudios de filmación Teddington. El aire depresivo, ordinario y aburrido de las que por algún tiempo fueron las oficinas de producción del show *Today With Des and Mel*, cuadraron a la perfección con la idea de los creadores.

¹⁶ s/a, “A night at The Office”, artículo a 10 años del estreno de The Office UK, <http://www.bbc.co.uk/blogs/comedy/2009/08/ricky-gervais-a-night-at-the-office.shtml> [consulta: 4 de septiembre de 2012].

¹⁷ Stephen Merchant, “When I first saw the office”, entrevista en video realizada por la BBC Two como conmemoración de diez años de la serie, <http://www.bbc.co.uk/programmes/p00j19yx> [consulta: 4 de septiembre de 2012].

¹⁸ Ricky Gervais, “The beginning”, entrevista en video realizada por la BBC Two como conmemoración de diez años de la serie, <http://www.bbc.co.uk/programmes/p0045qvq> [consulta: 10 de enero de 2013].

CAP II
Elementos de la serie *The Office US*



2The Office UK (Ricky Gervais & Stephen Merchant, 1998)

The Office UK logró ser un producto rentable no sólo para la BBC sino para empresas televisoras de todo el mundo que apostaron por producir sus propias versiones. Jorge Carrión opina que “el éxito del *remake* estriba en borrar el original, o al menos, en hacerlo invisible tras un artefacto de desvíos sutiles o de nubes de humo o de fuegos artificiales”¹⁹. Dicho sentir es compartido por Stephen Merchant quien considera que *The Office* está ahora fuera de las manos de sus creadores originales y reconoce el trabajo hecho en otras adaptaciones.

Creo que Ricky Gervais y yo hemos dicho todo lo que pudimos acerca de *The Office*. Es nuestro Frankenstein— pudimos haberlo creado, pero ahora está fuera de nuestro control y ha arrasado en el mundo por cuenta propia.

El éxito de la serie es muy surrealista, sobre todo en Estados Unidos. La primera vez que me di cuenta del éxito que podría tener fue cuando abrí un comic de Spider-Man y vi un homenaje a *The Office* en una de las viñetas. Supongo que fue algo que el artista hizo como una pequeña broma pero yo era un gran fan de cómics cuando era niño y en verdad me emocioné.

Desde entonces, uno de mis mayores logros es saber que la versión estadounidense de *The Office* es muy exitosa y muy buena. Si usted nunca ha visto la versión americana, o ha visto los primeros episodios y pensó que no era de su agrado, le insto a comenzar con la segunda temporada y darle una oportunidad. Steve Carrell se apropia del role principal, los personajes secundarios son fantásticos y los escritores amplían y desarrollan nuestra idea original de maneras infinitamente inventivas.²⁰

A semejanza de la serie original *The Office US* se grabó en una oficina real y giró el lente televisivo hacia el interior de una oficina mundana, mostrando la vida sin sentido de sus empleados, todo con el propio estilo del *mockumentary*. A pesar de ser ficción; los diálogos, la profesión de los personajes, su vida interior y el propio lugar de trabajo son registrados a manera de documental, por lo que podría considerarse como un falso

¹⁹ Jorge Carrión, *Teleshakespeare*, Madrid, Errata naturae editores, 2011, p. 209.

²⁰ Stephen Merchant, *The Office* [en línea] <http://www.stephenmerchant.com/the-office/>[consulta: 3 de septiembre de 2012].

documental o mockumentary. Una ficción que se hacen pasar, estilísticamente al menos, por un documental.

Los falsos documentales pueden tener diversos tipos y estilos, tantos como clases de documentales existen. En cualquiera de estas simulaciones se imita la gramática del género, se falsifica el interés del asunto, se copia la supuesta espontaneidad de los protagonistas y situaciones o se fingen los lugares comunes (grabaciones de archivo, voz en *off*, cámara al hombro, declaraciones de especialistas en la materia ante la cámara...). La pretensión de la mayoría es, además de un indudable sentido lúdico, desmitificar la veracidad y credibilidad de la que goza el género.²¹

Si bien Greg Daniels utilizó las convenciones antes mencionadas, creó algunos cambios a partir de la segunda temporada, la oficina tuvo un aire más optimista, y el personaje central, Michael Scott, fue más satírico y menos mordiente. La última diferencia podrá apreciarse en la temporada final y esta se centrará en despejar la duda respecto al equipo del falso documental. ¿Quiénes son? ¿Por qué han estado grabando a los trabajadores? Etc.

2.3. Estructura

Una estructura es la manera en que se ordenan las partes dentro de un todo, “es un sistema a) en el que cada valor está establecido por posiciones y diferencias y b) que solamente aparece cuando se comparan entre sí fenómenos diversos reduciéndolos al mismo sistema de relaciones”.²² Ahora bien, una serie de televisión es una obra audiovisual, un todo, que se difunde en emisiones televisivas y cuenta con diversos elementos que le dan continuidad como personajes, escenarios y en general una temática, las partes, estos a su vez pueden compararse con otro fenómeno como el género del documental.

Sin embargo estos discursos narrativos audiovisuales pueden clasificarse según la forma episódica, su continuidad o independencia narrativa, su temática, etc. *The Office US* resulta ser una *sitcom*, término abreviado para referirse a una *situation comedy* y “se refiere a una serie de media hora de duración en la que los personajes se encuentran involucrados en una situación cómica”²³. Las comedias de situación tienen como característica principal exponer la reacción que los personajes tienen frente a los conflictos que se les presentan.

El formato de una *sitcom* clásica posee dos bloques de contenido, tienen una duración que oscila entre 20 y 30 minutos, escenarios limitados (uno o dos y casi siempre interiores) y la mayoría, cuentan con público al momento de su grabación. En el caso

²¹Alberto Nahum García Martínez, “El espejo roto: lametaficción en la series anglosajonas” [en línea] La Laguna (Tenerife) *Revista Latina de Comunicación Social*, Año 2009, http://www.revistalatinacs.org/09/art/852_UNAV/53_81_Alberto_Garcia.htm [consulta: 11 de septiembre de 2012] p.317.

²² Ferdinand de Saussure en Umberto Eco, *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*, Barcelona, Lumen, tercera edición 1986, p. 49.

²³ Jürgen Wolf en Ma. del Mar Grandío Pérez y Patricia Diego González, “La influencia de la *sitcom* americana en la producción de comedias televisivas en España. El caso de «friends» y «7 vidas» en *Ámbitos*, Núm. 8, Año 2009, p. 85.

CAP II
Elementos de la serie *The Office US*

particular de *The Office US* su estructura está conformada por un *pre-opening*, donde, a manera de prólogo, se aborda el tema central del capítulo; un clip introductorio u *opening*, generalmente conformado por tomas a los actores principales de la serie y al espacio en que se desarrollará la diégesis; el desarrollo del capítulo; y finalmente un cierre o *ending*.

El *pre-opening* funciona como un enlace narrativo hacia el cuerpo del capítulo. En *The Office US* el *pre-opening* tiene una duración aproximada de un minuto y medio, en la que se muestra una parte de la historia que se abordará en ese episodio.

El segundo elemento, el clip introductorio, llamado de este momento en adelante *opening* televisivo, sirve como garante de que aquello que vemos es ficción.

La partícula extra diegética estructural de una serie de televisión que, a través de múltiples posibilidades formales y de integración en el relato, se presenta, de modo reiterativo, en la apertura de cada uno de sus episodios, con el objetivo de informar al espectador acerca del título de la serie y, con frecuencia, del creador, reparto protagonista y otros créditos limitados de especial relevancia.²⁴



3 *The Office US* (Greg Daniels, 2005)

Los elementos que pueden identificarse, por orden de aparición, en el *opening* son: música, escrita por Jay Ferguson e interpretada por *The Scrantones*. Tiene una duración de 32 segundos y acompaña toda la secuencia del *opening*; reparto protagonista, presentes en todos los capítulos, por orden de aparición: Steve Carrell, Rainn Wilson, John Krasinski, Jenna Fischer y BJ Novak es en esta parte donde se evidencia la relación entre actor y actante, mostrando el nombre del actor superpuesto a la imagen del personaje que encarna en la ficción.

El título de la serie, tercer elemento en el *opening*, se presenta a manera de señal Informativa, aparece primero la imagen y con un paneo a la izquierda se lee el título de la serie. Intercalado a estos se muestran imágenes reales de la torre de la compañía de suministros y papel de Pensilvania, *Pennsylvania Paper & Supply Company*. Seguido de

²⁴*ibid.* p. 9.

un travelling a un letrero donde se puede leer “Bienvenidos a Scranton”, tomado desde la ventanilla de un auto. Para finalmente, a partir de una mirada impotente, mostrar las rejas y letrero de *Dunder Mifflin*.

La función del *opening* es ubicar al espectador en el lugar donde se desarrollará la diégesis de la serie, mostrando en primer lugar el Estado (Pensilvania), seguido de la ciudad (Scranton) y finalmente la oficina (Dunder Mifflin). Finalmente la estructura en general de la serie está plagada del estilo documental con lo que se concluye que *The Office US* cuenta con una estructura que busca reflejar fielmente la estructura de la realidad.

2.4. Personajes

A lo largo de nueve temporadas muchos han sido los personajes que han formado parte de *The Office US*, este apartado no busca enlistar a todos y cada uno de aquellos que han aparecido en la serie, sino proporcionar una descripción que permita distinguir la función que cada personaje desarrolla en la oficina.

Resulta necesario hacer una distinción entre los personajes principales y los secundarios. Los primeros son complejos²⁵, ya que cambian a medida que avanza la historia, provocando en el espectador reacciones frente a lo impredecible resultado de la trama argumental. Es sobre este tipo de personajes que recae la acción principal, son la tesis del guión. Por otro lado el segundo tipo de personajes tienen un papel de cierta relevancia en la obra, existen por ser complementarios a los protagonistas, suelen ajustarse fácil y predeciblemente al cambio.

Los personajes principales son Michael Scott (Steve Carrell) es el gerente regional de la sucursal *Dunder Mifflin* en Scranton, tiene un carácter extrovertido y complaciente con los demás, con esa actitud busca agradar a sus empleados para que estos lo vean como un amigo. Considerándose un comediante la mayor parte de sus acciones están destinadas al fracaso, ya que en sus intentos de hacer reír a sus colegas, tiende a hablar sin pensar lo que resulta en situaciones inapropiadas u ofensivas. A pesar de presentarse como un tipo amable, Scott tiene un conflicto con Toby Flenderson, encargado del departamento de Recursos Humanos, existe una diferencia de carácter.

Dwight Schrute (Rainn Wilson) forma parte del equipo de ventas. Actúa como si fuese superior al resto de sus compañeros para quienes no guarda ningún tipo de respeto, a excepción de Michael Scott. Busca ser la mano derecha de Scott tanto profesional como personalmente, avalando cualquier decisión, por estúpida que parezca. El mayor conflicto lo tiene con Jim Halpert a quien ha etiquetado como su peor enemigo.

Jim Halpert (John Krasinski) es amigable y profesional, quizá el personaje más cuerdo de la oficina, aquel con quien la audiencia puede fácilmente identificarse. Está en la búsqueda de un trabajo que lo satisfaga profesionalmente, mientras tanto busca realizar sus funciones lo mejor que pueda, a pesar de ser un excelente vendedor, no está del todo satisfecho con su trabajo. El rol de Jim se estructura alrededor de jugarle bromas pesadas a Dwight, con quien establece una relación de amistad-enemistad.

²⁵ Se utiliza el término “complejos” en sentido de que son personajes cuya vida interior ha sido creada con antelación a la presentación de la serie, están ya definidos por los realizadores, es en ellos que se centra la historia y a partir de los cuales se desarrolla el resto de los personajes.

CAP II
Elementos de la serie *The Office US*

Pam Beesly (Jenna Fischer) ha tenido una evolución en cuanto a personalidad. En un principio contaba con rasgos de una persona tímida, insegura y sumisa para adquirir mayor seguridad al expresar su opinión. Es en la oficina una persona asertiva y cuerda. Su actitud le ha valido crecer profesionalmente, luego de ser recepcionista logró ocupar un puesto en ventas. Sin embargo su máximo profesional es estudiar diseño gráfico.

Ryan Howard (BJ Novak) es egresado de la Universidad de Scranton, tiene una maestría en administración de negocios. Su sueño es algún día ser dueño de su propio negocio, por lo que comienza como becario en Dunder Mifflin. De carácter ventajoso, busca crecer profesionalmente a expensas de los demás, sin invertir tiempo ni esfuerzo. Tiene una relación de amor-odio-codependencia con Kelly Kapoor.

Ahora describiré a los personajes secundarios comenzando por Andy Bernard (Ed Helms) de familia adinerada Andy sabe vestir y comportarse correctamente, hasta que llega a la sucursal de Scranton. Ahí los problemas de ira salen a la luz al darse cuenta que su personalidad no es secundada por nadie. Como vendedor es el peor. El mayor conflicto es con Gabe, quien le roba a su novia.

Phyllis Lapin (Phyllis Smith) maternal, amigable, dulce y disfruta del chisme. Busca conservar los clientes que tiene y trabajar en un ambiente libre de comentarios hacia su peso. El mayor conflicto lo tiene con Angela Martin, existe una competencia constante.

Stanley Hudson (Leslie David Baker) trabajador serio, gruñón y malhumorado al que le desagrada su jefe, Michael Scott. Algunas veces sigue aquello que Michael propone y otras no, todo depende de qué tanto le convenga. Cree que no le pagan lo suficiente, por lo que no hace más trabajo del que le corresponde.

Angela Martin (Angela Kinsey) amante de los gatos, religiosa, homofóbica, intolerante e impaciente, no teme en expresar su opinión destructiva respecto al trabajo o personalidad de los demás. Buscar que el resto de los trabajadores piensen y actúen como ella. Es la principal causa de quejas de sus compañeros ante el departamento de Recursos Humanos.

Óscar Martínez (Oscar Núñez) es un trabajador racional, discreto y eficiente. Es a quien el resto del personal recurre para pedir consejos financieros, su actitud va direccionada a ser considerado el más inteligente de la oficina.

Kevin Malone (Brian Baumgartner) tiene un carácter bonachón, ingenuo y amigable. A pesar de no ser brillante en contabilidad se siente cómodo en la oficina y gusta de su trabajo. La persona con la que suele tener conflicto es Angela, quien siempre está criticándolo.

Erin Hannon (Ellie Kemper) es ingenua y fácil de impresionar. Erin es quizá la única empleada que disfruta de la compañía de Michael Scott. Realiza su trabajo con alegría y entusiasmo.

Meredith Palmer (Kate Flannery) trabajadora mediocre, no tiene aspiraciones más allá de las fiestas que se realizan en la oficina, ya que ve en estas una oportunidad idílica para beber y alcoholizarse.

Kelly Kapoor (Mindy Kaling) su personalidad es equivalente a la de una adolescente, hablando siempre de chismes del espectáculo, programas de televisión, moda y chicos. Su objetivo en la vida es claro: casarse y tener hijos.

Toby Flenderson (Paul Lieberstein) tiene un bajo perfil en la oficina y sus observaciones son ignoradas. Toby restringe inintencionadamente los planes de Scott, ya que considera que la diversión que propone atenta contra la seguridad o la moral de la gente en la oficina.

Creed Bratton (Creed Bratton) suelta al azar comentarios a manera de confesión que suelen resultar espeluznantes. Debido al consumo de drogas, tiene problemas de memoria por lo que suele olvidar en lo que consiste su trabajo y cambia el nombre de sus compañeros.

Con cada temporada los personajes secundarios han adquirido mayor fuerza, desarrollando historias entre ellos y tramas independientes a las de los roles principales, todos actúan de uno u otro modo, como ayudantes u oponentes del protagonista y todos cumplen una función en la trama, contribuyendo así al desarrollo de la historia.

Cada personaje ha sido desarrollado perfectamente que resulta sencillo, para la audiencia, identificarse con alguno. Por nada Jorge Carrión los equipara con estupefacientes. "Actúa por empatía; estimula la identificación parcial; lo sentimos cercano y lejano a un mismo tiempo; real y virtual. Nuestro y múltiple: se encarna en formatos y en cuerpos diversos, lo leemos en pantalla y en papel, lo regalamos como figura de plástico, lo compramos en la portada *Rolling Stone* o hablamos de él con cierta intimidad en conversaciones privadas".²⁶

2.5. Estructura narrativa

The Office US tiene una estructura narrativa representativa de las series de televisión, es decir en cada capítulo se plantea una situación nueva, misma que se resuelve dentro de ese episodio, contando así con una unidad narrativa independiente. A pesar de ser relatos diferentes, la desmembración no afecta a la trama global ya que esta es protagonizada por los mismos personajes y en el mismo lugar.

Jorge Carrión menciona que las teleseries realistas tienen como escenario uno local, estas "insisten en el ámbito local, en la empresa anclada a un territorio (*A dos metros bajo tierra*, *Los Soprano*, *Mad Men*), en el pueblo (*Hijos de la anarquía*, *Friday*, *Night Lights*), en la ciudad (*CSI*, *Daños y perjuicios* y *Rubicon*) en los Estados Unidos como unidad espacial (*Nip Tuck*, *Jericho*)"²⁷; situación que se comparte en *The Office US*, donde el escenario es una comunidad de Pensilvania en territorio norteamericano.

Situación que se establece desde el *opening* televisivo, este y el *pre-opening* son por sí mismos partículas narrativas donde se presentan características formales y recursos expresivos, como tomas propias de un documental, y recursos narrativos de referentes historiográficos y cinematográficos, los títulos de los créditos. Así la narración en *The Office US* comienza desde el *pre-opening*.

²⁶ Jorge Carrión, *Teleshakespeare*, Madrid, Errata naturae editores, 2011, p.15

²⁷ *Ibid.* p. 109.

CAP II
Elementos de la serie *The Office US*

Es en este donde se plantea la situación que dará nacimiento a la trama durante todo el capítulo, en aproximadamente dos minutos se establece el escenario, los personajes centrales de ese episodio y la prueba o problema que deben superar. En el cuerpo del capítulo se desarrolla en su totalidad la situación inicial, alternadamente aparecen historias secundarias, que se crean, avanzan o finalizan; en la parte final, concluye la historia central, pero las secundarias dan pie a una trama más extensa que puede o no continuarse en capítulos subsiguientes.

Esta es la estructura a la que nos acostumbra la serie, los espectadores la hemos memorizado, reconociendo en qué momento podremos escuchar la música que da inicio a los créditos y al *opening*, identificamos el momento en que se dará un giro dramático que vislumbra el final del episodio, las bromas e incluso las entrevistas. Sin embargo existen capítulos que rompen por completo con dicho esquema, haciéndolos dobles, dejándonos en suspenso y eliminando las explicaciones típicas de las entrevistas, estos “acostumbran a ser los que se saltan las reglas que la propia ficción ha instaurado y cuentan la historia de otro modo; pero no existirían sin el resto de capítulos”²⁸, estos son los excepcionales. El tipo de episodios descritos con anterioridad son escasos, sin embargo la serie ha logrado establecer una riqueza narrativa a partir del uso de ciertas estrategias como su temática diferenciada.

Infinidad de series de televisión han desfilado por la pantalla chica, creaciones de *Warner Brothers*, *Universal*, *NBC*, *HBO*, *BBC*, etc., han creado un paradigma temático donde sobresalen tres temas en particular: la comisaría, el tribunal y el hospital. “Tres son los espacios más importantes de la ficción televisiva norteamericana del cambio de siglo: la comisaría (*Canción triste de Hill Street*, *Corrupción en Miami*, *C.S.I.*, *The Shield*, *Dexter*) el tribunal (*La ley de Los Ángeles*, *Ally McBeal*, *Shark*, *Boston Legal*, *The Good Wife*) y el hospital (*Urgencias*, *Dr. House*, *Grey’s Anatomy*)”²⁹. Aunado a lo anterior en los últimos años parece haberse agregado dos más, la vida en el núcleo familiar (*Malcom el de en medio*, *Two and a half men*, *The Middle*) y al interior de un departamento que se comparte con amigos (*Friends*, *How I met your mother*, *The Big Bang Theory*).

Refritos y parodias se han hecho entorno a los cinco espacios donde se genera la acción en las teleseries, sin embargo el exponer las relaciones y emociones que se viven dentro de una oficina, abre el abanico hacia un nuevo paradigma temático. *The Office* cuenta con un título descriptivo y es precisamente ahí de donde nace su temática diferenciada, generando toda la trama en un espacio subestimado. Sin embargo es una oficina donde las personas pasan de 8 a 10 horas todos los días ¿qué mejor lugar para crear una serie de televisión? Muchos shows hablan de la familia, noviazgo, amigos, etc., pero jamás de la vida común y corriente que llevan los trabajadores de una compañía de papel. En *The Office US* además de observar prácticas de control social como vigilar y castigar, estamos ante un abanico enorme de posibilidades porque todo puede ocurrir en el lugar de trabajo.

La verosimilitud de hechos, otra estrategia para lograr que una representación televisiva resulte creíble, parece una tarea sencilla, donde no sólo los actores demuestran talento el resultado también está sostenido por el director, los guionistas, maquillistas y escenógrafos.

²⁸*Íbid.* p.129.

²⁹*Íbid.* p. 93.

CAP II

Elementos de la serie *The Office US*

Para analizar la verosimilitud parece necesario comenzar por el escenario de la historia, el primer elemento, en este caso responde a una oficina convencional, ¿cómo lo lograron? Filmando en una oficina real. Parece posible oler el papel, sentir el calor que desprende la fotocopidora y el aire en aquella oficina de Scranton.

Si bien la mayor parte de rasgos verosímiles ya estaban determinados por la versión original británica, podría imaginarse que el resto de *remakes* sólo debían trasladarlo y nacionalizarlo. Sin embargo en *The Office US* puede apreciarse un plus con la forma en que disecciona con precisión a buena parte de los estereotipos, segundo elemento, que podemos encontrar en una oficina: el jefe que se cree simpático cuando en realidad es antipático; el lame botas; el trabajador que, insatisfecho con su empleo, aspira a algo mejor sin darse cuenta que lleva 8 años ahí; la alcohólica; el cleptómano, etc. Aunado a lo anterior exhibir la forma en que los personajes dicen sus diálogos y actúan cuando se saben observados y el cambio de conducta cuando creen estar a salvo de la lente, dota a la trama de congruencia con la reacción que tendría una persona común y corriente frente a una cámara.

El tercer elemento son los vínculos paródicos. En general una serie que tiene una narración contada con humor podría ser recibida con mayor facilidad y simpatía, sin embargo excederse podría resultar en una situación contraria. *The Office US* utiliza la parodia como un mecanismo narrativo para crear vínculos entre el mundo real y el mundo de la ficción. Construir una parodia requiere de una exhaustiva labor de investigación para tomar elementos pequeños de la realidad que tengan posibilidad caricaturizable.

Se trata de aspectos que todo sabemos que la sociedad tiene identificados como apariencias o rasgos que llaman la atención, y que tienen, a su vez, un lado grotesco. La parodia supone una forma de humor basado en la ironía. Un humor que juega con la intertextualidad, puesto que con la combinación de fragmentos que pertenecen a narraciones distintas, se consigue elaborar un relato de humor inteligente.³⁰

Es a partir de este recurso que los creadores de la serie y los actores pueden desplegar todo su potencial dando como resultado que las personas de la vida real pueden disfrutar y reírse del ridículo representado, reconociéndose en ese mundo ficticio y riéndose de temas trascendentales.

Finalmente en último elemento narrativo es el predominio del desarrollo de los personajes sobre el avance de las tramas. Desde el episodio piloto se nos adentra a un espacio que ya ha sido creado con anticipación, somos espectadores de una oficina en la que todos los personajes se conocen, cuentan con funciones y trabajo previamente establecidos, tienen, en resumen, una vida interior.

La vida interior de un personaje puede ser definida como su biografía, la vida del personaje hasta el momento en que se inicia la historia que se ha decidido contar. Es su sexo, contexto histórico, procedencia, entorno, clase... cuantos más datos se desarrollen,

³⁰ Carmern Echazarreta Soler y Manel Vinyals i Corney, "Tras las pistas de la parodia: Análisis de contenido del humor y la parodia como posibles transmisores de estereotipo de género" [en línea] Universidad de Girona, <http://www3.udg.edu/publicacions/vell/electroniques/congenere/2/comunicacions/Carmen%20Echazarreta.pdf> [consulta: 23 de enero de 2013] p.3.

más completo es el personaje y más posibilidades ofrecen al escritor para que continúe creciendo conforme la trama avanza.

En el caso de *The Office US* la vida previa es todo lo que ocurrió antes de que llegara el equipo de documentalistas a grabar la vida de los empleados de *Dunder Mifflin*, los espectadores no conocen la vida interior de los trabajadores de Scranton, sin embargo conforme progresa la serie existen pistas que ayudan a comprender mejor el comportamiento de estos.

Es la vida exterior, todo lo que se presenta en pantalla, junto con los rasgos de la interior, lo que hace que los personajes en *The Office US* avancen y crezcan continuamente. Tanto los personajes principales como los secundarios logran sus objetivos, se relacionan e interactúan entre sí modificando constantemente su desarrollo y los acontecimientos propios de la historia.

2.6. Recursos narrativos

Los diálogos, la profesión de los personajes, las relaciones laborales y el propio lugar de trabajo en *The Office US* son registrados a manera de documental. Este estilo narrativo de filmar la ficción como si fuera realidad, fue en sus orígenes una respuesta de los autores europeos al paradigma hollywoodiense.³¹ El cual estuvo vigente entre 1917 y 1960 aproximadamente, durante ese período la mayoría de películas de ficción utilizaban sistemas narrativos, temporales y espaciales similares cuyas principales características eran la grabación en estudios, cámara excéntrica, aquella que debía pasar inadvertida al espectador y el montaje de continuidad que respondía a la trama. Mientras el cine del *Hollywood* tradicional estableció no sólo un modelo en el estilo, también lo hizo en el guión, rodaje y consumo que aún en nuestros días continúa siendo dominante en Occidente.

El mundo nuevo se ofrece tal como es a las pupilas del espectador, con cámaras que vacilan sobre el hombro del camarógrafo, en planos que vibran, a través de texturas que parecen sucias, en planos fijos que emulan los de las cámaras de seguridad. Todo se retrata con la misma ilusión de verdad que encontramos en un documental y en el cine que ha incorporado su estética. Porque las teleseries persiguen la creación de un mundo. Sellan, desde su inicio, un pacto con el telespectador para que este asuma que lo que está viendo es tan real y tan ficticio como la vida misma.³²

A continuación enlistaré una serie de elementos técnicos³³ de los que echa mano el realizador para contar la historia en *The Office US*, estos conforman el estilo de la serie y algunos rasgos caracterizan al documental en sus diferentes modalidades.

Cámara temblorosa

Parecería que la serie se graba con cámara en mano o al hombro la mayor parte del

³¹*Íbid.*, p. 14

³²*Íbid.*, p.15.

³³En este trabajo se analizarán los recursos narrativos, y no sólo el estilo narrativo, de la serie de televisión *The Office US*, a través de los cuales se construye una forma discursiva en el relato, entre estos recursos narrativos, los elementos técnicos también están englobados.

tiempo, sin tripé, lo que ocasiona imágenes movidas o inestables. Aun cuando los propios creadores establecen que se hace a una sola cámara, existe evidencia visual que deja entrever que al menos existen tres cámaras durante el rodaje. Esta técnica puede observarse mayormente en los documentales interactivos y reflexivos, donde el realizador echa mano de las técnicas para expresar su punto de vista.

Algunas características de esta técnica producida a partir del uso de cámaras portátiles, son las que

Permite al operador caminar, estar de pie o sentado mientras graba; se puede mover por debajo, por encima o incluso entre cualquier tipo de obstáculo con la misma facilidad que el operador que la lleva; tiene la misma capacidad de reacción que las personas; es una búsqueda espontánea, impuesta por los acontecimientos; es tan imperfecta en sus movimientos y reacciones como pueda serlo una persona; confiere un punto de vista subjetivo, incluso vulnerable; las vibraciones aumentan a medida que el operador efectúa *zooms* de acercamiento.³⁴

La cámara temblorosa, *shaky camera*, tiene como finalidad incluir rasgos de verosimilitud a la serie al dar una apariencia de documental. Los objetivos de esta técnica en la serie son dotarla de realismo, por una parte, *Shaky camera* sugiere una filmación no ensayada; esto es al no contar el *cameraman* con un guión técnico que le dicte las tomas o encuadres a realizar en cada secuencia, debe recurrir a los movimientos no estudiados para captar el hecho que se presenta.

Y por otra colocar al espectador al interior de la oficina. Esta técnica brinda al espectador una sensación de inmersión. Si bien en un principio esta técnica puede resultar no armoniosa a la vista e incluso provocar desconcierto, con el tiempo el espectador se acostumbra y experimenta estar al interior de la oficina, conectándose con los personajes y con el espacio físico en sí.

El dinamismo que brinda dicha técnica reside en la analogía entre el movimiento de la cámara y las reacciones humanas. La visión del dispositivo es apropiada e identificada como propia por el espectador.

Zooms violentos

El *zoom* es un movimiento óptico de cámara que permite variar la distancia focal de un objeto y la cámara, al cerrar o abrir el ángulo visual de la lente. Al accionar el *zoom* hacia adelante, *zoom in*, o al hacerlo hacia atrás, *zoom out*, se consiguen acercamientos o alejamientos visuales respectivamente, sin mover la cámara de su emplazamiento; por lo tanto el *zoom in* de un objeto o un personaje puede aparecer en primer plano, dando la sensación de que la cámara está a escasos metros, cuando en realidad se encuentra a varias decenas.³⁵

³⁴ Michael Rabiger, *Dirección de documentales*, Madrid Instituto Oficial de Radio y Televisión RTVE, Colección de manuales profesionales, 2005, tercera edición, p.84.

³⁵Ramón Monedero, "La tiranía del zoom"[en línea] 4 de enero de 2009, <http://ramonmonedero.blogspot.mx/2009/01/la-tirana-del-zoom.html> [consulta: 18 de septiembre de 2012].

CAP II

Elementos de la serie *The Office US*

En *The Office US* el empleo del *zoom* ha sido utilizado para acercar al espectador a un rostro, para enfatizar una reacción o para centrar vigorosa y rápidamente la atención en algún elemento. Lo significativo en la serie, es captar un detalle importante, más allá del suceso o hecho que se está llevando a cabo en un primer plano, por lo que recurre a *zooms* violentos y no graduales para hacerlo.

Esta característica intencional en *The Office US* tiene otra razón, que el espectador tenga la sensación de estar presenciando algo real, algo sobre lo que ni el realizador ni el camarógrafo tienen injerencia ni podrían saber anticipadamente. El uso de bruscos *zoom in* violentan al espectador, durante los primeros capítulos, tiempo después este elemento pasa casi inadvertido.

Mirada Impotente

Este tipo de miradas son las que utiliza el *cameraman* cuando presencia un hecho sobre el que el realizador no es cómplice. Por lo tanto no tiene poder para excluir obstáculos o prevenirse de los mismos.

En general las barreras a las que se enfrenta el equipo de realización del documental en *Dunder Mifflin* suelen ser puertas, ventanas y persianas. Estas se interponen entre el hecho mismo y el objetivo de la cámara, por lo que la cámara a partir del uso de *zooms in*, intenta atravesar las persianas. Cerrando la imagen para evitar que las persianas ocupen el espacio del encuadre.



4 *The Office US* (Greg Daniels, 2005)

Este recurso es utilizado constantemente cuando la acción principal se desarrolla en lugares cerrados, donde el resto de los colaboradores de la oficina no tienen acceso (Oficina de Michael o sala de juntas) lo que significa un obstáculo para el *cameraman*. Contradictoriamente podemos observar en escenas que tienen como escenario el baño o la oficina de Ryan (armario), el *cameraman* no tiene ninguna restricción para abrir la puerta y continuar grabando.

Mientras la mirada es impotente, el audio no. Segunda contradicción, se presupone la intención de llevar a cabo una conversación en un lugar cerrado con la finalidad de

reservarla exclusivamente a las personas que forman parte de esa conversación; sin embargo el audio continúa siendo grabado. Con lo que se infiere que los personajes utilizan micrófonos, porque a pesar de ser una conversación restringida para el resto de las personas en la oficina, no lo es ni para el equipo de grabación ni para los espectadores.

Salvo en el episodio 19 de la séptima temporada. Último episodio de Steve Carrell, donde Michael Scott se encuentra en el aeropuerto y viaja a Colorado. Antes de adentrarse a la sala de abordar, debe retirarse el micrófono. Cuando llega Pam Beesly a despedirlo, intercambian unas palabras de las que también los espectadores y equipo de grabación son relegados.

Entrevistas con los personajes

The Office US recurre a las entrevistas ya que estas proporcionan una fuente de información de primera mano o sirven para que un “experto” ratifique y otorgue autoridad a lo que se cuenta en la serie. Son además un elemento utilizado en la modalidad interactiva que propone Bill Nichols.

Los falsos documentales –aparte de rescatarlas (entrevistas) en fragmentos de archivo– gustan de simular entrevistas de este tipo, incluso utilizando a personajes reales: el actor Sam Neill y el productor ejecutivo Harvey Weinstein en *La verdadera historia del cine* o los escritores Susan Sontag y Saul Bellow en *Zelig*, por citar dos casos en donde actúan famosos. En todos ellos, los actores (supuestos expertos o testigos) han de simular sorpresa, seguridad, incomodidad ante la cámara o timidez, dependiendo de la modulación con la que tengan que interpretarse a sí mismos.³⁶

Las entrevistas se dan en un lugar cerrado, en la oficina de Michael, cuando las entrevistas se realizan específicamente a ese personaje; y en la sala de juntas, cuando se efectúan al resto del reparto. Precisamente al ser un lugar sin que nadie más intervenga, da una sensación de intimidad entre el camarógrafo y los personajes, intimidad que comparten con los espectadores.

A manera de confesionario las entrevistas suelen parecerse al pseudomonólogo, abordado en el Capítulo I. Ya que jamás se escucha la pregunta generada por aquel que maneja la cámara o por algún otro actor, sin embargo se infiere que alguien del equipo de grabación da pauta a los personajes para responder. La toma suele ser un *medium shot*, mostrando siempre una posición frontal por parte del personaje, desviando la mirada ligeramente a un lado de la cámara, y en algunas ocasiones, viendo a la cámara directamente.

Los personajes, siempre alineados a un extremo de la pantalla, ya sea izquierdo o derecho, dejan espacio suficiente para que el resto de la imagen sea complementada por persianas. Detrás de estas puede observarse el resto de las personas en la oficina, quienes continúan realizando sus actividades cotidianas. Cuando la acción se realiza

³⁶Alberto Nahum García Martínez, “La traición de las imágenes: mecanismos y estrategias retóricas de la falsificación audiovisual”[en línea]Zer. *Revista de Estudios de Comunicación*, Vol. 12, Núm. 22, Año 2007, 301-3022 pp., <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer22-16-garcia.pdf> [consulta: 11 de septiembre de 2012] p.315.

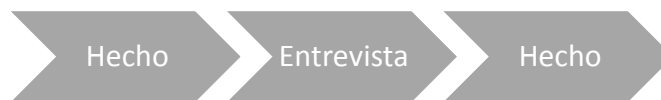
CAP II
Elementos de la serie *The Office US*

fuera de la oficina (*Hooters*, *Chili's*, otra sucursal, el estacionamiento de la oficina o en otro establecimiento) las entrevistas se realizan siempre con una pared detrás del personaje.



5The Office US (Greg Daniels, 2005)

Cabe destacar que se sigue una misma secuencia durante las entrevistas: Se suscita un hecho, con corte directo se presenta la entrevista con quien desencadenó la acción o algún otro miembro importante de esta, con corte directo, se regresa a la acción para retomarla en el mismo momento donde se detuvo.



La entrevista funciona a manera de metatexto, ya que los entrevistados explican el por qué de ese suceso, sus sentimientos desencadenados a partir de una hecho, etc. El metatexto contribuye a la coherencia del texto y provee al lector de claves de lectura.

La lingüística, la semiótica y la filosofía emplean el concepto de metalenguaje. El metalenguaje es un lenguaje que se utiliza para el análisis del lenguaje de objetos. Por tanto, podemos pensar en el metalenguaje como un lenguaje sobre otro lenguaje. Un metatexto es un texto en metalenguaje acerca de un texto en lenguaje de objetos. Por ejemplo, un artículo en una revista de modas es un metatexto acerca del texto de la ropa. O un archivo en HTML es un metatexto que describe el texto de una página web.³⁷

³⁷ Lev Manovich, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*, Barcelona, Paidós comunicación, 2005, p. 309.

Reconocimiento de la cámara por parte de personajes

Los personajes reconocen la presencia de la cámara y miran, en ocasiones, directamente a ella. Si bien son pocos los momentos en que lo hacen, pueden identificarse diferentes actitudes de parte de los personajes como ironía, timidez, sarcasmo, exaltación de determinados sentimientos, desafío, violencia, etc.

El espectador consigue obtener información extra al analizar la mirada del personaje a la cámara, de aquello que realmente está pensando el personaje o está a punto de hacer. Dichas miradas directamente hacia el dispositivo funcionan como subtexto del comportamiento de los personajes, para descubrir las razones más ocultas de su vida interior.

Bajo la superficie de lo que vemos y oímos, a la que podríamos denominar el texto de la situación, yace el subtexto o significado oculto que siempre queremos encontrar. Pero ¿por qué dicen lo que dicen y hacen lo que hacen? Sus razones subyacentes constituyen el subtexto, algo que en las representaciones dramáticas desarrollan el director y los actores, y algo que se desarrolla de manera continua durante los ensayos, la filmación e incluso el montaje, donde la labor del editor, además de unir todas las piezas consiste en liberar esas posibilidades subtextuales que todo el mundo eludió.³⁸

Si bien el personaje principal, Michael Scott, mira a la cámara más que el resto de los personajes, estos también lo hacen, en momentos claves. Como ejemplo de lo anterior Scott ve a la cámara cada vez que Jan Levinson, vicepresidente de ventas en las oficinas de Nueva York y novia de este, llama y pregunta si la cámara está presente. Michael a menudo miente y voltea a la cámara con actitud de sarcasmo.



2The Office US (Greg Daniels, 2005)

Por su parte Jim Halpert dirige con enojo su mirada a la cámara al ser descubierto por su ex novia Karen Filippelli en el episodio *Branch Wars* durante la cuarta temporada. Incluso las miradas a cámara han sido abordadas durante las entrevistas a los personajes.

³⁸ Michael Rabiger, *op. cit.*, p.53.

CAP II
Elementos de la serie *The Office US*

Durante la temporada tres, cuando Jim es transferido a la sucursal de Stamford, Karen Filippelli, en entrevista, señala que le molesta la forma en que Jim ve a la cámara.

Estas miradas constituyen una interpelación directa del espectador; definida por Casetti dicho gesto indica que “hay una instancia que se dirige a otra, a un otro, y está indicándole a ese otro, que a él se le va a destinar, en el caso del film ficcional, lo que sucede en la historia”.³⁹ Sin duda se trata de una mirada que subraya la presencia del dispositivo técnico, que rompe o desgarrar lo verosímil de la serie.

Mientras que los cinco elementos mencionados se retoman del documental, existen algunos que la serie ha propuesto, entre ellos se encuentra el fuera de cámara de los realizadores, jamás se les ve, así como el punto de vista. A semejanza de los documentales interactivos, donde los actores sociales reconocen la presencia de las cámaras y del realizador, los personajes de *The Office US* también lo hacen. Sin embargo, en los documentales interactivos los realizadores salen a cuadro, en la serie no.

Quizá el elemento, insertado en la novena temporada, más cercano a la presencia explícita de los realizadores en la serie ha sido la *voz off* del *cameraman* en el episodio 1 *New Guys* de dicha temporada. En varias ocasiones se ha podido observar a los personajes interactuar con el equipo de grabación, al reconocerlos, guiñarles un ojo, y durante las entrevistas; sin embargo el elemento que llama la atención es la conversación que mantienen los personajes con el *cameraman*.

Es hasta este capítulo que se escucha por primera vez, en *voz off*, a uno de los que conforman el equipo de documentalistas interactuar directamente con dos personajes de *The Office US*, Jim y Pam.



7 *The Office US* (Greg Daniels, 2005)

³⁹ s/a, “Teórico No. 13” [en línea] *Facultad de Ciencias Sociales*, Universidad de Buenos Aires, Junio 11 de 2011, 18. pp, <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/delcoto/textos/Teoricos/2011/Delcoto13-2011.pdf>[consulta: 24 de septiembre de 2012] p.1.

CAP II
Elementos de la serie *The Office US*

- Pam Beesly:** Y ese fue nuestro verano
- Jim Halpert:** ¿Hemos acabado?
- Cameraman:** Sí, gracias
- Pam Beesly:** ¿Hay algo más que necesiten? Quiero decir, es sólo una compañía de papel.
- Cameraman:** Sí, bueno, nos encargamos más de seguirlos a ustedes para ver cómo se las arreglan.
- Pam Beesly:** Oh, sí, creo que éramos un poco más dramáticos al principio.
Bueno creo que ya nada va a cambiar en nuestras vidas ahora. Con el trabajo y dos niños...nada interesante nos va a pasar por un largo, largo tiempo.

Greg Daniels, adaptador de la versión estadounidense, ha dado a conocer que todas las preguntas serán respondidas este año (2014). Veremos quién está detrás del documental. Conoceremos a algunos de ellos.⁴⁰ Con la presencia del equipo de documentalistas en cámara, *The Office US* terminará por asemejarse más a los documentales interactivos.

El punto de vista es una noción que planteó Tzvetan Todorov y Gérard Genette, aun cuando utilizaron terminologías diferentes, visión o punto de vista y focalización, respectivamente, ambas se definen como la relación de saber entre el narrador y sus personajes.⁴¹

Así lo que Todorov llama la “visión por detrás”, para Genette es “focalización cero”, y se refiere a que el narrador sabe más que el personaje, es un narrador omnisciente. La “visión con” de Todorov, es sinónimo de la “focalización interna” de Genette, el narrador sabe lo mismo que el personaje, en el relato se dan a conocer los acontecimientos como si estuviesen filtrados por la conciencia de un solo personaje. Esta a su vez se divide en variable, cuando el personaje focal cambia a lo largo de la novela; y múltiple, cuando el mismo acontecimiento se evoca en distintas ocasiones según el punto de vista de diversos personajes. Finalmente en la “visión desde afuera”, Genette la llama “focalización externa”, el narrador sabe menos que el personaje, por lo tanto el lector o espectador conocerá los pensamientos o los sentimientos de primera mano, del personaje.

Los autores antes nombrados abordaron el tema del punto de vista, evitando lo visual, y centrándose en la forma en que el narrador daría a conocer la historia. Fueron André Gaudreault y Francois Jost quienes realizan un aporte en el ámbito visual, particularmente

⁴⁰ Andrea Reiher, “‘The Office’ Season 9 is its last; Steve Carell's return 'would be fantastic,' says showrunner Greg Daniels” [en línea] *Zap2it*, Agosto 21 de 2012, Estados Unidos, <http://blog.zap2it.com/frominsidethebox/2012/08/the-office-season-9-is-its-last-steve-carells-return-would-be-fantastic-says-showrunner-greg-daniels.html> [consulta: 25 de septiembre de 2012].

⁴¹ Gerard Genette, “El discurso del relato. Ensayo de método” [en línea] <http://cortazarygenette.files.wordpress.com/2010/06/discurso-del-relato.pdf> [consulta: 6 de febrero de 2013], p.24.

CAP II
Elementos de la serie *The Office US*

en el cinematográfico. Jost planteó la separación de los puntos de vista visual y cognitivo, dándole a cada uno un nombre. Mientras que la “ocularización” se refiere a la relación entre lo que la cámara muestra y lo que el personaje supuestamente ve, la “focalización” sigue designando el punto de vista cognitivo adoptado por el relato.

Existen tres posturas posibles en relación a la imagen cinematográfica: o la consideramos como vista por unos ojos y, consecuentemente, la remitimos a un personaje, o bien la atraen hacia sí el estatuto o la posición de la cámara, y entonces la atribuimos a una instancia externa al mundo representado, gran imaginador de todo tipo, o bien intentamos borrar la existencia misma de este eje: es la famosa ilusión de la transparencia.⁴²

Si el lugar donde se encuentra la cámara se corresponde con la mirada (con los ojos) de un personaje, se definirá como ocularización interna, este tipo de mirada es también llamada toma subjetiva; si, en cambio, el lugar donde se encuentra la cámara no se corresponde con la mirada (con los ojos) de un personaje nos hallaremos frente a una ocularización cero.

La ocularización cero es aquel caso en el cual el lugar desde el que el objetivo de la cámara registra no coincide, imaginariamente, con la mirada de ningún personaje. Esto es lo que sucede en la mayoría de los films. Esta ocularización es lo que en el texto se llama “el gran imaginador”.⁴³

Ahora bien la ocularización depende en gran medida de los emplazamientos (la ubicación física) y los desplazamientos (movimientos) de la cámara. Por lo tanto podremos definir al punto de vista, de manera técnica, como el lugar donde se coloca la cámara para realizar la toma.

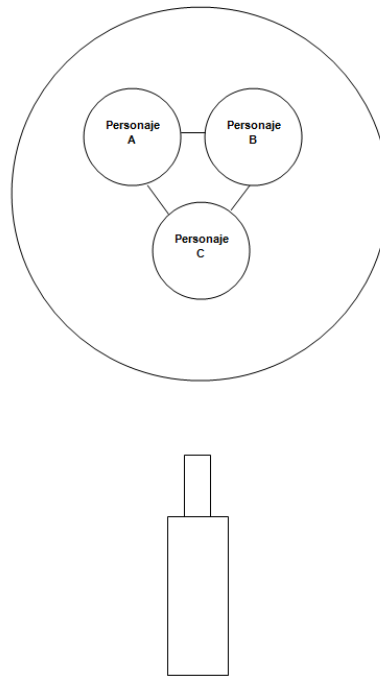
Lauro Zavala propone dos esquemas que ejemplifican el punto de vista en *The Office US*. Cabe mencionar que el espacio que la cámara ocupa en la serie es dual, por una parte juega el papel de observador externo a la acción, y por el otro participante de la misma; esto es que en un momento dado puede seguir a un personaje y luego a otro, con lo cual el espectador sabe más que los personajes de la serie. El espectador lo ve todo desde fuera.

La cámara se posiciona al margen de la acción, lo suficientemente cerca para no perder ningún detalle, respondiendo a ciertas reglas como: registra la acción, pero no participa en ella, utilizar tomas fijas, y dos cámaras en conversaciones, respetar los espacios cerrados y las barreras entre el hecho y el dispositivo. Estas características son propias de los documentales de observación y expositivos y tienen la siguiente representación gráfica.

⁴² André Gaudreault y François Jost, *El relato cinematográfico. Ciencia y narratología*, Barcelona, Paidós, 1995, p. 141.

⁴³ *Ibid.*, p. 143.

CAP II
Elementos de la serie *The Office US*

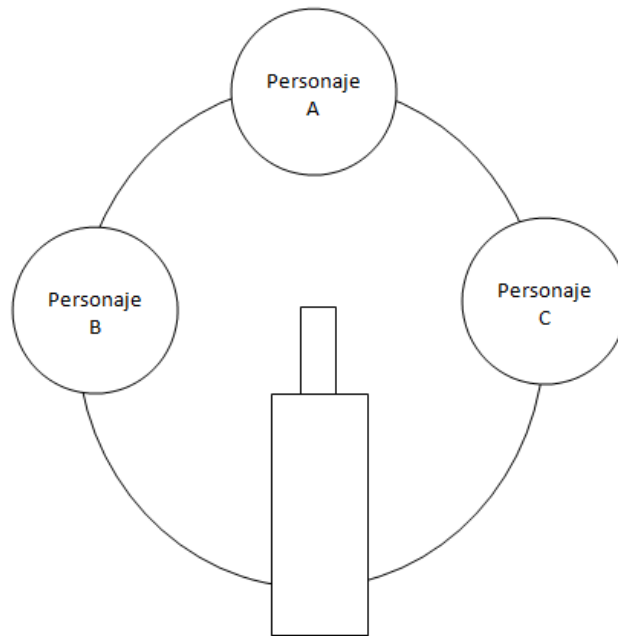


En el esquema puede leerse que los personajes tienen relación entre sí, pero no con la cámara, aunque son conscientes de esta.

En segunda instancia, la cámara juega un papel como participante de la acción, semejante al estilo del *cinema vérité*, en el que tanto la cámara como el equipo están manifiestamente presentes. En el siguiente esquema la cámara, el *cameraman* y los personajes están en el mismo universo. Establecen una relación, situación que se da desde el inicio de la serie, los personajes reconocen a la cámara. Tiene como características principales: no respeto hacia los obstáculos, se adentra a conversaciones cerradas, participa de la acción y tiene un espacio preferencial.

Esta dualidad con que cuenta la serie en puntos de vista, toma fuerza cuando, a pesar de que la cámara se hace presente jamás invade el terreno de la cámara observadora. Respetando ciertos principios como el que se suscita en conversaciones entre los personajes, a pesar de que existen los movimientos de cámara bruscos, para brindar la impresión de ser grabado con un solo dispositivo, también se recurre al corte directo o vistas subjetivas sin que jamás se observe a los que filman la acción.

CAP II
Elementos de la serie *The Office US*



Otro principio es que no se observa al equipo de realizadores, ni siquiera cuando exista la posibilidad de reflejarse con un espejo o vidrio.

En *The Office US*, los personajes, en momentos en los que requieren de privacidad, se alejan, esconden e interceptan a la cámara con el fin de trazar un límite, evitando ser grabados por esta. En el episodio *Crime Aid*, episodio 4 perteneciente a la temporada 5, Holly Flax y Michael Scott comienzan una relación. Ellos se ven obligados a quedarse más tarde de lo habitual en la oficina para matar el tiempo hasta la hora de su reservación en un restaurante. Llegado el momento, ambos se dirigen al estacionamiento, Holly, se percató que la cámara está afuera también, la observa y le comenta a Scott que ha olvidado sus llaves dentro. Dirigiéndose de nuevo al interior del edificio y antes de que la cámara pueda seguirlos, ella cierra la puerta con llave. El móvil: besar a Michael sin ser observados por el dispositivo.

Los adaptadores de la oficina americana han tenido tanto éxito en el tratamiento estilístico de la serie que incluso han comenzado proyectos nuevos, *Parks and Recreations*, que retoman parte de la estética de la serie.

CAPITULO III
Categorías de análisis en
la textura narrativa



CAPÍTULO III. Categorías de análisis en la textura narrativa.

Analizar una obra en su totalidad o hacerlo a partir de algún elemento, depende en mayor medida de la postura del crítico, la época en que se realice el estudio y la metodología utilizada. Sin embargo lo primordial es situar al elemento u obra al interior de otro sistema, uno general.

Para tener un sentido, señala Tzvetan Todorov, la obra debe estar incluida en un sistema superior. Si no se hace esto, la obra entra en relación consigo misma siendo así un *Index sui*, es decir, se indica a sí misma sin remitir a nada fuera de ella. Así la serie *The Office US* se analizará, interpretará y dotará de sentido, con base en una mayor unidad literaria, o un mayor sistema, el documental.

En el Capítulo I y II se trabajó en las características formales del documental y en aquellas que la serie de televisión retoma, respectivamente; en este apartado se propone un sistema de nociones que servirán para el análisis del objeto de estudio de esta investigación.

Cabe destacar que serán utilizadas categorías de distintos ámbitos, esto permitirá mirar diferentes elementos de niveles de lectura paradigmáticos de un mismo discurso, con lo que se busca abrir camino a diferentes interpretaciones; así, a partir de categorías narrativas, se expondrán las posibilidades para evaluar discursos narrativos contemporáneos.

La propuesta metodológica contenida en este capítulo consiste en el cruce de las siguientes categorías de análisis: los “niveles narrativos”, “focalización” y “relaciones de transtextualidad” de Gérard Genette; la “visión en la narrativa” de Tzvetan Todorov; ambos autores del campo de la literatura; la “intertextualidad cinematográfica” de Robert Stam, Robert Burgoyne & Sandy Fitterman-Lewis; la “ocularización” y “focalización cinematográfica” de André Gaudreault & François Jost; la “identificación del espectador respecto de la mirada del dispositivo” de Christian Metz, del campo cinematográfico y finalmente las “modalidades del documental” y “tipos de miradas” de Bill Nichols, en el del documental.

Reconociendo los problemas que surgen al relacionar categorías que provienen de diferentes teorías y de distintos ámbitos; este cruce de autores sin embargo, enriquece el análisis, permitiendo identificar categorías aplicables al objeto de estudio *The Office US*, permitiendo analizar los elementos y así manifestar la función de los mismos al interior de dicha serie de televisión.

Resulta indispensable comenzar buscando una fórmula que permita identificar elementos dentro de la estructura de una obra. Así “la visión en la narrativa”, específicamente el punto de vista del narrador, serán uno de los engranes estructuralistas de este trabajo.

3.1. La visión en la narrativa

Previo a abordar las categorías englobadas en “la visión en la narrativa”, parece pertinente detenernos en la distinción propuesta por Todorov, este señala que una obra es a la vez historia y discurso. La historia se define como el conjunto de sucesos que se

CAP III

Categorías de análisis en la textura narrativa

desarrollan en un universo espacio-temporal específico. Debe destacarse que es en la “diégesis”, en el mundo ficticio creado por el autor, que lugares, objetos y personajes entran en relaciones especiales que sólo en ese mundo son posibles.

La historia es una abstracción pues siempre es percibida y contada por alguien, no existe. Es precisamente ahí donde surge el discurso, ya que existe un narrador que relata la historia y frente a él un lector que la recibe. El discurso hace referencia a la manera en que son narrados los acontecimientos, es la forma en que el autor presenta la diégesis.

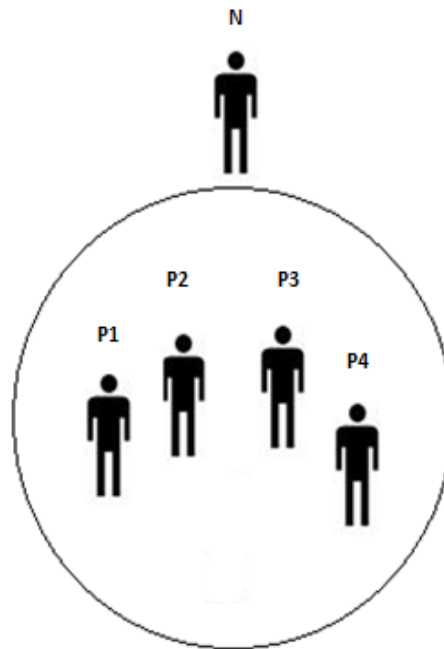
Sin importar el medio por el que el lector haya accedido a la obra, esta es transformada, contada o comunicada por alguien. Finalmente puede hablarse de una obra transmitida por diferentes medios como la música, la pintura, literatura o un *film*.

Considerando lo anterior, la apariencia del relato se define según el punto de vista del narrador, quien es el encargado de llevar la visión del autor al lector. Lo anterior puede darse desde tres perspectivas definidas según la ubicación del narrador en el relato. De tal forma que una narración puede presentarse objetivamente, en nombre del autor, como una simple información, sin que se nos explique cómo adquirimos conciencia de esos acontecimientos (relato objetivo); o bien en nombre de un narrador, de un personaje bien definido. Existen, así, dos tipos principales de narración: el relato objetivo y el relato subjetivo.

Definido por el mismo Todorov, en su *Diccionario enciclopédico del lenguaje*, como “visión en la narrativa”, afirma que esta es inherente a todo discurso: ficción, pintura, cinematográfico, etc. Los aspectos del relato, visión o punto de vista, se refiere a la relación entre un “él” (de la historia) y un “yo” (del discurso), es decir entre el personaje o universo representado y el narrador. En este trabajo propongo incluir a este proceso a un protagonista más, un “tú” que se relaciona con el lector. Por lo tanto el proceso narrativo se conforma de tres elementos: el personaje (él), el narrador (yo) y el lector (tú); en otros términos: la persona de quien se habla, la persona que habla y la persona a quien se habla.

Así las categorías que servirán como metodología de análisis son clasificadas en tres, de acuerdo con la posición del narrador y la forma en que este da a conocer la historia. Siendo la primera la “visión por detrás” que se presenta cuando el narrador sabe más que los personajes, evidenciando una clara superioridad del primero sobre los segundos. Presento el siguiente esquema para ejemplificar este tipo de visión, donde el narrador se identifica con la letra “N”, los personajes con “P1...P4” y la diégesis con el círculo.

CAP III
Categorías de análisis en la textura narrativa



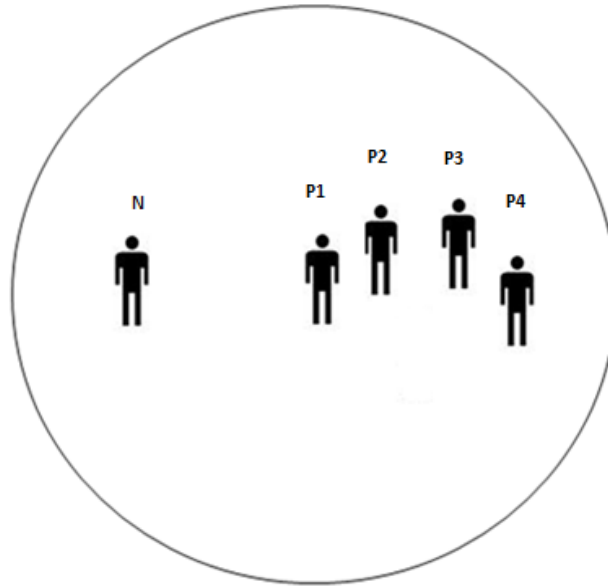
Narrador > personaje

El narrador (N) se sitúa arriba de la diégesis y de los personajes (P1...P4) demostrando así su capacidad para conocer todo aquello contenido en el mundo ficticio; para este tipo de narrador no existen secretos, sabe, interpreta y brinda información al lector que los mismos personajes no se atreven a decir de sí mismos; sin embargo, no explica cómo llegó a adquirir el conocimiento que posee del relato.

Esta estructura puede tener diferentes niveles que van desde el conocimiento de ciertos hechos de la trama hasta la omnisciencia. Es esta posibilidad en la estructura narrativa la que permite plantear la categoría “narrador omnisciente”, una de las denominaciones que hace Gérard Genette; categoría donde el narrador puede conocer los deseos, secretos y pensamientos de uno o varios personajes, incluso si estos los ignoran, o bien conocer acontecimientos que no son percibidos por ningún personaje o que aun no ocurren.

En el segundo tipo de visión, la “visión con”, el narrador se sitúa al mismo nivel que los personajes, es decir conoce tanto como ellos. Es por esto que no puede ofrecer al lector una descripción de los acontecimientos antes de que los personajes mismos la hayan encontrado. Este tipo de visión se representa por el siguiente esquema.

CAP III
Categorías de análisis en la textura narrativa

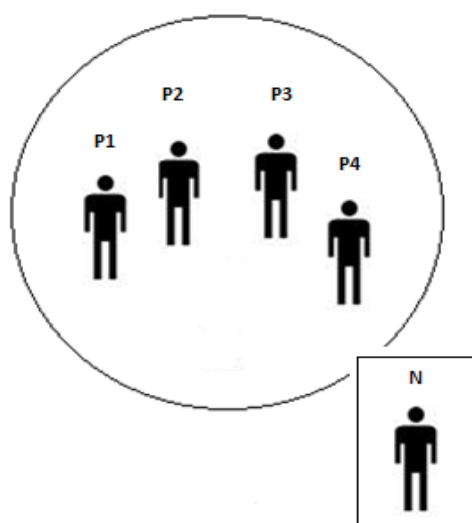


Narrador = personaje

Una vez más el narrador está bajo la letra “N”, “P1...P4” corresponden a los personajes y el círculo representa a la diégesis. Algunas distinciones de este tipo de narrador es que puede ser uno de los personajes o bien seguir a uno o varios personajes desde afuera. Esta última visión permite que el narrador se desplace entre los distintos personajes para ofrecer al lector distintos ángulos de un mismo suceso. Por ende el lector gozará así de una visión estereoscópica del evento, más compleja y completa que desde la óptica unidimensional. Raphael Vargas Benavente señala que incluso se puede establecer una interesante comparación entre los personajes, tomando como base un parámetro universal, es decir la óptica del narrador.

En el tercer caso, la “visión desde afuera”, el narrador sabe menos que cualquier de sus personajes. Se reduce a un mero observador ocular de los hechos, por lo que describe únicamente aquello que ve u oye, confiando en sus propios sentidos. El siguiente esquema representa al narrador externo (“N”) quien se encuentra inserto en un rectángulo, colocado debajo de los personajes (“P1...P4”). “N” se ubica afuera de la diégesis (representada por un círculo); todo eso simboliza su deficiencia cognitiva frente a los personajes o a todo lo que ocurra en la diégesis.

Para este tipo de narrador, los personajes son una fuente indirecta de conocimiento, conforme vaya completando la información obtenida, el lector llegará finalmente a saber la verdad del relato o permanecerá en la penumbra. El narrador es, pues, un testigo que no sabe nada, y aún más, no quiere saber nada.



Narrador < personaje

Emplearé las tres categorías de Todorov para sistematizar el problema de la narración y el narrador en *The Office US*, serán a partir de estas que podré en primera instancia constatar si la cámara funge o no como narrador, de acuerdo con la visión narrativa desde la que evoque los acontecimientos.

Sin embargo es necesario señalar que la metodología propuesta cuenta con una serie de restricciones, la primera es que Todorov pone especial énfasis en la relación narrador-personaje, sin detenerse en la relación narrador-lector/espectador.

La teoría resulta inconclusa, es decir Todorov se limita a generar “Los aspectos del relato” a partir de su interpretación de las categorías de Jean Pouillon, sin detenerse en distinguir entre lo que el narrador dice y lo que sabe, dando como resultado una clasificación más de los tipos de narradores. Si bien la importancia de la perspectiva desde la que se cuenta o relata una historia reside en lo que el narrador expone, existe una posibilidad de que el narrador sepa algo, pero no comunique al lector; algunos autores, entre los que destaca José Antonio García Landa, llaman a esto último una “cuestión de voz”.

Dicha distinción, entre la perspectiva y la voz, es abordada por Gérard Genette en su artículo “El discurso del relato”, publicado tiempo después en su obra *Figuras III*, donde señala que resulta válido considerar dentro de las “situaciones narrativas” datos del modo y de la voz; sin embargo no deben clasificarse bajo el mismo rubro de “punto de vista” ya que es ahí donde puede darse una confusión.

3.2. Focalización

Genette además trabaja sobre cuatro categorías importantes del relato: orden, duración, frecuencia y modo. Esta última, “los modos del relato”, son el punto de intersección entre Todorov y Genette, ya que pueden distinguirse similitudes entre ambos autores, destacando la “perspectiva” desde la que se presenta un relato y el modelo triádico de instancias narrativas. Genette retoma y enriquece los conceptos de Todorov aunque los presenta con variaciones terminológicas. El primero comparte la noción de que el autor de

CAP III

Categorías de análisis en la textura narrativa

un relato puede decidir regular la información proporcionada en el mismo desde las capacidades de conocimiento de tal o cual parte predominante de la historia (personaje o grupo de personajes), de la que adoptará o fingirá adoptar lo que se llama corrientemente la “visión” o el «punto de vista».

Para dar cuenta de ello comenzaré entonces explicando el aporte de Genette en términos de perspectiva, para retomar un poco más adelante el de voz. Recurriendo a una expresión que proviene del inglés *focus* para proponer un nuevo término para lo que Todorov llama “visión de la narrativa”.

Genette hace énfasis en que la cuestión no sólo consiste en la posición del narrador, sino en determinar cuál es el foco del relato. “De este modo, conviene aquí no considerar sino las determinaciones puramente modales, es decir, las concernientes a lo que se llama corrientemente «el punto de vista» (...) para evitar lo que los términos «visión, campo y punto de vista» tienen de demasiado específicamente visual, retomaré el término un poco más abstracto «focalización», que responde, por otra parte, a la expresión de Brooks y Warren: *focus of narration*.”⁴⁴

Así la “focalización” es el vocablo que utiliza para referirse a la perspectiva desde la que se narra un suceso, planteando tres tipos de esta. La primera corresponde al llamado narrador omnisciente, donde este cuenta con pocas o nulas restricciones, es decir, el narrador entra y sale de la mente de sus personajes y su movilidad para desplazarse por distintos lugares es total. Este tipo de focalización se encuentra en el mismo nivel que la fórmula planteada por Todorov $N > P$ donde el narrador dice más de lo que sabe cualquiera de los personajes.

En este tipo de relato, llamado “no focalizado” o de “focalización cero”, el narrador ofrece al lector toda clase de antecedentes; desplazándose en el tiempo sin restricciones, abre y cierra el ángulo que permite pasar información sobre lugares de los que, incluso, pueden estar ausentes los personajes. La postura del narrador resulta autónoma y claramente identificable, tanto por los juicios y opiniones que emite en su propia voz, como por la libertad que tiene para dar la información narrativa que él considere pertinente, en el momento que él juzgue adecuado.

El segundo tipo es la “focalización interna”, donde el foco del relato coincide con un personaje. El narrador restringe su libertad con objeto de seleccionar únicamente la información narrativa que dejan entrever las limitaciones cognoscitivas perceptuales y espaciotemporales de la mente del personaje elegido. A semeja la categoría de Todorov representada bajo la fórmula $N = P$ donde el narrador sabe lo mismo que el personaje.

Esta categoría se subdivide a su vez en tres, “focalización interna fija”, cuando el relato da a conocer los acontecimientos como si estuvieran filtrados por la conciencia de un personaje (lo que Genette denomina narrador autodiegético); “focalización interna variable”, cuando el personaje focal cambia a lo largo de la novela (en término de Genette, narrador homodiegético); y “focalización interna múltiple”, cuando el mismo

⁴⁴Gérard Genette, “El discurso del relato. Ensayo de método” [en línea]<http://cortazarygenette.files.wordpress.com/2010/06/discurso-del-relato.pdf> [consulta: 6 de febrero de 2013] p. 32.

CAP III

Categorías de análisis en la textura narrativa

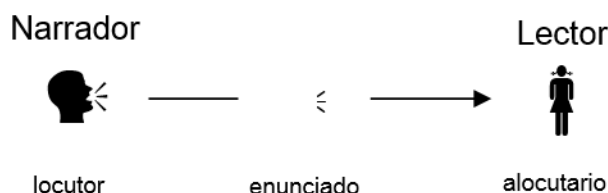
acontecimiento se evoca en distintas ocasiones según el punto de vista de diversos personajes.

Finalmente el tercer tipo de focalización que plantea Genette es la “focalización externa” y se presenta cuando el narrador no tiene acceso a los pensamientos o sentimientos de los personajes. En esta categoría si bien el narrador cuenta con la libertad de elegir el o los puntos en el espacio desde donde ha de narrar, independientemente de la ubicación espacial de los personajes, no tiene acceso a la conciencia de los mismos, por lo que se encuentra en una desventaja cognitiva. Esta última categoría encuentra su símil en la fórmula $N < P$ de Todorov, donde el narrador sabe menos que el personaje.

Genette señala que la elección de un tipo de focalización en el relato puede o no ser constante a lo largo del mismo, podría optarse por comenzar con una focalización cero y culminar con una externa, para generar suspenso. Esta forma en que un autor decide hacer partícipe al lector del universo narrado se considera parte de la voz.

Para Genette la voz se presenta como parte de la enunciación del enunciado narrativo. Recordemos que, como discurso, toda palabra es enunciado y enunciación, por lo tanto podemos colocar como sujeto de la enunciación de una obra cualquiera al narrador. Para Todorov el narrador es el sujeto de esa enunciación que representa un libro, siendo él quien dispone de ciertas descripciones antes que otras, aunque estas las precedan en el tiempo de la historia. Es él quien nos hace ver la acción por los ojos de tal o cual personaje, o bien por sus propios ojos, sin que para ello necesite aparecer en escena.

Cabe señalar que el aparato formal de la enunciación está compuesto por tres elementos: un locutor, un enunciado y un alocutario⁴⁵. Por lo tanto podremos identificar al narrador como el sujeto de la enunciación y al enunciado como el relato (libro u obra). Siguiendo esta lógica, y dado que la imagen del narrador no es una imagen solitaria, puesto que en cuanto aparece, desde la primera página, está acompañada por lo que podemos llamar “la imagen del lector”, este último será el alocutario.



Resulta pues imprescindible diferenciar claramente entre focalización y voz “No obstante, la mayor parte de los trabajos teóricos acerca de este sujeto [narrador] (que son esencialmente clasificaciones) sufren, a mi modo de ver, de una enfadosa confusión entre lo que llamo aquí modo y voz, es decir, entre la cuestión ¿cuál es el personaje cuyo punto de vista orienta la perspectiva narrativa? Y esta otra cuestión totalmente diferente: ¿quién es el narrador? - o, para decirlo más de prisa, entre las cuestiones ¿quién ve? Y la cuestión ¿quién habla?”⁴⁶

⁴⁵ Émile Benveniste, *Problemas de lingüística general II*, México, Siglo XXI, 1974.

⁴⁶ Gérard Genette, *op. cit.*, p.31.

Así pues la voz se refiere a la forma en que se encuentra implicada, en el relato, la propia narración. En ella se encuentran el narrador y su destinatario, real o ficticio, pudiendo identificarse “la instancia narrativa con la instancia de «escritura», al narrador con el autor y al destinatario del relato con el lector de la obra. Confusión tal vez legítima en el caso de un relato histórico o de una autobiografía real, pero no cuando se trata de un relato de ficción, en el que el propio narrador es un papel ficticio, aunque lo asuma directamente el autor, y en que la situación narrativa supuesta puede ser muy diferente del acto de escritura (o de dictado) que se refiere a ella.”⁴⁷

3.3. Instancias y niveles narrativos

La instancia narrativa es la encargada de convertir a la historia en relato, esto mediante el acto de narrar, así Gérard Genette distingue tres tipos de narradores, pudiendo éstos ser reales o ficticios. El primero de ellos es el “homodiegético” (*homo* significa «mismo» y *diégesis* «historia»), este narrador es alguien que ha vivido la historia desde dentro, sin que sea el personaje central de la misma.

El segundo tipo, el “narrador autodiegético”, es aquel que relata sus experiencias como el personaje protagonista de la historia. Tanto el narrador *homo* como el autodiegético pertenecen al mundo relatado.

Finalmente el tercer narrador que propone Genette corresponde a uno que está fuera de la diégesis, el “narrador heterodiegético” (*hetero* significa «otro»). Estos cuentan la historia desde fuera del mundo del relato, generalmente en tercera persona. El caso más común es el del llamado “narrador omnisciente”, este tipo de narrador puede observar todo lo que ocurre en la diégesis sin estar en ella.

Una vez especificadas las instancias narrativas se debe señalar que “todo acontecimiento contado por un relato está en un nivel diegético inmediatamente superior a aquel en que se sitúa el acto narrativo productor de dicho relato”⁴⁸; a la distancia que el narrador toma respecto de lo narrado se le denomina “nivel narrativo”.

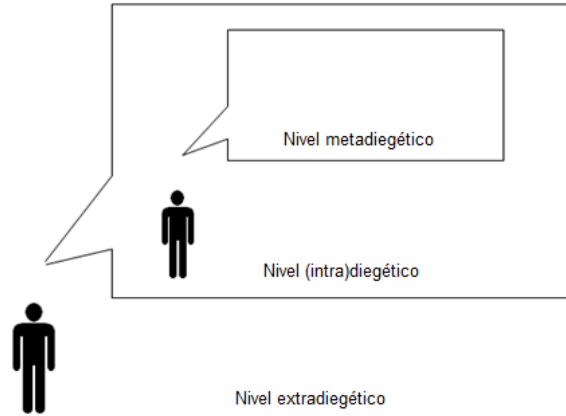
Los niveles narrativos se encuentran insertos o contenidos dentro de una de las tres dimensiones en las que divide Genette al relato, la voz narrativa. Dentro de un relato se puede narrar otro relato, y aún dentro de este otro más; en tales casos, la narración constará de varios niveles narrativos; Gérard Genette reconoce en su narratología tres niveles narrativos: extradiegético, intradiegético y metadiegético. Propongo el siguiente esquema para representar gráficamente a los niveles de narración, también conocidos como niveles diegéticos.

⁴⁷ Gérard Genette, *Figuras III*, Barcelona, Lumen, 1989, p. 271.

⁴⁸ *Ibid.*, p. 284.

CAP III

Categorías de análisis en la textura narrativa



En el nivel “extradieгético”, el narrador es quien produce el relato de primer grado, dirigiéndose a un público real. Mientras este narrador puede o no estar representado en la historia que relata, los acontecimientos narrados son dieгéticos o intradieгéticos. Ahora bien, si dentro de esa historia (diégesis) que es narrada por la instancia extradiegética, se genera un relato más, ese constituirá uno de segundo grado, denominado “metadieгético”.

Si quisiéramos trasladar estas categorías al campo audiovisual, tendríamos que la instancia en generar el primer relato, ubicado en el nivel extradiegético, correspondería al productor/guionista/director del documental, película, serie de televisión o cualquier producto audiovisual.

Los hechos narrados, la diégesis, serían aquello que puede observarse en la pantalla, el propio documental, la película o la serie de televisión, y todo lo que en ella se relata, los personajes, acciones, lugares, etc. Para facilitar la comprensión de esto podemos considerar a la película *Alicia en el país de las maravillas* (*Alice in Wonderland*, Tim Burton, 2010) y todo lo que en ella se aprecia como el nivel dieгético; Tim Burton, director del filme, como el extradiegético; y finalmente el relato que hace el Sombrero Loco a Alicia de la atrocidad que realizó la Reina Roja con el clan *Hightopp*, como el nivel metadieгético.

El Origen (*Inception*, Christopher Nolan, 2010) es una película de ciencia ficción donde existen múltiples niveles metadieгéticos. La cinta plantea que existen “extractores”, personajes cuyo objetivo es robar información del subconsciente de otra persona; estos y sus víctimas deben conectarse a una “máquina de los sueños” con la que podrán acceder a sueños, estas proyecciones mentales pertenecen a un nivel metadieгético, puesto que todo lo que en ellas se desarrolla ha sido creado por el extractor.

Inception presenta múltiples niveles metadieгéticos, éstos son representados por los cuatro niveles de sueño creados por Dom Cobb (Leonardo DiCaprio) y su equipo de extractores; de tal forma que un nivel metadieгético puede albergar varios más.

Tanto en la focalización como la voz existen huellas dejadas por el autor en el relato, estas deberán ser captadas por el lector/espectador para realizar así una lectura profunda del texto. Dichas huellas son llamadas “alteraciones” y son utilizadas por el narrador para revelar u ocultar información del relato. Genette presenta dos tipos de esta: la “paralipsis”

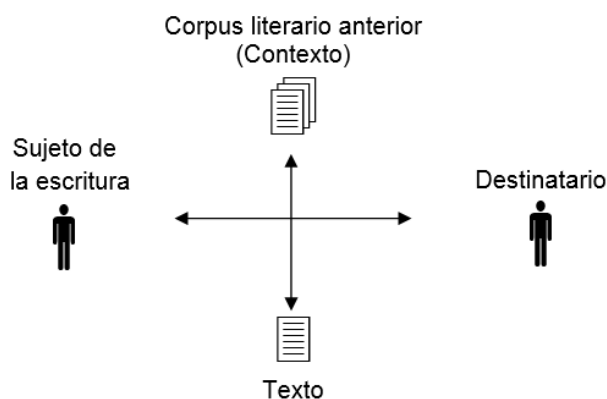
en el código de la focalización interna cuando el narrador decide ocultar al lector algo para generar intriga, llamada también omisión voluntaria; y la “paralepsis” cuando el narrador dice más de lo que sabe y abandona lo que por focalización sabe. “Un cambio de focalización, sobre todo si está aislado en un contexto coherente, puede ser analizado también como una infracción momentánea al código que rige este contexto, sin que la existencia de este código sea por eso cuestionada.”⁴⁹

3.4. Relaciones de transtextualidad

Además de los dos tipos de alteraciones mencionadas arriba, retomaré un elemento más de Genette, la “intertextualidad”, para generar un conjunto de tres nociones que el lector/espectador podrá utilizar para descifrar los indicios colocados por el narrador o autor en la obra, y así dotarla de sentido. Propongo la noción de intertextualidad para analizar los recursos de los que echa mano el autor y así presentar el relato a los lectores/espectadores, insertándose esta en la cuestión de voz o enunciación. Esta se define como “la relación de copresencia entre dos o más textos, es decir, eidéticamente y frecuentemente, como la presencia efectiva de un texto en otro.”⁵⁰

Genette identifica a la intertextualidad como una de las cinco posibilidades de presencia de un texto en otro, dichas posibilidades tienen por nombre “relaciones transtextuales”. La transtextualidad es la trascendencia que pone al texto en relación, manifiesta o secreta, con otros textos.

Previo a identificar las formas intertextuales es necesario exponer que el espacio textual puede explicarse a partir de tres dimensiones que se encuentran en constante diálogo: el sujeto de la escritura, el destinatario y los textos exteriores. Julia Kristeva define el status de la palabra en dos ejes el primero de ellos horizontal, donde la palabra en el texto pertenece a la vez al sujeto de la escritura y al destinatario; y el vertical, donde la palabra en el texto está orientada hacia el corpus literario anterior o sincrónico.



Propongo el esquema anterior para representar ambos ejes de manera gráfica, y así mostrar que el eje horizontal (sujeto – destinatario) y el eje vertical (texto – contexto) coinciden para revelar un hecho mayor: “la palabra (el texto) es un cruce de palabras (de

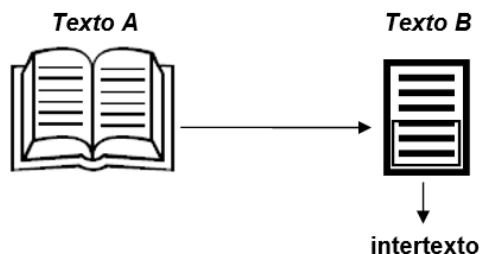
⁴⁹Gérard Genette, “El discurso del relato. Ensayo de método” [en línea]<http://cortazarygenette.files.wordpress.com/2010/06/discurso-del-relato.pdf>[consulta: 6 de febrero de 2013] p. 36.

⁵⁰ Gérard Genette, *Palimpsestos. Literatura en segundo grado*, Madrid, Taurus, 1989, p. 10.

textos) en el que se lee por lo menos otra palabra⁵¹; es en el punto de cruce de las líneas, que se presenta la intertextualidad.

3.4.1. Intertextualidad

La presencia de un texto en otro se da en un nivel parcial, de un texto o fragmento en otro texto posterior más amplio que lo acoge e integra de un modo más o menos literal y explícito y lleva de nombre “intertexto”. Así podemos definir al intertexto como la presencia de un texto original (A) en algún otro texto (B).



Genette reconoce tres formas de intertextualidad, la cita, la alusión y el plagio; otros autores como Todorov reconocen el término de intertextualidad al escribir que resultaba difícil imaginar que “en la actualidad fuera posible defender la tesis según la cual todo, en la obra, es individual, producto inédito de una inspiración personal, hecho que no guarda ninguna relación con las obras del pasado. En segundo lugar, un texto no es tan solo el producto de una combinatoria preexistente (combinatoria constituida por las propiedades literarias virtuales), sino también una transformación de esta combinatoria.”⁵²

Así podemos concluir que el sentido de un discurso está en razón de una “verdad discursiva”, es decir, de una relación de coherencia entre diferentes textos y ya no en razón de una noción de verdad fuerte, como correspondencia con algún objeto de la realidad. Dicha transformación puede presentarse en todo tipo de textos, dado que un texto es definido como un entramado de signos, expresados gráfica o fonéticamente, con una intención comunicativa que adquiere sentido en determinado contexto, un texto puede bien ser un filme, una cuña de radio, una publicidad televisiva, una pintura, una sinfonía, una representación teatral, una poesía, etc.

De tal forma que el concepto en general, y las formas, en particular pueden trasladarse en su totalidad a medios audiovisuales. Si consideramos la “cita” como la forma más explícita y literal de intertextualidad, presentada en literatura con comillas, con o sin referencia precisa; su símil en medios audiovisuales se da mediante la reproducción de un clip clásico o una secuencia fílmica en el texto audiovisual.

El “plagio” es una copia no declarada pero literal del texto original; igualmente en textos audiovisuales, es la utilización de una imagen o secuencia copiada idénticamente al original. Existe una forma menos explícita y litera, la “alusión”, esta es la referencia hacia otro texto, persona o cosas sin nombrarlas. Al trasladarla al terreno audiovisual, una

⁵¹Julia Kristeva, “Bajtín. La palabra, el diálogo y la novela” en *Intertextualité. Francia en el origen de un término y el desarrollo de un concepto*, La Habana, Casa de las Américas-UNEAC- Embajada de Francia, Selección y traducción del francés Desiderio Navarro, 1997, p. 3.

⁵²Tzvetan Todorov, *Introducción a la literatura fantástica*, México, PREMIA, segunda edición, 1981, p. 5.

alusión puede presentarse cuando existe una evocación verbal o visual de otra película, a partir del uso de una técnica cinematográfica, los movimientos subjetivos de la cámara y la estructuración del punto de vista.

3.4.2. Paratextualidad

Este segundo tipo de transtextualidad se refiere a la relación que mantiene un texto con otros textos de su periferia textual, con sus paratextos. Estos, además de brindar más información en relación con el texto principal, sirven para reforzar o complementar al mensaje central.

Relación, generalmente menos explícita y más distante, que, en el fondo formado por una obra literaria, el texto propiamente dicho mantiene con lo que sólo podemos llamar como su paratexto: título, subtítulo, intertítulos, prefacios, epílogos, advertencias, prólogos, etc.; notas al margen, al pie de página, finales; epígrafes, ilustraciones; fajas, sobrecubierta, y muchos otros tipos de señales accesorias, autógrafas o alógrafas, que procuran un entorno (variable) al texto y a veces a un comentario oficial u oficioso del que el lector más purista y menos tendente a la erudición externa no puede siempre disponer tan fácilmente como lo desearía y lo pretende.⁵³

Podrán distinguirse así los peritextos, aquellos paratextos dentro del propio volumen, algunos son: título, subtítulo, dedicatorias, prefacio, epígrafe, notas autoriales, notas editoriales en las cubiertas; y los epitextos, paratextos fuera del texto, como declaraciones del autor en entrevistas, conferencias, libros, cartas, merchandising, trailers, etc.

peritextos



epitextos



A manera de ejemplo tomemos el libro escrito por Dan Brown, *El Código Da Vinci*. La portada del libro, donde se puede leer Dan Brown, así como el nombre del libro EL CÓDIGO DA VINCI; la contraportada, *¿Qué misterio se oculta detrás de la sonrisa de Mona Lisa? Durante siglos, la Iglesia ha conseguido mantener oculta la verdad... hasta ahora* son peritextos del texto.

Mientras que la película dirigida por Ron Howard, las conferencias de Dan Brown, las entrevistas al propio Dan Brown, Ron Howard, Tom Hanks o Audrey Tautou, estos últimos protagonistas del filme de 2006, son epitextos.

⁵³Gérard Genette, *op. cit.*, p. 11.

3.4.3. Metatextualidad

La metatextualidad es la relación que une un comentario al texto que comenta. “Esta relación, generalmente denominada “comentario”, que une a un texto a otro texto que habla de él sin citarlo (convocarlo), e incluso, en el límite, sin nombrarlo. [...] La metatextualidad es por excelencia la relación crítica”.⁵⁴

Esta crítica puede presentarse de forma explícita al mencionar el texto que está siendo comentado o bien sólo evocándolo de forma silenciosa. “Al trasladar nuestra atención al cine, las películas de vanguardia del nuevo cine americano ofrecen críticas metatextuales del cine clásico de Hollywood”.⁵⁵

Los encuadres y movimientos de cámara movidos, la presentación de los acontecimientos de manera no lineal, entre otros, son críticas que las películas de vanguardia realizan hacia las películas de narrativa convencional. Con ello se genera un choque en la mente del espectador, orillándolo a despojarse de todo el conocimiento aprendido previamente, para reducir sus sentidos hacia una nueva forma de leer un filme.

Nicolás Bermúdez menciona algunas posibilidades en el campo cinematográfico como “la actividad crítica, la operación puesta en abismo del propio filme, los filmes en donde se comenten otros, por ejemplo los *making of*, los documentales sobre un filme o su proceso de realización”⁵⁶ como metatextualidad.

En el caso de los *making of* puede apreciarse el trabajo detrás de la filmación de una película, un videoclip, una serie, etc.; en éstos una cámara casera graba la actividad que los actores y equipo de producción realizan tras bambalinas durante el rodaje. Acompañando de *inserts* de entrevistas donde los protagonistas presentan sus impresiones del proyecto.

3.4.4. Architextualidad

La cuarta categoría de transtextualidad se refiere a la relación que se establece entre un texto y el género al que pertenece. “Esta es una relación completamente muda, que como máximo, articula una mención paratextual (novela, relato, poemas) de pura pertenencia taxonómica”.⁵⁷



⁵⁴Gérard Genette, *op. cit.*, p. 13.

⁵⁵Robert Stam; Robert Burgoyne; Sandy Flitterman-Lewis, *Nuevos conceptos de la teoría del cine*, Barcelona, Paidós Comunicación, 1999, p. 237.

⁵⁶ Nicolás Bermúdez, “La architextualidad en el cine” [en línea] *AdVersus Revista de Semiótica*, Año VIII, NÚM. 21, Diciembre 2011, 194 pp., Buenos Aires, <http://www.adversus.org/indice/nro-21/articulos/09-VIII-21.pdf> [consulta: 8 de noviembre de 2012] p. 194.

⁵⁷Gérard Genette, *op. cit.*, p. 13.

Así si el título de una película contiene “Blanca Nieves” se establecerá una relación entre ese texto y el género al que remita, en este caso, el cuento maravilloso.

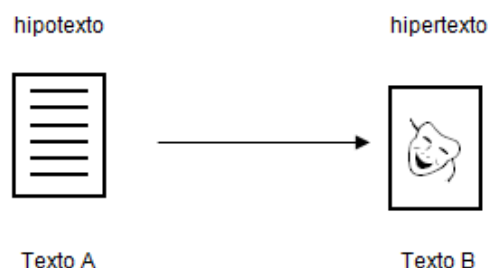
Aun cuando el filme remita a su vez a otras versiones (cinematográficas o televisivas) de esa historia, las características del título, directa o indirectamente, lo relacionan con aquél género literario.

La architextualidad se refiere a las clasificaciones genéricas (géneros literarios, tipos de discursos, modos de enunciación) sugeridas o rechazadas por los títulos o subtítulos de un texto.

3.4.5. Hipertextualidad

La hipertextualidad se refiere a la reescritura de un texto, al que Genette denomina hipotexto, a partir de la transformación o imitación que resultará en uno nuevo, llamado hipertexto. “Hipertexto es todo texto derivado de un texto anterior por transformación simple o por transformación indirecta, diremos imitación”.⁵⁸

Genette define a la hipertextualidad como toda relación que une un texto B (que llamaré hipertexto) a un texto anterior A (al que llamaré hipotexto) en el que se inserta de una manera que no es la del comentario.



Para decirlo de otro modo, tomemos una noción general de texto en segundo grado o texto derivado de otro texto preexistente. Esta derivación [...] Puede ser de orden distinto, tal que B no hable en absoluto de A, pero que no podría existir sin A, del cual resulta al término de una operación que calificaré, también provisionalmente, como *transformación*, y al que, en consecuencia, evoca más o menos explícitamente, sin necesariamente hablar de él y citarlo.⁵⁹

Así el hipertexto, aun cuando no “hable” en absoluto del hipotexto, el primero no podría existir sin el segundo. Cabe aclarar que toda obra se encuentra en algún grado de relación hipertextual con otra u otras, aunque ese vínculo no haya sido buscado deliberadamente por el autor, aunque no deje marcas explícitas en la obra, aunque no sea efectivamente reconocida por los destinatarios.

El pasaje del hipotexto al hipertexto se da a partir de una relación de transformación o imitación. La transformación se da cuando se presenta una deformación en el hipotexto,

⁵⁸*Íbid.*, p. 17.

⁵⁹*Íbid.*, p.14

a partir de tres técnicas: “transposición”, se realiza una reducción, aumento o sustitución de cualquier componente o aspecto temático del texto A.

La “parodia”, cuando un texto es transformado mínimamente, es decir conserva el estilo elocutivo, utilizando las mismas expresiones y frases; y mantiene la identidad y condición de los personajes, sin embargo existen cambios temáticos (la motivación de las acciones de los personajes y sus conductas) de carácter degradatorio. Finalmente en el “travestimiento”, el hipertexto mantiene los aspectos esenciales y serios de la diégesis: condición, nombre y acciones de los personajes, pero utiliza un lenguaje y estilo coloquial, vulgar u otro.

Dependerá del autor hacer uso de una o más relaciones transtextuales o técnicas de transformación, al interior de su obra, estas no son excluyentes.

La teoría de Genette, al igual que la de Todorov, tienen como restricción que ambas se refieren al estudio y análisis de textos insertados en el ámbito de la literatura; sin embargo este trabajo parte del supuesto que las categorías de dichos autores, en tanto aluden a una estructura lógica narrativa, podrán extenderse de las categorías de los relatos literarios hacia la estructura narrativa audiovisual. Ya sea al ámbito cinematográfico o al televisivo, puesto que en estos se podrán analizar los motivos teóricos de un relato dentro de la estructura narrativa.

Por otro lado debe considerarse que la naturaleza constitutiva del relato audiovisual como medio de comunicación, cuenta con peculiaridades propias del soporte técnico que van más allá de las características narratológicas que construyen las formas y los contenidos que se vierten en sus estructuras discursivas.

3.5. Intertextualidad cinematográfica

Es precisamente por peculiaridades técnicas como la posición y encuadre de la cámara o aquello que registra el micrófono, por las que resulta insuficiente hacer uso simplemente de las teorías de los autores arriba señalados; sin embargo no debe despreciarse el hecho de que lo propuesto por Genette en el ámbito de la focalización e intertextualidad, ha dado pie a que teóricos y estudiosos de las artes visuales, específicamente cinematográficas, incorporarán ambos términos a dicho medio.

Así la teoría de André Gaudreault y François Jost retoma el concepto de focalización y propone la “ocularización”, “auricularización” y “focalización cinematográfica”. Mientras que Robert Stam, Robert Burgoyne y Sandy Flitterman-Lewis presentan una clasificación de los tipos de intertextualidad en el cine.

El primer tipo de intertextualidad en cine es el “de las celebridades”, se presenta en situaciones cinematográficas en las que “la presencia de una estrella de cine o televisión o una celebridad intelectual evoca un género o un ambiente cultural.”⁶⁰ También se considera intertextualidad de las celebridades cuando un personaje conocido aparece representándose a sí mismo dentro del film.

⁶⁰ Robert Stam; Robert Burgoyne; Sandy Flitterman-Lewis, *Nuevos conceptos de la teoría del cine*, Paidós comunicación, Barcelona, 1999, p. 236.

La “intertextualidad genética”, segundo tipo propuesto por Stam, Burgoyne y Flitterman-Lewis, consiste en la presencia del hijo de un actor o actriz en una película como la evocación de su padre o madre. La “intertextualidad autocita” se presenta cuando un filme reflexiona sobre sí mismo o cuando un director cita una película de su autoría anterior a esa donde aparece. Finalmente la “falsa intertextualidad” se construye con un discurso que se intenta hacer pasar como verdadero.

3.6. Ocularización

Ahora bien en lo referente a la focalización, Gaudreault y Jost retoman a Genette dado que es este quien, sintetizando las diferentes posiciones a las que habían llegado uno y otros autores, ha contribuido a que un buen número de teóricos del cine llegaran a ciertas conclusiones gracias a su clasificación. Dichos autores retoman la distinción que hace Genette respecto del modo y la voz, proponiendo el término de “ocularización” para representar la relación entre lo que la cámara “muestra” y lo que el personaje supuestamente “ve”, sin dejar de lado la focalización puesto que esta sigue designando el punto de vista cognitivo adoptado por el relato⁶¹.

Asimismo Gaudreault y Jost incluyen un tercer término “auricularización” para referirse a uno de los dos registros trabajados en cine, el primero de ellos es la imagen (trabajado con la ocularización), el segundo el sonido; la auricularización es construir, a partir de todo lo audible (ruido, música, palabras, etc.) un punto de vista. Puesto que el presente trabajo se centrará principalmente en la imagen y foco del relato, esta noción no jugará un papel trascendente dentro del mismo, he decidido mencionarla ya que forma parte de la teoría del punto de vista.

Existen tres posturas diferentes en relación a una imagen cinematográfica (plano): la “ocularización interna primaria” es cuando consideramos al plano cinematográfico, aquello que se muestra en pantalla, como si fuera visto por los ojos de un personaje interno a la diégesis.

Existen una serie de indicios que permiten relacionar lo que el espectador ve con lo que ve el personaje, como tomas difuminadas o deformadas propias de la visión de un personaje borracho o bajo influjos de una droga; la mirada también puede construirse directamente mediante la interpretación de un efecto que sugiera la presencia en perspectiva de un ojo, como cuando alguien ve a través de la cerradura de una puerta, o de unas persianas; la representación de una parte del cuerpo en primer plano también permite remitir al ojo por contigüidad; o el movimiento subjetivo de la cámara, que remite a un cuerpo, bien sea por su temblor, su brusquedad o su posición en relación al objeto observado.

Dichas huellas permiten que el espectador establezca un vínculo inmediato mediante la construcción de una analogía elaborada por su propia percepción entre lo que ve y el instrumento de filmación, que ha captado o reproducido lo real.

⁶¹ La distinción realizada por Gaudreault y Jost resulta más próxima al objeto de estudio de esta investigación, por lo tanto se utilizarán las categorías propuestas por dichos autores, mientras que las de Genette servirán como referencia.

En la “ocularización interna secundaria” el plano lo atribuimos a una instancia externa al mundo representado que trabaja para que se respeten algunas reglas sintácticas de la historia y esta tenga sentido para el espectador.

Este tipo de ocularización se construye a partir de *raccords* o continuidad cinematográfica, utilizados para hacer referencia a la relación que existe entre los diferentes planos de una filmación a fin de que no rompan, en el receptor, la ilusión de secuencia. Cada plano ha de tener relación con el anterior y servir de base para el siguiente. El ejemplo más común es el plano-contraplano.

La “ocularización cero” se presenta cuando el plano remite a un gran imaginador, uno que es capaz de ver todo lo que ocurre en la diégesis, pero no forma parte de ella, cuando es un puro *nobody's shot*.

Existen evidencias de este tipo de ocularización como cuando la cámara está al margen de todos los personajes, en una posición no marcada, intentando pasar desapercibida; o cuando el movimiento de la cámara, al servicio del narrador, subraya la autonomía de este al dejar entrever que el mundo de la diégesis no se relata solo, sino que es esta quien lo hace. Es con este tipo de técnicas que se pretende que el lector/espectador intente borrar la existencia del dispositivo, y se entregue a la famosa ilusión de la transparencia.

Otra posibilidad dentro de la ocularización externa es que la posición de la cámara remita a una elección estilística marcada, identificable por la audiencia como propia de un autor o cineasta.

3.7. Focalización cinematográfica

La ocularización en general y cualquier categoría de esta, en particular, hace referencia, en términos visuales, a la función de la cámara, Gaudreault y Jost no abandonan la función cognitiva y plantean el término de focalización cinematográfica. En esta no se deduce información a partir de lo que el narrador (explícito o no) debe supuestamente conocer, sino de la posición que adopta en relación con el protagonista cuya historia relata. Existiendo tres posibles posturas:

La “focalización cinematográfica interna” se presenta cuando el relato está restringido a lo que puede saber un personaje, el espectador entonces está al tanto sólo de aquello que el personaje conoce. Tanto el lector como el personaje comparten una limitación de saber.

La segunda postura es la “focalización cinematográfica externa”, y gira en torno a una retención de información hacia el espectador. De tal modo que la exterioridad, desde el punto de vista de la distribución de las informaciones narrativas, debe conllevar una restricción de nuestro saber en relación al del personaje que acabe produciendo efectos narrativos. Cuando el narrador muestra sólo una parte del cuerpo de uno de los personajes, que tendrá peso en la narración, sin que los espectadores puedan concluir de quién se trata, estamos ante una focalización cinematográfica externa.

Algunos recursos de este tipo de focalización es que la posición de la cámara dificulte la lectura de la acción y provoque, por ende, un desequilibrio cognitivo; la ausencia de la retransmisión de la mirada de una persona; o mediante la ausencia de ocularización

CAP III
Categorías de análisis en la textura narrativa

secundaria. Dichas técnicas despiertan intriga en el espectador y suelen despejarse en la secuencia final.

El último tipo es la “focalización espectral”, puede encontrar su símil en la focalización cero propuesta por Genette, donde el narrador sabe más que el personaje y por ende puede, a diferencia de la focalización externa, dar una ventaja cognitiva al espectador por encima de los personajes, brindándole al lector/espectador información por adelantado; ya sea a través de seguir dos acciones a la vez o mostrar los sentimientos de un personaje a espaldas del resto.

La técnica más utilizada para este tipo de focalización es la pantalla dividida, donde se presentará la alternancia de dos o más acontecimientos con el fin de producir en el lector/espectador “una voluntad de anticiparse al encuentro de las dos series y, con ello un sentimiento de angustia”, dando como resultado suspenso o comicidad, ya que no se sabe si el narrador terminará frustrando o no el resultado que la audiencia espera.

Finalmente la mayoría de los relatos audiovisuales tienden a utilizar distintos tipos de focalización, variando de una categoría a otra, mismas que se muestran en el siguiente cuadro de analogías, a lo largo de un mismo relato fílmico en función de los sentimientos o emociones que se quiere transmitir a la audiencia.

TODOROV	GENETTE	GAUDREAU Y JOST		METZ
N>P	Focalización cero	Ocularización cero	Focalización espectral	Identificación primaria
N=P	Focalización interna	Ocularización interna primaria	Focalización interna	Identificación secundaria
	Fija, variable, múltiple			
N<P	Focalización externa	Ocularización interna secundaria	Focalización externa	Identificación secundaria

Considero que dichas variaciones responden a una intención de colocar al espectador en distintas posiciones para que este trabaje, se cuestione y dilucide, para generar en él una movilización de su percepción.

3.8. Identificación

Christian Metz, teórico cinematográfico y semiólogo, dedicó la mayor parte de su trabajo a aplicar las teorías lingüistas de Ferdinand de Saussure y el concepto laciano del estadio del espejo al análisis del lenguaje del cine; en su obra *El significante imaginario*, retoma parte de la teoría del psicoanálisis para trasladarla al cine y explicar la recepción e identificación de los espectadores con aquello que se le presenta en el plano cinematográfico.

Dicha identificación servirá para comprobar que el espectador se halla ausente de la pantalla como “percibido”, pero también (ambas cosas van juntas, inevitablemente) que se halla presente, y hasta omnipresente, como “percibiente”.

CAP III
Categorías de análisis en la textura narrativa

Así Metz, quien también fue profesor de la *École des hautes études en sciences sociales*, propone dos tipos de identificación, la “identificación primaria” es la que lleva a cabo el espectador con la cámara cinematográfica, al lograr una fusión de tal fuerza que identifica su mirada con la mirada del dispositivo, puesto que es a través de este que el lector/espectador tiene acceso a la diégesis.

Este primer tipo de identificación implica un trabajo simple, que el lector/espectador logre leer códigos o subcódigos cinematográficos que el autor de la obra coloca para indicarle la dirección que le permitirá la identificación con la mirada de la cámara.

Y la “identificación secundaria” que se corresponde con la identificación con tal o cual personaje de la ficción cinematográfica; este tipo de identificación puede circular de un personaje a otro a lo largo de un *film*. Este tipo de identificación se logra mediante los movimientos de cámara que provocan puntos de vista concretos para establecer sentimientos de angustia, miedo, pena, empatía, etc. en el lector/espectador.

Este segundo tipo demanda que el lector/espectador se convierta en uno activo y reconozca ciertos motivos en la película, quizá no tan evidentes para el resto de la audiencia, pero sí para él y a partir de esto generar sus propias conclusiones.

CAPITULO IV
Análisis



CAPÍTULO IV. Análisis

El análisis del texto *The Office US* se dividirá en dos niveles: macro y micro, para facilitar su estudio y posterior lectura. En el primer nivel, macro, se utilizarán unidades de análisis resultado de las nociones teóricas de Gérard Genette en cuanto “niveles narrativos” (“nivel metadieético”, “nivel intradieético” y “nivel extradieético”) y “focalización” (“focalización cero”, “focalización interna” y “focalización múltiple”); así como de Tzvetan Todorov, con la “visión en la narrativa” (“visión por detrás”, “visión con” y “visión desde afuera”). Dichas categorías se encuentran insertas en el nivel general de análisis dado que estas permiten visualizar de manera esquemática al texto, de tal forma que resulte coherente para el lector/espectador.

La segunda parte del análisis corresponderá al nivel micro, este nivel está conformado por las siguientes unidades de análisis: las “instancias narrativas” (“narrador homodieético”, “narrador autodieético” y “narrador heterodieético”) y las “relaciones de transtextualidad” (“intertextualidad”, “paratextualidad”, “metatextualidad”, “architextualidad”, “hipertextualidad”) de Genette; la “intertextualidad cinematográfica” (“de las celebridades”, “autocita” y “falsa”) de Robert Stam, Robert Burgoyne & Sandy Fitterman-Lewis; la “ocularización” (“cero”, “interna” y “externa”) y “focalización cinematográfica” (“espectatorial”, “interna” y “externa”) de André Gaudreault & François Jost; la “identificación del espectador respecto de la mirada del dispositivo” (“primaria” y “secundaria”) de Christian Metz; y finalmente, las “modalidades del documental” (“observación”, “expositiva”, “interactiva” y “reflexiva”) y “tipos de miradas” (“accidental”, “impotente”, “en peligro”, “compasiva” y “clínica”) de Bill Nichols.

Si bien la mayor parte de los principios teóricos que se utilizarán han sido rescatados de la literatura, en este trabajo es posible trasladados a los textos audiovisuales y complementarlos con concepciones teóricas de dicho ámbito, se extiende el uso de esas categorías porque lo que se está analizando son estructuras y funciones narrativas. Es innegable la existencia de modos narrativos (estilo directo, indirecto, poesía, crónica, etc.) como también lo es la existencia de distintas modalidades de presentar un texto narrativo, actualmente no podemos remitir dichos textos exclusivamente a medios literarios, sino debe reconocerse el cine, la televisión, la pintura y otras artes plásticas como medios por los que el juego de narrar, como menciona Paul Ricoeur, se hace presente.

Así puede bien justificarse el uso de terminología de literatura puesto que el concepto de texto no se refiere exclusivamente a uno escrito sino aquel que se construye a partir de convenciones establecidas (ya sean palabras, imágenes, sonidos, gestos, etc.) y comunica un mensaje a un lector, sin importar el soporte o medio.

En el caso de este trabajo se analizará el lenguaje audiovisual propiamente dicho de *The Office US* los planos, secuencias, miradas de cámara, etc.; así como los saberes del lector/espectador y del personaje, las instancias narrativas y sus efectos, la narración, etc. De esta manera los aportes teóricos contribuirán al análisis y comprensión de las principales estrategias de las que echa mano la serie *The Office US* para aludir a un “espectador activo”.

Para efectos del presente trabajo se definirá al lector/espectador activo como aquel que a partir de huellas textuales contenidas en el propio texto, es capaz de ubicarlas como marcas para así evidenciar y dotar de sentido a la serie. De tal forma que los textos

audiovisuales en general, y *The Office US*, en particular, requiere de la capacidad, competencia y conocimiento de los códigos respectivos por parte del lector/espectador para leer rasgos técnicos (las angulaciones de los encuadres, los movimientos de cámara, la iluminación, la edición, el juego de miradas, etc.), reglas del género, el contenido narrativo y a partir de competencias culturales desarrolladas por él mismo, asociar e interpretar para finalmente dotar al texto de sentido.

4.1. Nivel de análisis macro

Se establecerán dos relaciones, de “contrariedad” y de “complementariedad”, a partir de las tres categorías contenidas en el nivel de análisis macro: por un lado, “Focalización Externa” (categoría base o inicial), “Focalización Cero” (categoría contraria) y “Focalización Interna” (categoría complementaria); y por otro, “Nivel extradiegético” (categoría base o inicial), “Nivel metadiegético” (categoría contraria) y “Nivel intradiegético” (categoría complementaria).

Las categorías mencionadas contarán con una contextualización teórica breve, dado que fueron abordadas con detalle en el Capítulo III; cada categoría permitirá mostrar funciones, características, cualidades o elementos al interior del texto *The Office US*; para facilitar su futura consulta, contará con el nombre y número del capítulo, la temporada a la que pertenece y el minuto en que puede observarse la categoría analizada. Finalmente se procurará una lectura que expondrán las huellas textuales que aluden a un lector/espectador activo y de qué forma estas exigen la participación de aquel.

4.1.1. Focalización y función narrativa de la cámara

En este trabajo se considerará una correlación entre las categorías de Tzvetan Todorov, pertenecientes a la “visión en la narrativa”, con las de Gérard Genette respecto a la “focalización”. Dicha correlación es propuesta de análisis de quien suscribe, determinándose operacionalmente para establecer un criterio inicial de análisis. Asimismo se reconoce que existe cabida de demostrar, mediante una investigación más extensa, dicha relación entre categorías, cuestión que no se desarrollará en el presente trabajo por no ser el propósito del mismo.

De tal forma que la “focalización cero” equivale a la posición tradicional de omnisciencia, es decir del conocimiento absoluto, correspondiente a la fórmula $N > P$, “visión por detrás”, de Todorov, donde el narrador sabe más que los personajes.

La “focalización interna” utiliza como filtro informativo de lo que se narra a los personajes, encontrando su par en $N = P$, la “visión con”, de Todorov, donde el narrador sabe lo mismo que los personajes, inclusive adopta la posición de éstos.

Finalmente la “focalización externa” se corresponde con la “visión desde afuera”, ejemplificada con la fórmula $N < P$, donde la narración es objetiva, es decir, se muestra aquello que se ve, sin poder penetrar en el mundo interno de los personajes. Generalmente el narrador o agente focalizador sabe menos que éstos.

Para demostrar la función narrativa de la cámara es necesario preguntarse, por una parte: ¿Quién ve? y ¿Qué es lo que ve?, las respuestas permitirán definir al agente focalizador/narrador y el grado de conocimiento que tiene este frente a los personajes. Y

por otra, ¿Desde dónde ve?, la contestación permitirá establecer la posición o perspectiva desde la que se narra la historia.

Previo a comenzar con las unidades de análisis y a manera de nota introductoria, cabe recordar que *The Office US* es una serie de televisión estadounidense que presenta la vida diaria de los empleados de Dunder Mifflin Scranton, una compañía distribuidora de papel. El *manager* de la oficina es Michael Scott y es este quien, en el capítulo piloto de la serie, da la bienvenida a un equipo de documentalistas al interior del centro de trabajo. Los trabajadores de Dunder Mifflin advierten la presencia de la cámara.

4.1.1.1. Focalización externa

Para analizar esta unidad al interior de *The Office US* es necesario responder a la cuestión de quién es el agente focalizador/narrador⁶² (¿Quién ve?). La serie es un texto que se presenta al lector/espectador a partir de las tomas hechas por un equipo de documentalistas, éstos son los encargados de grabar las acciones que los trabajadores de Dunder Mifflin llevan a cabo día a día. De tal forma que el agente focalizador/narrador son las cámaras del equipo de documentalistas, y en una visión general, aquella persona encargada de la edición y presentación de las tomas, escenas y secuencias.

Aun cuando el jefe del *cameraman* sitúe a este en una posición privilegiada (¿Desde dónde ve aquél que ve?) para así grabar las acciones, miradas, respuestas, gestos, movimientos, etc. de cada uno de los trabajadores de la sucursal de Scranton (¿Qué es lo que ve?), aquello que el quipo de documentalistas registra es una mirada parcial del hecho.

Si bien el equipo de documentalistas puede categorizarse como el agente focalizador/narrador, puesto que son estos los que orientan el relato, cada uno de los *cameraman* tiene la libertad espacio-temporal de trasladarse hacia cada rincón donde se presente una acción trascendente; para luego dar pie al trabajo del editor/director, quien elige las secuencias desde donde narrar el hecho.

Sin embargo los agentes focalizadores/narradores registran sólo una parte de los hechos, no pueden adentrarse en la mente de los personajes, se encuentran en una desventaja cognitiva frente a estos, indicio que apunta hacia una focalización externa.

Consideremos como texto a analizar el capítulo número 17 de la séptima temporada titulado "Threat Level Midnight". Comenzaré brindando una sinopsis del episodio: tras 10 años de producción *Threat Level Midnight*, película dirigida, producida y protagonizada por Michael Scott, gerente de Dunder Mifflin, está lista. Scott, orgulloso de su ópera prima, ha decidido mostrarla a los trabajadores de la oficina, esperando que su reacción sea favorable, puesto que ellos también forman parte del filme. Previo a comenzar la cinta, Pam Beesly, aconseja a sus compañeros que procuren no criticar o burlarse del trabajo de Michael, puesto que podría sentirse ofendido y dar por terminada la proyección de la película.

⁶² Cuando se habla de la relación x/y, en este caso focalizador/narrador, no se está hablando de una relación de igualdad donde se presuponga una lectura que signifique que focalizador=narrador, lo que se plantea es una conjunción de funciones.

CAP IV Análisis

Las reacciones de los trabajadores de la oficina presentadas a partir de *close ups*, *medium shots* y *zoom in* durante los minutos 3:59, 4:22, 4:51, 4:52, 4:56, 5:11 (ver Imagen 1); son tomas realizadas por el *cameraman* para mostrar al lector/espectador la respuesta de los trabajadores de la oficina frente a la película de su jefe. El lugar que ocupa la cámara es privilegiado, puesto que esta es capaz de registrar cada una de las muecas, caras de asombro, ojos volteados, etc. de los empleados de Dunder Mifflin y del propio Michael Scott.

Aun en desventaja cognitiva, los espectadores pueden hilar la información brindada previa a mostrar la película y las reacciones de los trabajadores frente a esta, para así anticiparse a lo que indudablemente hará Michael Scott: dar por terminada la proyección. Si bien la cámara no tiene acceso a los sentimientos o pensamientos de los personajes, su función de mero observador y expositor de los hechos, permite dar cuenta al lector/espectador de tomas lo suficientemente cerradas para leer el aburrimiento o la incredulidad en la cara de Óscar Martínez y Holly Flax respectivamente, o la falta de contención de risa por parte de Jim Halpert.



Imagen 1

Estos motivos son el centro de interés al que el agente focalizador/narrador decide guiar la atención del lector/espectador, dado que interrumpe las escenas de *Threat Level Midnight*, para mostrar la reacción, no bienvenida, de los trabajadores; y con esto disminuir la brecha de la desventaja cognitiva.

Si bien el agente focalizador/narrador no puede adentrarse a la mente de los personajes, sí brinda indicios al lector/espectador para que, a partir de éstos, formule hipótesis o deduzca acciones futuras. Esta característica puede observarse en "The Seminar", capítulo 14 de la temporada 7, donde una vez más la cámara es el agente focalizador/narrador ya que es esta quien presenta al lector/espectador la acción de los personajes.

A manera de sinopsis: Andy Bernard ha decidido llevar a cabo un seminario de negocios en las oficinas de Dunder Mifflin, teniendo como conferencistas a los mejores vendedores de la compañía: Jim Halpert, Dwight Scrute, Phyllis Lapin y Stanley Hudson. Una serie de eventos hacen que los vendedores se echen para atrás, obligando a Andy a ampliar sus

CAP IV Análisis

horizontes invitando a Kevin Malone, Ryan Howard y Creed Bratton a tomar el lugar de los desertores.

La cámara focaliza el relato hacia la historia de Andy, sin embargo también presta atención al resto de las historias que de ella se desprenden: a la de Jim Halpert, Michael y Holly, los vendedores desertores, Erin y Gabe. Son los tiros de cámara entrecruzados y los encuadres a los rostros de los personajes, los principales elementos que, a manera de guiño, se dirigen a un espectador activo, principalmente en el caso de una de las historias, la de Jim.

Analizaremos lo que ocurre del minuto 2:34-3:10 (ver Imagen 2): la cámara muestra a Jim (personaje de camisa gris y corbata negra) y Andy (personaje de sweater rojo y saco azul marino) charlando previo a que dé inicio el seminario. Con un paneo brusco, se enfoca a uno de los asistentes al seminario, quien se encuentra en la recepción. Seguido de un corte directo al rostro de Jim, quien reacciona escondiéndose detrás de Andy, al mismo tiempo que comenta que no podrá ser parte de los conferencistas.



Imagen 2

La reacción de Jim está dotada de elementos que sirven al lector/espectador para concluir que Jim y el asistente se conocen y que su relación no es cordial. Los ojos abiertos, la evasión de la mirada, el descenso en el tono de voz, esconderse y finalmente no ser parte de los conferencistas, apuntan hacia un antecedente claro de rechazo.

Si bien el lector/espectador puede realizar una deducción a partir de los indicios enumerados anteriormente; la causa por la cual Jim reaccionó de esa manera, es información que sólo comparten esos personajes. Por lo que el lector/espectador tendrá que esperar hasta el final del capítulo para encontrar la razón del por qué Jim no quería ser visto por Tom, uno de los asistentes al seminario y quien fuera uno de sus mejores amigos de la infancia.

De la misma manera, cuando Michael Scott presenta a su personaje griego, Mikanos, a Holly y esta decide que deberían probarlo frente a Hank, el policía del edificio; existe un elemento que va orientado al lector/espectador: la reacción de Holly. Cuando Holly decide seguir la corriente a Mikanos y actuar como Necrópolis, la esposa griega que sufrió de

daño cerebral, serán sólo los lectores/espectadores que estén familiarizados con la historia amorosa entre ambos personajes, quienes podrán dotar a la actuación de Holly de significado y así prever que su relación continuará.

4.1.1.2. Focalización cero

Mientras la focalización externa tiene desventaja cognitiva del agente focalizador/narrador frente a los personajes, para la focalización cero no existen barreras de saber. Las entrevistas, elemento narrativo presente en las nueve temporadas de *The Office US*, realizadas por el equipo de documentalistas a los trabajadores de Dunder Mifflin, proveen información tanto al agente focalizador/narrador como al lector/espectador posicionándolo en un lugar donde no existen restricciones de ningún tipo.

Al utilizar la focalización cero como unidad de análisis se puede observar que conocer las opiniones de otros personajes a través de las entrevistas, el uso de flashbacks, el registro de acciones simultáneas en los diferentes escenarios de *The Office US*, son características que tiene el equipo de documentalistas que lo dotan de libertad para acceder a cualquier tipo de información.

Tomemos el capítulo 8 de la novena temporada titulado “The Target” como texto a analizar, a manera de sinopsis: Angela Martin descubre que su esposo, Robert Lipton (senador estatal) es homosexual y mantiene una relación amorosa con Óscar Martínez, compañero de trabajo de esta.

La categoría de focalización cero nos muestra, del inicio del capítulo al minuto 1:03 (ver Imagen 3) a Óscar (personaje de camisa blanca) en la sala de juntas dando una entrevista al equipo de documentalistas, él comenta que Ángela (personaje de vestido negro, detrás de las persianas) no sabe nada de la relación que mantiene con el senador.



Imagen 3

La cámara, agente focalizador/narrador, toma con *medium shot* a Óscar, sin embargo cuando este señala que se siente seguro porque sabe que su compañera de trabajo no sospecha de la relación amorosa que sostiene con su marido, la toma se abre. El

dispositivo enfoca, detrás de la ventana, a una Ángela furiosa que evidentemente conoce el secreto de su esposo, pero que ha decidido actuar de manera habitual.

El agente/focalizador muestra, al lector/espectador, dos perspectivas: por un lado la incertidumbre de Óscar, que tras intercambiar algunas palabras con Angela, se traduce en seguridad absoluta; y por el otro, la rabia disimulada de Angela. La historia se centra en los sentimientos del personaje femenino.

Otra característica observable en el texto de “The Target” es que el agente focalizador/narrador tiene acceso a información que jamás fue dada a conocer. Angela y Dwight Schrute deciden realizar una reunión con un “detective”, para planear cómo tomar represalias. Ni el lugar ni la hora en la que se llevará a cabo el encuentro es revelado a la audiencia, ni a la cámara; sin embargo en el minuto 5:42 se observa a Dwight y Ángela abordar una camioneta.

El diálogo es el elemento que, aunado a la mirada impotente de la cámara, apunta hacia una focalización cero en esta secuencia. A continuación se presenta la transcripción de la charla entablada por los personajes, al analizarla puede ser reconocida como un indicio de superioridad por parte del equipo de documentalistas frente al saber de los personajes.

Detective	¿Es seguro hablar?
Dwight	Bueno, el equipo del documental ha estado siguiéndonos en cada movimiento durante los últimos nueve años, pero no los veo (VOLTEANDO HACIA TODOS LADOS), así que estamos seguros.

La secuencia está grabada con mirada impotente, es decir que entre el hecho mismo (reunión para planear la venganza contra Óscar) y el dispositivo (la cámara y el equipo de documentalistas), existen barreras como arbustos, basureros, árboles y ventanas. Esa característica indica que el *cameraman* ha decidido pasar desapercibido ante los ojos de los personajes. Cuestión que se confirma con el diálogo de Dwight “[...] el equipo del documental ha estado siguiéndonos en cada movimiento durante los últimos nueve años, pero no los veo [...]”. Trevor (detective), Angela y Dwight hablan abiertamente sobre formas de venganza contra Óscar.

Resulta evidente que si el lector/espectador ha podido observar la secuencia ha sido porque el equipo de documentalistas ha tenido éxito para grabar la acción sin que los personajes hayan notado la presencia de la cámara.

4.1.1.3. Focalización interna

Cuando el foco de la historia coincide con un personaje se presenta una “focalización interna”. *The Office US* en general, y el episodio descrito en los párrafos subsecuentes, en particular, despliega este tipo de focalización cada vez que existe una entrevista a los personajes, a manera de explicación de los hechos que los lectores/espectadores perciben o están próximos a percibir, brindando así extractos focalizados acorde a la perspectiva de cada personaje.

El capítulo “A.A.R.M.”, número 22 de la temporada 9, minuto 0:00 - 1:47, comienza con la cámara realizando un seguimiento a Kevin Malone, mientras que con voz *off*, escuchamos a Dwight Schrute explicando los cambios que ha decidido realizar en la oficina como nuevo gerente. A la par, se presentan imágenes para ejemplificar aquello que está siendo narrado por el personaje focal. Así la introducción de “A.A.R.M.”, texto a analizar, se centra en un solo personaje: Dwight Schrute.

Este episodio cuenta con un elemento que permite distinguir que existe otro tipo de focalización: las entrevistas. Una vez más estas no sólo brindan información extra al lector/espectador, sino que funcionan como ejes de perspectiva, es a partir de las entrevistas, que el agente focalizador/narrador presenta la situación actual de Angela Martin y Óscar Martínez.

En el minuto 2:18 el agente focalizador/narrador exhibe un espacio diferente a la oficina; ahora muestra una habitación donde Óscar se prepara para ir al trabajo, mientras se anuda la corbata, comenta a la cámara que Angela se ha divorciado del senador y que ahora vive con ella. El audio de la cámara capta el llanto de un niño pequeño, lo que obliga al equipo de documentalistas a abrir la toma para permitir ver, al lector/espectador, las condiciones en que Angela, su hijo *Philip* y Óscar viven. A continuación se presenta la transcripción del diálogo.

ÓSCAR

Divorciarse del senador ha sido muy difícil para Angela. Cuando la echaron de su departamento, la invité a vivir conmigo. Irónicamente, ahora es Angela la que está viviendo en el closet.

Si consideramos las dos situaciones descritas con anterioridad, podemos concluir que el foco de la historia cambia de un personaje a otro, lo que indica, en el texto “A.A.R.M.”, la presencia de una “focalización interna variable”. En el caso contrario, cuando la focalización no varía de un personaje a otro, se nombra “focalización interna fija”.

En “Threat Level Midnight”, capítulo número 17 de la séptima temporada, el filme realizado por Michael Scott (homónimo al capítulo) será el texto a analizar, específicamente el minuto 20:37. La escena muestra a un personaje sentado en un sillón dando la espalda a la cámara, este ha sido la instancia narrativa a lo largo de la película *Threat Level Midnight*. Es al final del capítulo que el narrador revela a la audiencia su identidad, él es Michael Scarn. Eso indica que el narrador inicial concuerda con el personaje principal de la película (Michael Scarn). Los elementos que esta unidad de análisis, “focalización interna fija”, nos permite identificar son los siguientes:

Elementos

NA	Narrador	: Michael Scarn	←
P	Protagonista	: Michael Scarn	←
□	Diégesis	: Vida y última misión de Scarn	
nA	Audiencia	: Trabajadores de Dunder Mifflin	

De tal forma que lo que comenzó como “focalización externa”, con un narrador contando la vida de Michael Scarn, al final de *Threat Level Midnight*, se convierte en “focalización interna fija”, ya que el narrador inicial (NA) concuerda con el personaje principal de la película (P). Así la narración inicial, hecha en tercera persona, se integra al final de la historia al personaje protagonista de la misma.

4.1.2. Descripción semiótica de niveles narrativos

Los “niveles narrativos” son la distancia que el narrador toma respecto de lo narrado, Gérard Genette señala que en una narración pueden existir tres niveles: el extradiegético, intradiegético y metadiegético.

Cuando el narrador se ubica fuera de la diégesis, lo que ocurre cuando no es un personaje, sino simplemente un narrador, estamos en un nivel extradiegético; cuando el narrador es un personaje de la propia historia, en un nivel intradiegético; finalmente si el personaje de la historia narrada, relata, a su vez, otra historia ocurrida sobre una dimensión espacio-temporal distinta con diferentes protagonistas, se trata de un nivel metadiegético.

4.1.2.1. Nivel extradiegético

El “nivel extradiegético” se refiere a la instancia que genera el primer relato, situándose fuera de la diégesis⁶³, fuera del mundo que está siendo relatado. De esta forma el narrador se distancia, se coloca al margen de lo que sucede en la trama y se remite a contar las cosas desde afuera.

Resulta importante recordar que los autores de la versión británica partieron de la idea de retratar la vida de los trabajadores de una compañía de papel e insumos de oficina (Wernham Hogg en el caso de *The Office UK* y Dunder Mifflin en el caso de *The Office US*) a manera de un documental. Por lo que Ricky Gervais y Stephen Merchant, y Greg Daniels en el caso particular de la adaptación americana, son aquellos que generaron el primer relato.

La unidad de análisis de este apartado permite distinguir tres elementos de *The Office US*; el primero es la diégesis en la que se desarrollan los hechos: Scranton, Pensilvania; específicamente la oficina de Dunder Mifflin y sus trabajadores. Como segundo elemento Greg Daniels, adaptador, productor y guionista de la versión americana, este es la instancia narrativa, y finalmente la instancia a la que se dirige el relato, en este caso el lector/espectador. Observemos el esquema¹.

Donde:

NA : Instancia narrativa
□ : Diégesis
nA : Lector/espectador

⁶³ De acuerdo con André Gardiès *diégesisse* refiere al mundo ficcional creado por el autor de una obra, este universo está poblado de objetos y de individuos que poseen sus propias leyes, y es mostrado o representado en un texto narrativo.



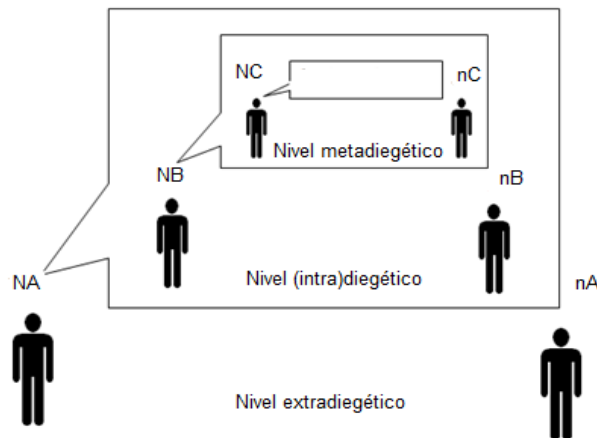
Esquema 1

Si bien la instancia narrativa es un elemento que no forma parte de la diégesis, sí está representado por ciertos indicios como: *close ups*, *médium shots*, *flash backs*, ensoñaciones, cortes directos, musicalización y edición. Elementos técnicos de los que hecha mano para brindar realismo, ofrecer información como antecedente o para dirigir la mirada del lector/espectador hacia información relevante.

Por lo tanto es el primer relato, *The Office US*, generado por la instancia "NA" a partir del material que graba el supuesto equipo de documentalistas al interior de Dunder Mifflin, el que se dirige al lector/espectador o "nA".

4.1.2.2. Nivel metadieético

Cuando desde un plano del discurso se crea una anécdota donde aparece un personaje que a su vez cuenta otra historia, se presenta un "nivel metadieético". El siguiente esquema muestra de forma gráfica los nueve elementos identificados en "Threat Level Midnight", episodio número 17 de la séptima temporada. Estos funcionan en los tres niveles diegéticos.



Esquema 2

Donde:

NA : Tucker Gates, director y B.J. Novak, guionista, del capítulo “Threat Level Midnight” (número 17 de la séptima temporada).

☐ Ext : Capítulo “Threat Level Midnight”. A manera de sinopsis: La película creada por Michael Scott, jefe de Dunder Mifflin, está lista luego de once años. Scott decide presentarla a sus compañeros de trabajo en la sala de juntas.

nA : Lector/espectador del episodio.

NB : Michael Scott, quien escribe, dirige y produce *Threat Level Midnight*

☐ Int *Threat Level Midnight* tiene como argumento el siguiente: Luego de que el Agent Michael Scarn se retirara debido a la muerte de su esposa, Catherine Zeta-Jones, el Presidente de los Estados Unidos de América le encomienda una nueva misión: detener a Goldenface y su plan de hacer explotar el recinto de hockey donde se llevará a cabo el *NHL All-Star Game*.

nB Trabajadores de Dunder Mifflin.

NC Michael Scarn, protagonista de la película *Threat Level Midnight*

☐ Met Los problemas personales y profesionales que tuvo que enfrentar Michael Scarn para salvar el juego de hockey.

nC Audiencia a la que está dirigida la película *Threat Level Midnight*

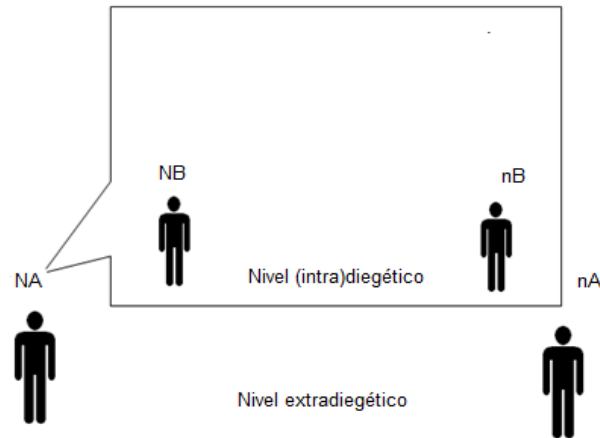
Representado en el esquema 2 se encuentra el nivel extradiegético, donde la instancia narrativa (NA) no forma parte de la diégesis, pero es gracias a esta que se genera el primer relato. Dentro de la diégesis localizamos tres elementos más: Michael Scott como instancia narrativa (NB) que crea una historia (*Threat Level Midnight*) y la presenta a sus compañeros de trabajo (nB), lo anterior forma parte de un nivel intradieгético. Finalmente al interior del nivel intradieгético se identifica a un tercer narrador (NC), Michael Scarn quien relata la historia de su juventud a una audiencia (nC) ficticia, generando así un tercer nivel, el metadieгético.

Este episodio es considerado uno de los más ambiciosos conceptualmente de *The Office US*, dado que la ópera prima de Michael Scott abarca más de la mitad del capítulo.

4.1.2.3. Nivel intradieгético

Hablamos de un “nivel intradieгético” cuando un personaje de la historia cuenta la historia de otro personaje; de esta forma el emisor “NB” ya no es, en el caso de *The Office US*, el director, guionista o adaptador, sino un personaje, y el receptor “nB” ya no es el narratario o lector, sino es otro personaje de la diégesis. El esquema 3 es una representación gráfica de los componentes de este nivel.

CAP IV Análisis



Esquema 3

Tomemos como texto a analizar el capítulo número 18, “Promos”, perteneciente a la novena temporada de *The Office US*. En el minuto 00:07–00:19 Pam Halpert y Clark Green comentan, en entrevista, la nueva afición que Phyllis Vance ha adoptado en la oficina: los audiolibros. A continuación se presenta una transcripción de la entrevista.

Pam	A Phyllis ahora le gustan los audiolibros. Y últimamente ha estado escuchando “Las 50 sombras de grey” que, por si no lo saben, es un libro sobre...
Clark	Es porno
Pam	Sí

Los personajes, Pam y Clark, son narradores de la vida de otro personaje, Phyllis. Y la narración se dirige hacia un tercer personaje, el equipo de documentalistas. Por lo tanto en el esquema se representan gráficamente los siguientes elementos:

NA :	Tim McAuliffe, guionista, y Jennifer Celotta, director.
□ :	“Promos” Capítulo 18 de la novena temporada de <i>The Office US</i> .
nA :	Lector/espectador
NB :	Pam y Clark
□ :	La nueva afición de Phyllis
nB :	El equipo de documentalistas

Dentro del nivel intradiegético puede existir la posibilidad de que el narrador, “NB”, relate su propia historia, lo que lo convertiría en un narrador homodiegético. Esto nos permite identificar en el capítulo “China”, episodio 10 de la temporada 7, durante el minuto 1.39 - 1:59, a Dwight Scrute como narrador homodiegético.

A manera de sinopsis: Dwight explica las medidas que ha decidido llevar a cabo como propietario del edificio donde se alojan las oficinas de Dunder Mifflin para ahorrar dinero. A continuación se presenta una transcripción del diálogo del personaje.

Dwight

(EN ENTREVISTA/SALA DE JUNTAS) Poseer un edificio es una guerra entre el propietario y el inquilino. No literalmente, desafortunadamente. Pero uso las mismas tácticas.
He rodeado al enemigo y lo estoy matando de hambre lentamente.
Para ahorrar electricidad, he instalado un reloj y sensores de movimiento en las luces.
Es parte de mi iniciativa verde. Y por verde, me refiero al dinero.

En este caso Dwight funge como narrador, “NB”, quien relata su historia como dueño del edificio, al equipo de documentalistas, quienes a su vez fungen como narrarios o receptores de dicha información, representados por las siglas “nB”.

4.2. Nivel de análisis micro

En este nivel se analizarán los componentes textuales, es decir los personajes, las instancias narrativas, los tipos de documental y miradas, todos ellos elementos que funcionan narrativamente a nivel del discurso. Cada elemento utilizará una base metodológica para su identificación.

Así las “instancias narrativas” y las “relaciones de transtextualidad”, partirán de las concepciones de Gérard Genette; la “intertextualidad cinematográfica” de Robert Stam, Robert Burgoyne & Sandy Fitterman-Lewis; la “ocularización” y “focalización cinematográfica” de André Gaudreault & François Jost; los tipos de “identificación” propuestos por Christian Metz; y finalmente las “modalidades del documental” y los “tipos de miradas” de Bill Nichols.

Las categorías mencionadas contarán con una contextualización teórica breve y como se mencionó en párrafos anteriores cada una de ellas permitirá identificar elementos, funciones o características al interior del texto *The Office US*. Así mismo los elementos contarán con el nombre y número del capítulo donde podrán localizarse, así como la temporada y el minuto donde aparece.

4.2.1. Instancias narrativas

Las “instancias narrativas” son una denominación, cuyo origen se da en la literatura, utilizadas para referirse a la persona responsable de dar a conocer lo que ocurre en la diégesis. Gérard Genette distingue tres tipos de instancias narrativas: el “narrador heterodiegético”, “homodiegético” y “autodiegético”. Cada uno de estos mantiene cierta distancia respecto del grado de conocimiento que tiene de lo que narra, así las instancias narrativas pueden ir desde la omnisciencia hasta la deficiencia de las acciones llevadas a cabo por los personajes.

A continuación se presenta una breve explicación de cada narrador propuesto por Genette, seguido de características localizables al interior de la serie que permiten categorizarlas bajo cada instancia.

4.2.1.1. Narrador heterodiegético

Este tipo de narrador es aquel que cuenta la historia fuera del mundo del relato. Al ser externo, tiene la capacidad de verlo todo y así tener en su poder todo aquello que se desarrolla en la diégesis.

En el episodio “Promos”, capítulo 18 de la novena temporada, específicamente del minuto 3:29 al 4:13, los trabajadores de Dunder Mifflin se reúnen frente a la computadora de Óscar Martínez para ver uno de los promocionales que han estado apareciendo en Internet con motivo de su documental, *The Office: an american workplace*, próximo a estrenarse.

Con voz en *off* se presenta el narrador heterodiegético, cuya intervención sirve para brindar información al espectador del desarrollo argumental que seguirá dicho documental.

Narrador	El jefe, los trabajadores, la vida, el amor, la gente, el papel. The Office, un espacio de trabajo americano. Próximamente en WVIA
-----------------	--

La voz del narrador en tercera persona enlista todo aquello que el espectador de dicho documental apreciará. Seguido de cada oración, aparecen en la pantalla escenas a modo de ejemplo; lo anterior son pautas, creadas por el equipo de documentalistas que ha estado filmado a los trabajadores de Dunder Mifflin durante diez años, para que el lector/espectador comience a construir su visión del mundo retratado.

4.2.1.2. Narrador homodiegético

El “narrador homodiegético” hace referencia a la instancia narrativa que dentro de la diégesis, brinda información adquirida por su propia experiencia en la historia, ya sea que la haya presenciado o vivido.

En el episodio “Casino Night”, número 22 de la segunda temporada, Michael Scott organiza como cada año una noche de casino que se lleva a cabo en el almacén de Dunder Mifflin. Para la ocasión decide invitar a Jan Levinson, al ser rechazado, invita a su corredora de bienes raíces, Carol. Al evento asisten ambas, por lo que Michael instruye a Dwight para evitar cualquier situación incómoda.

Dwight	(A LA CÁMARA) Soy el guardaespaldas de Michael. Mi función es protegerlo. Dos citas, esta noche tiene dos citas. Mi tarea es hacer que Jan no se acerque a Carol, y viceversa. Michael dijo “debemos engañarlas para no lastimarlas, es una señal de respeto”.
---------------	--

La historia de Michael es una de las dos historias protagonistas del capítulo, la segunda es la de Jim y Pam; por lo tanto Dwight funge como narrador homodiegético. La información que este proporciona a la cámara del minuto 13:53-14:10, brinda la clave para posicionarlo como dicha instancia narrativa del relato. Dwight es un testigo directo de lo que le ocurre a un personaje protagonista, en este caso a Michael.

4.2.1.3. Narrador autodiegético

El “narrador autodiegético” es aquel que relata sus propias experiencias como personaje central de la historia. Esta unidad de análisis permite identificar a Michael Scott, en la mayor parte de los capítulos de *The Office US*, como narrador autodiegético. Utilizando como texto a analizar el episodio “Casino Night”, número 28 de la segunda temporada, podremos ubicar elementos que hacen referencia a este tipo de narrador.

A manera de sinopsis: Scott organiza una noche de casino en el almacén de Dunder Mifflin, cuyo propósito es reunir fondos para una institución pro niños. El episodio muestra dos historias que se desarrollan paralelamente: Michael se ve en serios problemas al tener dos citas para esa noche, con su jefa Jan Levinson y con su agente de bienes raíces, Carol Stills. Simultáneamente Jim Halpert no puede soportar que Pam Beesly vaya a casarse, por lo que pide su traslado a la sucursal de Stamford.

Al tener dos historias en la diégesis, también se tiene el mismo número de personajes protagónicos: Michael Scott y Jim Halpert. Del minuto 26:25-27:02, luego de que Scott prefiriera a Carol, se dirige a la cámara y relata su experiencia. A continuación se presenta una transcripción del diálogo.

Michael

(A LA CÁMARA) Los triángulos amorosos significan drama. Pero todo terminó bien. El héroe se quedó con la chica. ¿Quién lo hubiera dicho? Yo.

Y Jan se puso muy feliz por mí... De hecho el héroe se quedó con dos chicas, la chica con quien trabaja y la que vende inmuebles.

Así que tengo a mi neoyorquina y a mi vecina, la vida me sonrío.

Michael es el narrador autodiegético puesto que la historia, en este capítulo, está centrada mayormente en sus acciones. Y su reflexión a cámara es subjetiva, ya que aquello que está relatando se contrapone con imágenes de Jan saliendo del almacén visiblemente enojada, dado que Michael prefirió a Carol.

Otra característica que permite categorizar a Scott bajo el rubro de narrador autodiegético es la organización del tiempo de la entrevista realizada a este personaje. La entrevista se lleva a cabo después de que el lector/espectador observara el inicio, desarrollo y desenlace de la historia; por lo tanto, la organización del tiempo es posterior a la presentación de los hechos.

En literatura, este tipo de narradores corresponden con los héroes del relato, y así es como precisamente se autonombra Michael, finalmente su reflexión de la noche resume las acciones y sentir del personaje protagonista.

4.2.2. Relaciones de transtextualidad

Todo texto guarda relación con otro u otros de su mismo género o fuera de él, dicha relación puede presentarse como simple referencia, como imitación, como parodia, homenaje, con la presencia de algún elemento de otro texto, etc. Este tipo de relaciones son identificadas por Gérard Genette como “relaciones de transtextualidad” y es este

autor quien distingue cinco tipos: “intertextualidad”, “paratextualidad”, “metatextualidad”, “architextualidad” e “hipertextualidad”.

Si bien todas se refieren a la trascendencia textual del texto, o en palabras de Genette a todo lo que lo que pone al texto en relación, manifiesta o secreta, con otros textos; en este apartado los cinco tipos de relaciones transtextuales permitirán identificar elementos o características al interior de *The Office US* que permitirán observar estrategias de vinculación entre la serie y otras obras, mismas que pueden pertenecer al propio medio audiovisual o no.

4.2.2.1. Intertextualidad

La intertextualidad es la presencia efectiva de un texto en otro, se presenta cuando un texto anterior se hace presente dentro de otro a partir de ciertos recursos como la cita, el plagio o la alusión. Cabe destacar que el lector/espectador debe contar con un bagaje multidisciplinario para ser capaz de identificar el elemento al interior de la serie y así vincularlo intertextualmente a la obra a la que pertenece o hace alusión.

A lo largo de las nueve temporadas de *The Office US* se ha presentado la intertextualidad mediante diferentes recursos, se ha hecho mención a Lady Gaga, Olivia y Popeye, MacGrube (“Costume Contest” episodio 6 de la temporada 7); diálogos de las películas “Inception” y “28 Days” (“Nepotism” primer capítulo de la séptima temporada); a la película “Pretty woman” (“Counseling” capítulo 2 de la temporada 7); alusión a Swenny Todd, el barbero diabólico de la calle Fleet, mediante un musical y a la serie de televisión La ley y el orden (“Andy’s play” capítulo 3 de la séptima temporada), por mencionar algunos.



Imagen 4

Tomemos como texto a analizar el capítulo 14 de la séptima temporada, “The Seminar”. A manera de sinopsis: Michael Scott, gerente de Dunder Mifflin, Scranton, está esperando el ascensor. Cuando el ascensor llega, de este baja David Brent, gerente de Wernham-Hogg, Slough (ver Imagen 4). Los personajes chocan e intercambian un diálogo hasta el minuto 1:05. A continuación se presenta una transcripción del diálogo.

**MICHAEL SCOTT ESPERA A QUE LLEGUE EL ELEVADOR.
CUANDO EL ELEVADOR LLEGA, BAJA DAVID BRENT.
LOS PERSONAJES CHOCAN.**

David Brent
Michael Scott
David Brent
Michael Scott
David Brent
Michael Scott
David Brent
Michael Scott
David Brent
Michael Scott
David Brent

Lo siento
(**CON ACENTO BRITÁNICO**) Lo siento amigo.
¿Qué haces?
¿Eres Inglés?
Te burlas de la persona equivocada
No me burlo de ti.
¿Eres inglés?
Sí
Trabajo en un personaje inglés. ¿Te importaría?
Se llama (**CON ACENTO BRITÁNICO**) Reginald Pooftah
David Brent, mi señor.
¿Cómo está usted?

SE SALUDAN CON UN APRETÓN DE MANOS

Michael Scott
David Brent
Michael Scott
David Brent
Michael Scott
David Brent
Michael Scott
David Brent

Michael Scott.
Bien.
Yo también hago personajes. Tengo un personaje chino. Se llama Mo Me...
(**CON ACENTO CHINO**) Habla así
(**CON ACENTO CHINO**) Yo hago a Ping
(**CON ACENTO CHINO**) Hora
(**CON ACENTO CHINO**) Hora, yo Ping
Ya no se puede hacer eso.
No, la gente no entiende. No tiene nada que ver con burlarse de una nacionalidad diferente.
¡No!, la comedia es un lugar... donde la mente va a hacerse cosquillas a sí misma.
¡Eso es lo que ella dijo!(**SE RÍE**)

MICHAEL LO ABRAZA

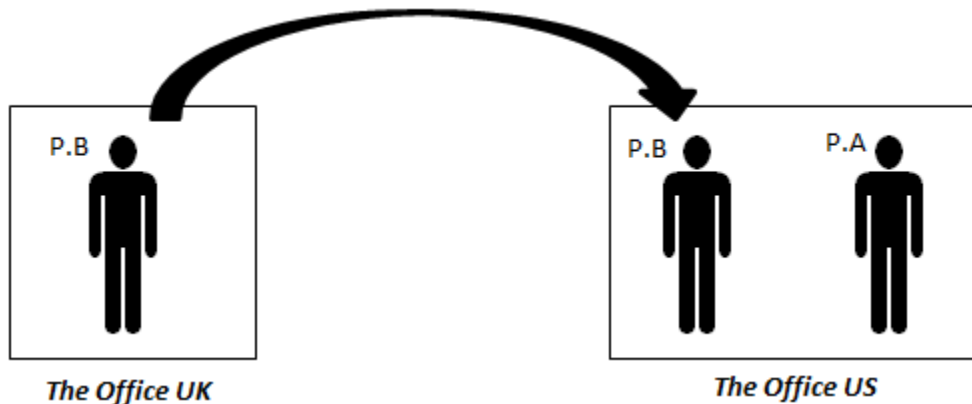
Michael Scott
David Brent
Michael Scott
David Brent
Michael Scott
David Brent
Michael Scott
David Brent
Michael Scott

Eso estuvo bueno.
Un placer conocerte.
¿Dónde trabajas?
Dunder Mifflin
¿Hay algún puesto vacante?
Ahora no.
Házmelo saber.
Ok. Nos vemos
Adiós.
(**MIRANDO A LA CÁMARA**) Que tipo más agradable.

Del diálogo podemos ubicar los siguientes elementos:

Personaje	Función al interior de la serie	Serie
Michael Scott	Gerente de Dunder Mifflin, sucursal Scranton.	<i>The Office US</i>
David Brent	Gerente de Wernham-Hogg, sucursal Slough.	<i>The Office UK</i>

David Brent es el homólogo británico de Michael Scott. Cabe señalar que *The Office UK* es el texto donde aparece por vez primera Brent, gerente general de la sucursal Slough de los distribuidores de papel Wernham-Hogg. Él es jefe del resto de los personajes presentes en la versión británica de la serie. Y gran parte de la trama de la misma se centra en lo patético, chistes, hipocresía y monólogos del personaje inglés. El esquema 4 ejemplifica los dos ambientes textuales, *The Office UK* y *The Office US*, contenidos en éstos, se ubican los personajes de David Brent representado por las siglas P.B (personaje británico) y Michael Scott por P.A (personaje americano).



Esquema 4

Así P.B y P.A son elementos textuales, sin embargo es P.B el que funciona como elemento intertextual, este aparece no sólo en su contexto original, *The Office UK*; sino que aparece además en un contexto textual diferente, *The Office US*. De tal forma puede establecerse una relación de intertextualidad entre los elementos citados.

Una vez identificados los elementos, el lector/espectador puede leer el diálogo entablado por ambos personajes, el sentido del humor, los chistes cortos y en general la personalidad de David Brent como una huella de intertextualidad para asociar la serie norteamericana a su texto predecesor.

Finalmente la presencia del elemento P.B puede ubicarse por segunda ocasión en “Search Comitee”, capítulo 25 y 26 de la séptima temporada de *The Office US*, una vez más como un elemento intertextual.

4.2.2.2. Paratextualidad

La paratextualidad es la relación entre un texto y dos elementos, peritexto y epitexto, localizados en la periferia del texto principal cuya función es brindar información extra al lector/espectador y así reforzar o complementar el mensaje central del texto al que pertenecen.

La forma visual del texto, los títulos, subtítulos, intertítulos, nombre del autor o creador, ilustraciones, etc. son elementos que conforman al peritexto, que no son el texto en sí, pero están en la periferia de este, pudiendo modificarse de temporada en temporada o de edición en edición, en el caso de los libros. Mientras que el epitexto, corresponde a todo aquello que no se anexa materialmente al texto, pero que sí tiene relación con él: entrevistas, anuncios publicitarios, reseñas de críticos, etc⁶⁴.

Situándonos al nivel del discurso podemos identificar elementos como el *opening* de la serie cuyas características son las siguientes: treinta segundos de duración, nombre del elenco y director acompañado de un jingle, título y logo de la serie, en letras de molde blancas sobre un marco negro. El *opening* de *The Office US* está conformado de peritextos cuya función es brindar información extra al lector/espectador.

Además de haber sido televisada, los capítulos de la serie han sido recopilados en DVDs, la información que se encuentra en la portada de la caja que contiene los discos: el título de la serie, la temporada a la que pertenece; y la información incluida en la contraportada: sinopsis de lo que ofrece la temporada, así como opiniones de críticos “La diversión de la oficina está de regreso” Sergio Lozada, Milenio o “Cualquier semejanza con la realidad es pura diversión” Víctor Bustos del periódico El Universal, son considerados peritextos.



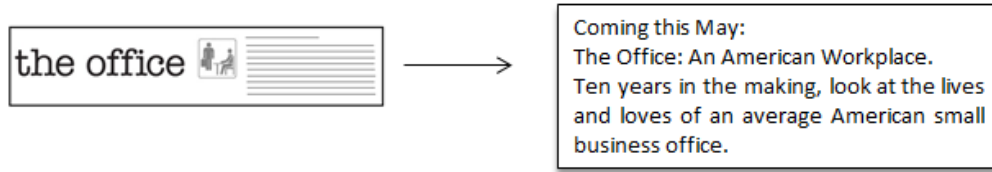
Imagen 5

Ahora bien la paratextualidad permite identificar a las entrevistas realizadas a los creadores de la serie británica⁶⁵, entrevistas a los adaptadores, directores, guionistas y elenco de la versión norteamericana, programas especiales, noticias de la serie, etc. Como epitextos de *The Office US*.

⁶⁴ Estos elementos se relacionan con los que Roland Barthes denominó la *función del anclaje y del relevo*, funciones del mensaje lingüístico en relación con el mensaje icónico. Véase Roland, Barthes, *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 2009, p. 353.

⁶⁵ A continuación una serie de ligas de internet donde podrán consultar los epitextos de *The Office US*:
<http://www.bbc.co.uk/programmes/p00j19yx>, <http://www.youtube.com/watch?v=wwAKSBICzD0>,
<http://www.bbc.co.uk/news/world-us-canada-22533526>.

En el capítulo 15 de la novena temporada titulado “Couples Discount”, aparece en la pantalla de la computadora de Óscar Martínez el siguiente peritexto.



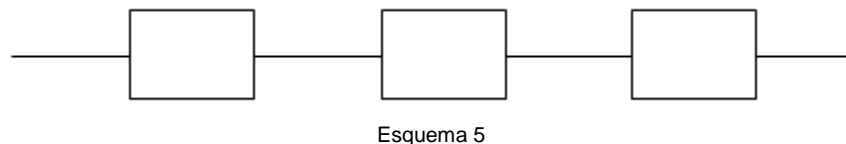
A partir de un *tigh shot*, llevado a cabo por el equipo de documentalistas, se brinda información al lector/espectador respecto al documental titulado *The Office: An American Workplace*. Dicho documental puede ser clasificado como metadocumental, puesto que este es generado por personajes del nivel intradiegético (equipo de documentalistas). *The Office: An American Workplace* tiene como centro la vida de los trabajadores de la sucursal de Scranton, Dunder Mifflin.

Por otro lado en el capítulo “Promos”, episodio 18 de la novena temporada, los trabajadores comienzan a encontrar en la Internet una serie de clips de video en los que se muestran escenas de su día a día, dichos clips tiene la finalidad de promocionar *The Office: An American Workplace*. Los promocionales de Internet y la conferencia que brindan los trabajadores de Dunder Mifflin en el Centro Cultural de Scranton (“Finale” episodio 23 de la novena temporada, minuto 20:44), son epitextos metadieгéticos. Dichos elementos permiten identificar que un equipo de producción (intradiegético) grabó, editó, promocionó y finalmente presentó la vida personal y laboral de los trabajadores de Dunder Mifflin.

4.2.2.3. Metatextualidad

La metatextualidad es la relación que une un comentario al texto que comenta. *The Office US*, como cualquier texto, cuenta con una continuidad narrativa, la continuidad narrativa puede ser entendida como el encadenamiento lógico de las acciones de una historia.

En el objeto de estudio de este trabajo, la continuidad narrativa se ve interrumpida, más no afectada, por las entrevistas que se realizan a los trabajadores de Dunder Mifflin. El esquema 5 presenta gráficamente los dos elementos (la continuidad narrativa y las entrevistas) que servirán para identificar la relación de metatextualidad al interior de la serie.

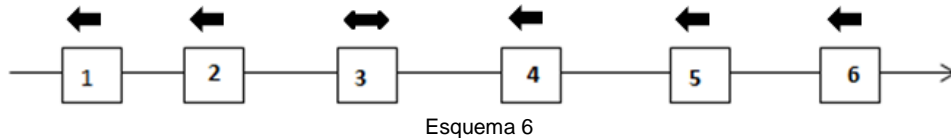


Donde:
— Representa la continuidad narrativa
□ Representa las entrevistas

Las entrevistas añaden información respecto a aquello que se cuenta en la historia, dicha información proviene ya sea de un personaje central o de uno secundario.

Consideremos el capítulo “Pilot” (capítulo número 1 de la primera temporada, 00:00 – 09:50 min) como el texto. A manera de sinopsis: Michael Scott, gerente regional de la sucursal de Scranton de Dunder Mifflin, presenta a sus empleados frente a las cámaras del equipo de documentalistas. Simultáneamente Scott es informado que la compañía ha decidido realizar un recorte de personal.

Del minuto 00:00-9.50, paralelo al desarrollo de la historia, se presenta al lector/espectador entrevistas de Scott, Dwight Schrute, Jim Halpert y Pam Beesly quienes comentan un poco las funciones de su trabajo y sus impresiones respecto a los posibles despidos. Así el extracto del capítulo “Pilot”, texto, y sus metatextos (□) pueden representarse gráficamente por el esquema 6:



Donde:

- Representa la historia
- Representa las entrevistas
- ⇔ Representa el sentido en el que se comenta

Cada metatexto cuenta con una flecha, esta señala el sentido hacia el cual se comenta, pudiendo ser anterior o posterior a la entrevista. Para su lectura, se le ha asignado un número a cada metatexto, este corresponde al siguiente cuadro.

Número y tiempo del metacomentario	Metacomentario (Entrevista)	Dirección (Qué es lo que comenta)
1 (02:46-03:05)	Michael Scott – Su oficina – A la cámara “La gente piensa que soy el mejor jefe del mundo”	La escena anterior a la entrevista.
2 (03:23-03:50)	Jim Halpert – Sala de juntas – A la cámara Jim describe en lo que consiste su trabajo como vendedor de papel, descripción que revela una aburrición por parte de este.	Comenta la escena anterior, cuando se observa en primer plano a Dwight realizando una venta por teléfono y Jim observándolo desde el fondo.
3 (04:48-05:00)	Michael Scott – Su oficina – A cámara “El corporativo no interfiere conmigo en absoluto.”	Comenta en ambas direcciones, puesto que brinda información adicional para presentar al trabajador del corporativo, Jan Levinson; y sirve como introducción para entender el comportamiento de

CAP IV
Análisis

		Scott frente a la noticia de reducción de personal.
4 (07:50-07:53)	Michael Scott – Su oficina – A cámara Explica que no comunicará a sus empleados la reducción de personal que planea hacer a la compañía.	Brinda información al lector/espectador frente a la reacción que toma Scott de la noticia que recibió en la escena anterior.
5 (08:32-08:52)	Pam Beesly – Sala de juntas – A la cámara “No creo que sea tan malo si me despiden. Ser recepcionista no es el sueño de muchas niñas pequeñas... A mi me gusta hacer ilustraciones”.	Como respuesta ante la actuación de su jefe en la escena anterior. Además de proporcionar información extra del personaje de Pam.
6 (09:39-09:50)	Dwight Schrute – Sala de juntas – A cámara “¿Recorte de personal?, No tengo ningún problema con eso. De hecho llevo recomendándolo desde mi primer día, incluso lo mencioné en mi entrevista de trabajo”.	Dwight comenta las escenas anteriores, donde puede observarse cómo se desarrolla la noticia del recorte de personal.

Finalmente puede identificarse que las entrevistas, como metatexto, comentan el texto al que pertenecen, brindando información extra, puntos de vista o simplemente como introducción a algo que está por suceder.

La relación de metatextualidad permite observar otro elemento al interior de la serie: la conferencia que los trabajadores realizaron en el Centro Cultural de Scranton. (Capítulo “Finale” episodio 23 de la novena temporada, 18:39-26:18) como metatexo.

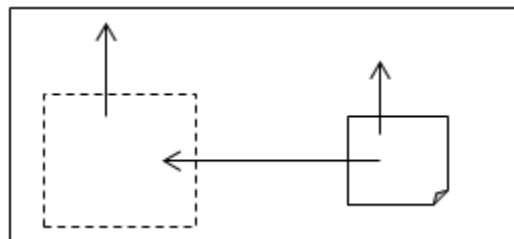
A manera de sinopsis: *The Office An American Workplace*, metadocumental donde se plasma la vida de los trabajadores de Dunder Mifflin, fue transmitido. Debido al éxito del mismo, el equipo de producción decide realizar una conferencia para que el público conozca y cuestione a los protagonistas del documental. A continuación se presenta la transcripción de las preguntas que realizaron personas del público y sus respectivas respuestas por parte de los trabajadores de la oficina.

Público 1	¿Qué se sintió ver sus vidas por televisión?
David	Es como ver un documental sobre cómo se hace tu comida. Es un poco asqueroso; aprendes mucho, pero no quieres saber nada de eso.
Dwight	Con la tecnología de vigilancia de hoy en día, estamos constantemente siendo observados, ya sea por tu propio gobierno o por el gobierno de otros países, ósea Google. Ustedes están siendo filmados mucho más de lo que nos filmaron a nosotros.

CAP IV
Análisis

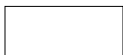
Público 2	Jim, ese DVD en el último episodio fue tan romántico. Y creo que a todos nos gustaría saber... ¿Pam qué cosa romántica hiciste para recompensar a Jim por irse de Athlead?
Pam	Bueno, es decir, ¿cómo recompensas a alguien por algo como eso? Pero no sé, estoy trabajando en algo.
Jim	Ella me recompensa cada día, sólo siendo mi esposa. Así que esta bien.
Público3	Pam ¿Qué decía la carta de la tetera?
Pam	Oh, um. Bueno yo...creo que quisiera mantener eso en privado. Sabes, cuando fuiste grabado por 9 años de tu vida hay algunas cosas que quisieras guardar para ti.
Público 3	Lo entiendo... ¿Qué decía?
Moderador	Vamos a continuar, próxima pregunta por favor.
Público 4	¿Sienten que su vida no tiene sentido ahora que no están siendo filmados?
Toby	Sí

El esquema 7 representa el capítulo "Finale" como texto a analizar, de manera gráfica.



Esquema 7

Donde:



Representa *The Office US*



Representa *The Office An American Workplace*



Representa la conferencia



Representa la relación entre los elementos

The Office US es la diégesis, es en este elemento donde se presenta, a partir de las tomas realizadas por el equipo de documentalistas, la vida de los trabajadores de Dunder

Mifflin al lector/espectador. Este último no forma parte del nivel intradieético, pero es observador del mismo. En *The Office US* se insertan *The Office An American Workplace* y la conferencia, dichos elementos serán descritos a continuación.

The Office An American Workplace, puede catalogarse como un metadocumental. Consideremos que una persona perteneciente al nivel intradieético, específicamente alguien que forma parte del equipo de documentalistas, ideó producir un documental de los trabajadores de Dunder Mifflin, uno que retratará su vida laboral y su vida personal. Por lo que envió a su equipo de camarógrafos y producción a grabar a los trabajadores. A partir de dichas imágenes generó un documental.

Ahora bien dicho metadocumental no fue presentado al lector/espectador; sin embargo, existieron indicios en la diégesis que permiten suponer que *The Office An American Workplace* utilizó las tomas realizadas por el equipo de documentalistas. Uno de estos indicios fue el promocional lanzado por Internet en el capítulo "Promos" (episodio número 18, perteneciente a la temporada 9, del minuto 3:29-4:13). Donde lo presentado, coincide con aquello que el lector/espectador presenció a lo largo de las 9 temporadas de la serie. Por lo tanto el metadocumental está relacionado con la diégesis.

Finalmente las preguntas realizadas por el público de *The Office An American Workplace* durante la conferencia llevada a cabo en el Centro Comunitario de Scranton, puede considerarse metatexto tanto del metadocumental como de la serie misma. Las preguntas, realizadas por el público, cuestionan momentos particulares que supuestamente se presentaron en el metadocumental, que a la par resultan familiares al lector/espectador, puesto que también se presentaron en *The Office*. Por lo tanto en el esquema se muestra que el metatexto tiene relación con ambos elementos, dado que este comenta a los dos.

4.2.2.4. Architextualidad

La architextualidad es la relación que se establece entre un texto y el género al que pertenece, esta relación puede explicarse a partir de características que comparte el texto y el género. En *The Office US* existen características estéticas tales como los encuadres, los zooms violentos, las tomas movidas, los paneos bruscos, la mirada impotente de la cámara, las miradas a la cámara y las entrevistas con los actores con vista al frente, que permiten relacionar a la serie con el género documental.

Así el encuadre, definido como la selección de la realidad que se quiere registrar; y los zooms violentos, utilizados para variar la distancia focal entre la cámara y los personajes, dan como resultado paneos bruscos y tomas movidas. Estas transmiten, al lector/espectador, un sentimiento de prontitud por grabar una acción no planeada; por lo tanto dichos elementos permiten establecer una relación de architextualidad entre la serie y cualquier tipo de modalidad del documental, ya sea de observación, expositiva, interactiva o reflexiva⁶⁶.

La architextualidad permite identificar a la mirada impotente de la cámara como un elemento crucial en *The Office US*. Las barreras físicas entre los personajes y el equipo de documentalistas son indicio de este tipo de mirada. La serie, a lo largo de nueve

⁶⁶ Para mayor información respecto a las modalidades del documental propuestas por Bill Nichols y utilizadas en este trabajo, es necesario remitirse al Capítulo I de este trabajo.

temporadas ha utilizado este recurso, presentando la acción a través de persianas, ventanas, puertas, autos y arbustos. Todo para dotar de realismo a aquello que se intenta registrar, y una vez más establecer una relación entre la serie misma y los documentales.

Finalmente las miradas a la cámara y las entrevistas, son recursos utilizados por los documentales interactivos, dichos elementos se presentan en la serie como una ruptura de la cuarta pared. La cuarta pared es una barrera imaginaria que separa a los personajes, lo ficticio, del lector/espectador.

Esta pared imaginaria se rompe cuando un personaje interactúa con el lector/espectador, esto ocurre en *The Office US* cada vez que Michael Scott dirige su mirada a la cámara luego de ser el autor de un mal chiste; o cuando Jim y Pam, miran a la cámara inmediatamente después de ser espectadores de una mala broma o de una acción absurda, generalmente realizada por su jefe o Dwight Schrute; las miradas a la cámara buscan aprobación por parte del lector/espectador.

Por otro lado, las entrevistas de los personajes frente al equipo de documentalistas, son un elemento que se dirige al lector/espectador, al destinar las miradas directamente a la cámara, las confesiones y emociones plasmadas en las entrevistas, apelan hacia la empatía del lector/espectador. Lo anterior repercute en rasgar el velo de la ilusión y así permitir el acercamiento del lector/espectador a la ficción.

Así puede en principio establecerse, a partir de elementos estéticos presentes en el texto *The Office US*, una relación de architextualidad entre este y los documentales. Si bien la serie funciona a partir de elementos formales que son reconocibles en las cuatro modalidades del documental, no llega a serlo. Recordemos que los creadores de la misma optaron por dicha estética en aras de ahorrarse tiempo y recursos económicos para la realización del piloto, pero la serie continúa siendo una ficción. De tal forma existe otra relación de architextualidad ahora hacia el subgénero de falso documental o *mockumentary*.

4.2.2.5. Hipertextualidad

El último tipo de relación transtextual es la hipertextualidad, esta se refiere a la creación de un texto B llamado hipertexto, a partir de la transformación de otro texto A, hipotexto. De tal forma que B no podría existir sin A.

Para efectos del trabajo puede considerarse a *The Office UK*, serie original británica que plantea la vida de los trabajadores de la compañía Wernham-Hogg, como hipotexto. Es a partir de ese texto original que se desprende la versión norteamericana y muchas más en diferentes países. Por lo tanto, *The Office US* funcionaría como hipertexto.

Considerando ambos elementos podemos señalar dicha relación de hipertextualidad se estableció a partir de una relación de imitación, debido a una petición de los creadores de la serie. Ricky Gervais y Stephen Merchant dieron su consentimiento a productores de la NBC para producir la versión americana de la oficina siempre y cuando la primera temporada fuera lo más parecida a la serie original británica.

Por lo tanto la primer temporada de ambas series constó de seis capítulos, desde el primer episodio pueden observarse similitudes generales en cuanto a la trama: David Brent y Michael Scott con un sentido del humor extraño e intentando agradar a todos;

Garreth Keenan y Dwight Schrute adulando al jefe y causando problemas al resto de sus compañeros de trabajo; Tim Canterbury y Jim Halpert buenos vendedores jugando bromas constantes al personaje de Garreth o Dwight, en ambas versiones están enamorados de la recepcionista: Dawn Timsely, en la versión británica, y en el americana, Pam Beesly.

Fue a partir de la segunda temporada que *The Office US* tomó un rumbo diferente a la versión británica, al dirigirse a un público norteamericano, los referentes culturales comenzaron a aparecer a partir de la mención de elementos como Lady Gaga, McGruber, La Casa Blanca, un presidente de color, Bon Jovi, etc.

Considerar a *The Office US* como un texto generado a partir de una imitación que finalmente terminó transformándose en uno original, parecería, a primera vista, una relación de hipertextualidad. Sin embargo, para que dicha relación se establezca, el hipertexto debe transformarse y presentarse en un soporte diferente del televisivo, es decir en una película, una escultura, una obra literaria, etc. No puede pues considerarse al objeto de estudio de este trabajo, como tampoco a ningún *remake* realizado en Francia, Israel, Canadá, Alemania o Brasil, como hipertexto.

Existe sin embargo la posibilidad de plantear una relación de hipertextualidad a partir de un elemento: las *webseries*. Estas son producciones de ficción hechas y pensadas para la red de internet con historias autoconclusivas, la interrogante es ¿pueden estas ser consideradas hipertextos?

“The Accountants”, “Kevin’s Loan”, “The Outburst”, “Blackmail”, “Subtle Sexuality”, “The Mentor”, “The Pupil”, “Reimbursements”, “Lunchtime” y “BFFs?”⁶⁷, forman parte de un proyecto que los productores de *The Office US* decidieron realizar para el sitio de internet de la NBC.

Su formato es unitario, con una duración que oscila entre los 10 y 14 minutos, utilizan intertítulos, siguen la propuesta estética de *The Office US* y en ellos participan los trabajadores de Dunder Mifflin. Estos trabajos narrativos fueron creados a partir de otro, en este caso *The Office US*, tomando como elemento principal la propia oficina y a los trabajadores.

A manera de sinopsis en la *webserie* titulada “Subtle Sexuality” Kelly Kapoor y Erin Hanon deciden crear un grupo de música pop-country lanzando dos sencillos: “The Girl Next Door” y “Male prima Donna”, de este último se desprende un video musical⁶⁸.

El video tiene una duración de 3:33 minutos y participan Erin, Kelly, Andy Bernard y Ryan Howard, todos ellos trabajadores de Dunder Mifflin, Scranton. El sitio donde se desarrolla el video son las instalaciones de Dunder Mifflin: la oficina, el elevador, el almacén y el estacionamiento.

Así los *spin-offs*, término anglosajón que hace referencia a un proyecto nacido como extensión de otro anterior, arriba mencionados pueden ser considerados hipertextos de

⁶⁷ s/a, Webseries The Office US [en línea] Estados Unidos, NBC, http://www.nbc.com/The_Office/webisodes/[consulta: 18 de septiembre de 2012].

⁶⁸ s/a, Video musical “Male prima Donna” de Subtle Sexuality [en línea] Vimeo, <http://vimeo.com/11018654>[consulta: 18 de septiembre de 2012].

The Office UK puesto que no podrían haber existido sin la serie original, además de tener un formato y soporte distinto del audiovisual televisivo: uno en internet y el otro musical.

4.2.3. Intertextualidad cinematográfica

Como se explicó en el Capítulo III, la intertextualidad es un término que surgió en la literatura, pero que bien ha podido aplicarse a otros ámbitos, en este caso el audiovisual. Sin embargo existen teóricos que, retomando los preceptos de Genette, han propuesto términos para el estudio de textos cinematográficos.

Stam, Burgoyne y Flitterman-Lewis formularon cuatro tipos de intertextualidad cinematográfica, con las que al nivel del discurso puede observarse la presencia de elementos que refieren a otros textos cinematográficos.⁶⁹

4.2.3.1. De las celebridades

Este tipo de intertextualidad se presenta de dos formas, la primera cuando se evoca un género o ambiente cultural a partir de la presencia de una personalidad famosa en el texto cinematográfico; y la segunda, cuando un personaje conocido se encarna sí mismo dentro del *film*.

En *The Office US* algunos personajes conservaron el nombre de pila del actor por el cual son interpretados; así el personaje de Angela Martin es interpretada por la actriz Angela Kinsey y el de Phyllis Lapin, por Phyllis Smith. Sin embargo la intertextualidad de las celebridades se presenta con el caso de Creed Bratton quien no sólo conservó nombre y apellido, sino que en la serie se interpreta a sí mismo: un ex músico quien formó parte de *The Grass Roots*, un grupo de rock estadounidense de los sesentas.

En el capítulo "Finale" (capítulo 23 de la novena temporada) se informa que un día después del estreno del documental *The Office An American Workplace*, Creed fingió su muerte en la empaquetadora del almacén de Dunder Mifflin. Cuando la policía llegó al lugar informaron a los trabajadores que Creed formó parte de una banda y durante ese tiempo vendió drogas, traficó con carne de especies en peligro de extinción y robó armas de los militares.

La intertextualidad de las celebridades permite identificar otro elemento intertextual, esta vez en "Valentine's Day" (episodio 16 de la segunda temporada, durante los minutos 5:40-5:59). La escena muestra a Michael Scott en el Rockefeller Center en Nueva York, Scott platica a los camarógrafos que en dicha ciudad las celebridades deambulan sin ser molestadas; así comienza a mirar hacia todos lados en busca de alguien famoso, cuando cree ver a Tina Fey (actriz y comedianta estadounidense) entre la multitud, pero es sólo una mujer al azar.

Michael no logra percatarse que detrás de él camina Conan O'Brien, un conocido productor y conductor de televisión, comedianta, escritor y actor de doblaje; el

⁶⁹ En el caso de la intertextualidad genética, que hace referencia a la presencia del hijo de un actor o actriz en el texto para evocar a su padre o madre, propuesta por Stam, Burgoyne y Flitterman-Lewis, no se contempla en el análisis puesto que no existe algún elemento del texto analizado que permita establecer dicha categoría.

lector/espectador, gracias al acercamiento mediante *zoom in* que realiza el camarógrafo, puede identificar a dicha personalidad.

4.2.3.2. Autocita

La intertextualidad autocita se presenta cuando el director de un film cita otro trabajo de su autoría, o bien cuando una película reflexiona sobre sí misma. “Search Committe” (episodio número 25 perteneciente a la séptima temporada) gira en torno a una serie de entrevistas que Jim Halpert, Toby Flenderson y Gabe Lewis llevan a cabo para encontrar a quien será el nuevo jefe de Dunder Mifflin Scranton. Entre los candidatos se encuentra Darryl Philbin, Andy Bernard, Kelly Kapoor, Nellie Bertram (Catherine Tate), Merv Bronte (Ray Romano), Robert California (James Spader), un personaje sin nombre interpretado por Jim Carrey y David Brent (Ricky Gervais).

Este último no se presenta a las oficinas de Dunder Mifflin para la entrevista, envía desde Inglaterra por correo un video en el que él mismo relata su currículum vitae.

David Brent

Nombre: David Brent

Ocupación: Inspirador

Estado civil: No es de su incumbencia... Joven, libre y soltero, sin embargo. Gracias por preguntar.

Hola. Están buscando un nuevo jefe ¿verdad? Alguien que diga a un montón de descontentos, desanimados zánganos qué hacer cada día ¿Es eso? ¿Dirigir a la antigua usanza? ¿Quieren que los despida? ¿Ellos no ven las cosas a su manera? Entonces no soy ese hombre. Adiós, cariño, adiós. Busquen otro ejecutivo trajeado que imponga leyes.

¿Qué? ¿Cambiaron de idea? ¿Ahora están buscando un líder de hombres? Ipso facto... también de mujeres. ¿Cuándo empiezo?

Con la salida de Steve Carrel de la serie, los críticos y reporteros de televisión especularon sobre cuánto tiempo más se mantendría *The Office US* al aire, considerando que las siete primeras temporadas estuvieron basadas en el personaje interpretado por Carrel, Michael Scott, el futuro de la serie era incierto.

“Search Committe” (episodio 25 y 26 de la séptima temporada) plantea posibilidades reales acerca de quién podría interpretar al próximo manager de Dunder Mifflin Scranton. Los productores de la versión americana esbozaron en este episodio una serie de posibles suplentes, entre ellos el creador Ricky Gervais. Inmediatamente después de televisarse, la NBC publicó, en su sitio web oficial, una dinámica⁷⁰ para hacer partícipes a la audiencia de decisiones respecto a *The Office US*.

⁷⁰ s/a, Dinámica realizada por la NBC “Who should be manager?”[en línea] Estados Unidos, NBC, <http://www.nbc.com/the-office/exclusives/who-should-be-manager/t-shirts/> [consulta: 29 de septiembre de 2012].

Esta consistió en invitar a los espectadores a votar por Andy, Dwight o Darryl como candidatos al puesto de jefe. Presentando imágenes de los tres personajes arriba señalados, así como el Currículum Vitae de cada uno, los espectadores debían votar por su favorito para ocupar el puesto de *manager*. Así, además de reflexionar sobre sí misma y sobre el posible rumbo que tomaría *The Office US* a partir de la octava temporada, la intertextualidad autocita se extiende hacia otro canal de comunicación, la red de Internet para relacionar al lector/espectador activamente en el texto.

4.2.3.3. Falsa

La estética de *The Office US* apunta hacia un texto que intenta hacerse pasar como un documental real, a partir de elementos formales (los encuadres, los tiros de cámara, la no intervención del realizador), actitudes de los personajes (miradas a la cámara, intentar pasar desapercibidos, quitarse o apagar el micrófono, el vestuario), espacios donde se desarrolla la acción, los promocionales del documental y la conferencia que brindan los trabajadores de la sucursal de Scranton en el Centro Cultural de dicha ciudad.

Estos pueden identificarse como elementos que aluden a una falsa intertextualidad, puesto que logran que aquello presente en la diégesis: un equipo de documentalistas cuyo trabajo es filmar el día a día de los trabajadores al interior de una oficina papelera, obligue al lector/espectador a cuestionarse si eso de lo que esta siendo observador es o no real.

Sin embargo existe otro elemento localizado en la página web⁷¹ de Dunder Mifflin que fortalecen dicha intertextualidad, el sitio web contiene una descripción que toda empresa ofrece a sus posibles clientes: ¿Quiénes somos?, Productos, Iniciativa verde y Bolsa de Trabajo.

En el apartado de *DM About US*, se provee una descripción de la empresa: “Dunder Mifflin busca la excelencia en lo que respecta a la distribución de papel. Nuestro objetivo: satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes. Dunder Mifflin ofrece los productos adecuados con el precio justo. Como propietario de un negocio, usted no se decepcionará al elegir Dunder Mifflin. ¡Lo prometemos! “

Bajo el apartado *Think Green* la compañía se compromete a plantar un árbol por cada tonelada de papel enviado, su lema “Tan verde como tenemos que ser”. “Dunder Mifflin se compromete a mejorar el medio ambiente. Lo vemos como una inversión a futuro, porque sin árboles, no tendríamos papel y sin papel, no tendríamos negocio.”

Finalmente *Join Our Team* invita a aquellos que quieran formar parte de Dunder Mifflin a llenar un formulario. “En Dunder Mifflin, descubrimos muy pronto que el secreto de nuestro éxito son nuestros empleados. Hacemos de esto un punto para atraer a profesionales cualificados que estén dispuestos a dedicar el tiempo y esfuerzo en hacer de Dunder Mifflin una de las compañías de distribución de papel más exitosas.”

⁷¹ s/a, Sitio web de Dunder Mifflin [en línea] Estados Unidos <http://www.dundermifflin.com/> [consulta: 29 de septiembre de 2012].

Líneas de tiempo de la compañía, sucursales con puestos vacantes, comunicados de prensa, campañas ambientales, etc. son algunos de los elementos que refuerzan la falsa intertextualidad a la que alude *The Office US*.

4.2.4. Ocularización

El punto de vista en un texto audiovisual tiene como parte fundamental un punto de vista óptico, a diferencia de lo que ocurre en literatura, donde el punto de vista suele ser metafórico, orientado a explicar la perspectiva desde la cual se narra un suceso.

Tal exigencia orilló a que André Gaudreault y François Jost plantearan una división entre la focalización y lo que ellos llamaron ocularización. Este término representa la relación entre lo que la cámara “muestra” y lo que el personaje supuestamente “ve”, todo a partir del trabajo que se hace con los emplazamientos de dicho dispositivo.

Así existen dos tipos de ocularización en cine que pueden aplicarse al análisis de cualquier texto audiovisual: la ocularización cero y la ocularización interna, que a su vez es dividida en interna primaria e interna secundaria; dichas categorías permitirán identificar elementos al interior de *The Office US*, así como su función dentro de la serie.

4.2.4.1. Ocularización Cero

Cuando la imagen se atribuye a una instancia externa al mundo representado, una que es capaz de ver todo lo que ocurre en la diégesis, pero no forma parte de ella, nos referimos a una ocularización cero. Este gran imaginador puede representarse por la cámara, una que intenta pasar desapercibida y que sólo se dedica a grabar y mostrar al lector/espectador aquello que ocurre en la diégesis, sin intervenir.

Es importante recordar que la serie se graba a manera de documental, de tal forma que gran parte de las imágenes que se presentan al lector/espectador son generadas por el equipo de documentalistas, personajes que sí intervienen y se hacen presentes en la historia. Analizar escenas que provean información atribuible a una instancia externa a la diégesis, resulta una labor compleja, por la naturaleza misma de la serie.

Aunque escasas, existen tomas que no pueden asociarse con algún personaje; en el capítulo “Woman’s appreciation” (episodio 22 de la primera temporada, del minuto 13:19-13:35) la cámara enfoca desde la parte delantera de una camioneta, con un *medium shot*, a Pam, Meredith, Kelly, Michael, Phyllis, Angela y Karen.

A manera de descripción de la escena, Michael Scott ha decidido que todas las mujeres de la oficina y él deben ir al centro comercial para charlar acerca de la falta de respeto que existe hacia las mujeres. Las tomas al interior del vehículo corresponden a un *nobody’s shot* puesto que no existe relación entre lo que la cámara muestra y lo que algún personaje pudiera ver.



Imagen 6

Esta toma fue realizada a partir de una cámara fija que se colocó en el parabrisas de la camioneta de Meredith; aun cuando haya sido el equipo de documentalistas quienes colocaron en ese lugar la cámara, no puede ser atribuida directamente a un personaje, de tal forma que esta puede ser considerada una ocularización cero.

4.2.4.2. Ocularización Interna

Mientras la cero está fuera del mundo de la diégesis, en la ocularización interna la imagen está anclada a la mirada de una instancia diegética. Este tipo de ocularización se divide en primaria y secundaria. La primaria tiene la función de que el lector/espectador piense que aquello que se muestra en pantalla, sea identificado como visto por los ojos de un personaje interno a la diégesis.

Consideremos el capítulo número 3 de la primera temporada, “Health Care”, a manera de sinopsis: Jan Levinson pide a Michael Scott que escoja un nuevo plan de asistencia médica para sus trabajadores, dicho plan debe ahorrarle dinero a la compañía. Scott delega la responsabilidad a Dwight Schrute y este organiza una serie de cuestionarios que todos los trabajadores deben contestar para descubrir qué enfermedades deberá cubrir el seguro.

Es durante los minutos 13:31-14:03 que la cámara muestra lo que ocurre al interior de la sala de juntas, donde Dwight reprende Jim Halpert por haber inventado enfermedades. Dicha escena está conformada por dos tiros de cámara, uno que toma a Dwight y el otro que toma el rostro de Jim, en ambos planos la cámara ocupa el ojo de una instancia interna a la diégesis, el equipo de documentalistas. Ese tipo de tomas, llamados también planos subjetivos, funcionan como ocularización interna primaria.

En el segundo tipo de ocularización interna, la secundaria, son los elementos técnicos como los *raccords* (plano-contraplano) en conversaciones o algún tipo de contextualización verbal, los que hacen que el lector/espectador conecte o asocie una imagen con la mirada de un personaje.

CAP IV Análisis



Imagen 7

“Health Care” muestra durante los minutos 1:36-2:45 un plano-contraplano durante la escena de Michael y Jan. En dicha escena los personajes conversan en la oficina de Scott; los tiros de cámara se cruzan enfocando el rostro de cada uno de los personajes inmersos, para captar su reacción y así, en la edición, generar el plano-contraplano mostrado en la Imagen 7.

La escena plantea lo siguiente: Jan visita a Michael Scott para saber qué decisión tomó este respecto al plan de asistencia médica. Michael quiere el plan dorado, pero Jan insiste en que debe elegir uno más barato, dado que el punto es ahorrarle dinero a la compañía. Durante la discusión existe el plano-contraplano, ya enfocando el rostro de Scott cada vez que este toma la palabra o tiene una reacción que demuestra desprecio o tristeza, ya enfocando el de Jan, desaprobando las decisiones que el gerente de la sucursal de Scranton quiere tomar.

Si bien existe una instancia externa a la diégesis, que crea con la edición *raccords* para que se respeten algunas reglas sintácticas de la historia y esta tenga sentido para el espectador, la imagen exhibida continúa representando aquello que los personajes ven. El corte directo de un personaje a otro permite al lector/espectador ocupar el lugar de cada uno de ellos y así visualizar las reacciones de ambos personajes.

4.2.5. Focalización cinematográfica

A diferencia de la ocularización, la focalización cinematográfica corresponde al campo del saber y no del ver. Así la cantidad de conocimiento se mide en la relación del conocimiento del personaje y del lector/espectador, y ya no del personaje y del narrador como en la focalización de Genette.

En este apartado recurrimos a tres tipos de focalización cinematográfica: espectral, interna y externa, propuestas por André Gaudreault y François Jost, las cuales permitirán identificar elementos al interior de la serie para así analizar su función.

4.2.5.1. Espectatorial

Cuando el saber del lector/espectador supera al del personaje, creando así el famoso *suspense*, se produce la focalización espectatorial. Las escenas, planos y profundidad de campo permiten, al lector/espectador, reparar en acciones importantes que otros personajes ignoran.

En el episodio “The Target” (capítulo 8, temporada 9) Angela Martin descubre que su esposo, el Senador, le ha sido infiel con Óscar Martínez. Para tomar venganza acude a Dwight Schrute quien la contacta con un amigo, Trevor, que podrá encargarse del problema. La solución: romperle una rodilla a Óscar.

Las tomas de las que el lector/espectador fue partícipe mientras Angela, Dwight y el “detective” Trevor planificaban la venganza al interior de una camioneta, brindan ventaja cognitiva al lector/espectador frente a aquellos personajes no partícipes en la venganza.



Imagen 8

Del minuto 13:46-14:08 Trevor (personaje de chaleco azul marino y lentes) entra a la oficina de Dunder Mifflin preguntando por Óscar. Kevin Malone (personaje de traje café) es el único trabajador presente que, al ver que el mensajero tiene en sus manos una baguette, decide hacerse pasar por, quien desconoce, ser el blanco de una venganza.

Así los diálogos, la información que se intercambiaba al interior de la camioneta y que Kevin haya hecho pasar por Óscar son elementos que generan *suspense* en el lector/espectador. Dado que este último puede anticiparse a lo que pasará, Kevin podría recibir un golpe que le valdría una rodilla rota. Con el transcurrir de la acción, observamos que Angela llega a tiempo para impedir que el detective lleve a cabo su misión.

4.2.5.2. Interna

La focalización cinematográfica interna se presenta cuando el lector/espectador sabe lo mismo que el personaje, existe una limitación de saber para ambos. La voz en *off*, cámara subjetiva, sobreimpresiones, fundidos encadenados que dan paso a imágenes de

evocación o a imágenes oníricas son elementos que apuntan a una focalización cinematográfica interna.

En “Gay witch hunt”, capítulo 1 de la tercera temporada, Jim decide pedir su traslado a la sucursal de Stamford; su puesto y lugar en Scranton son ocupados por Ryan Howard, quien fuera el becario. Del minuto 00:34-1:23 observamos a Pam desde su escritorio en la recepción voltear con aire de añoranza hacia el antiguo lugar de Jim.

Con fundido encadenado se presenta el momento en que Jim y Pam se besan en la oficina, luego de que este le confesara su amor. El recuerdo de Pam, que se presenta a manera de flashback, permite al lector/espectador descubrir que ella le comunicó a Jim que sí continuaría con sus planes de boda con Roy, el trabajador del almacén. Este tipo de focalización permite tanto al lector/espectador, como al personaje de Jim sorprenderse por la decisión de Pam.

4.2.5.3. Externa

Cuando el espectador sabe menos que el personaje focal, cuando existe una falta de conocimiento sobre las acciones que ejecuta o sobre el personaje mismo, es decir cuando se desconoce incluso la apariencia o identidad del personaje se presenta una focalización cinematográfica externa.

En *The Office US* este tipo de focalización corresponde con la falta de conocimiento por parte del lector/espectador hacia la identidad del equipo de documentalistas. Aunado a lo anterior, el desconocimiento de la razón de crear un documental de los trabajadores de Dunder Mifflin han producido un enigma en la audiencia que en la última temporada se revela.



Imagen 9

La revelación comienza con el capítulo “Vandalism”, número 14 de la última temporada, donde una persona del equipo de documentalistas interviene en favor de Pam, esto ocasiona el despido de quien luego es presentado como Brian, sonidista.

La pelea entre Brian y el trabajador del almacén puede apreciarse gracias a otra cámara que graba desde un extremo del estacionamiento, lo que permite al lector/espectador conocer la apariencia física de algunos personajes que han seguido a los trabajadores de Dunder Mifflin por nueve años.

Si bien se reveló la identidad del equipo de documentalistas, y se presentó extractos del producto final (*The Office An American Workplace*), jamás se reveló al lector/espectador por qué alguien realizaría un documental de los trabajadores de una compañía de papel.

4.2.6. Identificación

Todo hecho narrativo supone una identificación primordial entre este y su lector, independientemente de la forma y la materia que adopte, la estructura narrativa es esencial para elaborar la propia experiencia. En textos audiovisuales existe la identificación no sólo con la historia, sino con instancias diegéticas.

La cámara es la que recoge todo lo que ocurre en la diégesis, es a través de su mirada que el lector/espectador accede al mundo narrado. Los planos, encuadres, movimientos de cámara y ángulos son posibilidades técnicas que tiene el dispositivo para tratar la imagen y así poder influir en el espectador.

Estas herramientas guían la mirada del lector/espectador a lo largo del filme logrando que este se identifique con la cámara, identificación primaria, o con los personajes, identificación secundaria.

4.2.6.1. Primaria

El lector/espectador tiene acceso a la historia que se presenta en pantalla a partir de lo que la cámara ha filmado con anterioridad, cuando este logra fusionar su mirada con la del dispositivo, se lleva a cabo una identificación primaria.

“Classy Christmas” (capítulo número 11 y 12 de la séptima temporada) plantea cinco historias que giran en torno a la fiesta de Navidad que se prepara en Dunder Mifflin Scranton: Michael Scott emocionado por el regreso de su ex novia Holly Flax, la lucha de nieve entre Jim Halpert y Dwight Schrute, el enojo de Darryl Philbin porque su hija Jada prefiere pasar Navidad con su madre y no con él, el regalo que Pam Beesly preparó para su esposo Jim; y la presentación del novio formal de Angela, el Senador Estatal Robert Lipton, a sus compañeros de trabajo.

La cámara muestra mayor interés por exponer detalles de las dos historias centrales, la de Michael y Jim vs Dwight, al exponer la forma en que es Michael quien enfadado tira a Woody a la basura y derrama café sobre él, como una reacción de celos ante el nuevo novio de Holly.

O después de traumatizar durante todo el día a Jim, Dwight disfruta el temor que ha sembrado en su adversario observándolo desde lo alto del edificio. Sin embargo, la cámara también presenta detalles al lector/espectador de las historias secundarias como cuando Óscar se percata de que el Senador es homosexual.

Al situarse el lector/espectador en el lugar de la cámara, la fusión surge casi inadvertida, de un momento a otro el lector/espectador se encuentra inmerso en la diégesis, viviendo los acontecimientos como si estuviera presente en la tan planeada fiesta de Navidad.

4.2.6.2. Secundaria

A través de la identificación primaria se construye otro tipo de identificación, secundaria, la del espectador con los personajes. Considerando que el relato audiovisual cuenta con la movilidad como característica fundamental, cambiando constantemente de punto de vista, focalización o encuadre, la identificación del lector/espectador circulará de un personaje a otro a lo largo de un *film*.

Continuando con el texto “Classy Christmas”, en este se presenta una mirada reiterada hacia los personajes de las dos historias principales: Michael Scott y Jim vs Dwight, lo anterior aunado a ciertos movimientos de cámara marcan líneas de interés para el lector/espectador logrando que estos compartan con los personajes sentimientos de angustia, miedo, amor o pena.

En la escena que se presenta de los minutos 15:32-16:15 Jim se encuentra en el estacionamiento esperando a Dwight para llevar a cabo la guerra de nieve. Al ver que su contrincante no aparece, Jim se dirige a la puerta de acceso del edificio, la cámara muestra que la puerta está cerrada con cadenas.



Imagen 10

La identificación primaria se transforma en secundaria a partir de la toma de la puerta. Con un brusco paneo a la izquierda el lector/espectador puede ver en primer plano a Jim (Ver imagen 10), sorprendido, y al fondo a Dwight saliendo de un muñeco de nieve. Esa mirada de cámara permite al lector/espectador sentir angustia por el personaje de Jim quien será atacado bruscamente. Los movimientos de cámara: paneos y *zoom in*, permiten al lector/espectador identificarse con Jim Halpert y compartir su sentimiento, que para el final de la velada es terror en toda la extensión de la palabra.

4.2.7. Modalidades del documental

Las modalidades de representación son formas básicas de organizar textos en relación con ciertos rasgos o convenciones recurrentes en documentales. Bill Nichols propuso cuatro modalidades: expositiva, de observación, interactiva y reflexiva.

Si bien *The Office US* está planteada a manera de documental, existen rasgos de cada modalidad al interior de la serie, estos permiten identificar elementos de los que se logra concluir que la modalidad interactiva es la predominante en el texto.

4.2.7.1. Observación

La no intervención del realizador es el punto nodal de esta modalidad. A lo largo de las nueve temporadas *The Office US* trabajó bajo esta modalidad, las cámaras aunque siempre al margen, registraban la acción de todos los personajes, permitiendo al lector/espectador escuchar los diálogos aun cuando existan barreras entre el dispositivo y los hechos.

En “Goodbye Michael” (capítulo 22 de la séptima temporada) se presenta la siguiente situación: Michael Scott se prepara para irse a Colorado donde vivirá con Holly Flax, su prometida. Scott se despide de todos sus compañeros de trabajo excepto de Pam Halpert.

La mirada de la cámara presenta la secuencia de Michael dirigiéndose al aeropuerto a bordo de un taxi, colocando sus pertenencias en la canastilla para pasar por un arco de seguridad, para después retirarse el micrófono *lavalier* que ha llevado por tantos años al ser grabado por el equipo de documentalistas: “Me voy a sentir tan bien... quitándome esta cosa del pecho. Eso dijo ella” Esa última frase se escucha con un audio de baja calidad dado que ya no fue captado por el micrófono, sino con sonido ambiente.



Imagen 11

El equipo de documentalistas se subordina a registrar con el dispositivo aquello que sucede en la sala de abordar desde una barrera. En el minuto 33:35 Pam corre tras de Michael para despedirse; los personajes se abrazan, intercambian palabras que el

lector/espectador no puede escuchar puesto que el micrófono de la cámara no logra captar dicho diálogo (Ver imagen 11).

Lo anterior obliga al lector/espectador y al equipo de documentalistas a posicionarse nuevamente en la modalidad de observación, lejos de la acción y al margen de la misma.

4.2.7.2. Expositiva

The Office US tiene como escenario principal una oficina distribuidora de papel, la dinámica entre los trabajadores, conflictos laborales, poco o nulo crecimiento profesional, relaciones entre líder y subordinados, y cualquier situación que pudiera desprenderse de dicho espacio, comulga con rasgos de la modalidad expositiva de un documental.

Esta modalidad se dirige completamente al lector/espectador, siendo el texto audiovisual, un vehículo del autor para dar a conocer realidades de la clase trabajadora; caracterizado por un espacio laboral ordinario (paredes blancas, escritorios ordenados, gente frente a una computadora) donde las personas pasan la mayor parte de su vida, destinando a su jornada labora de 8 a 10 horas al día.

Ricky Gervais y Stephen Merchant buscaban retratar el día a día de empleados de una compañía sin importancia, para lograrlo el espacio físico (oficina) debía tener un aire depresivo, ordinario y aburrido, características que logran encontrarse ya sea en una compañía de corbatas, seguros o una oficina de gobierno.

Otro aspecto importante son los personajes quienes interpretan a trabajadores cuyos conflictos personales y familiares suelen manifestarse en el lugar donde transcurren la mayor parte de su tiempo, la oficina; es ahí donde los conflictos familiares encuentran un espacio para expresarse y quizá hallar solución, y donde surgen nuevos conflictos esta vez con compañeros de trabajo.

Así la interpretación de los personajes y la propia ambientación de *The Office US* esta planteada para que el lector/espectador puede trasladar lo que ocurre en la diégesis a su propia vida y así identificarse con la dinámica de Dunder Mifflin.

4.2.7.3. Interactiva

En esta modalidad el realizador, quien generalmente se encuentra detrás de cámara, interactúa con los actores sociales abiertamente, no limitándose exclusivamente a ser observador de la acción, sino también generándola.

En el episodio número 9 de la segunda temporada titulado "Email Surveillance", Pam Beesly observa ciertas actitudes en Angela Martin y Dwight Schrute que la llevan a sospechar que existe una relación amorosa entre dichos personajes. Es en el minuto 6:23-6:51 que los personajes femeninos platican en el salón de descanso cuando Angela compra dos barras de caramelo *Baby Ruth*.

Durante el minuto 8:23-8:42 Pam se encuentra trabajando en su lugar cuando la cámara se acerca a ella, el *cameraman* baja hasta colocarse en el nivel del escritorio, la cámara se mueve de derecha a izquierda, y de arriba abajo hasta que finalmente logra captar la atención de Pam. Con un paneo brusco hacia la izquierda y con *zoom in*, la cámara enfoca a Dwight comiendo un *Baby Ruth*, nuevamente realiza un paneo a la derecha

ahora para enfocar a Pam. Esta agradece la ayuda del camarógrafo para corroborar sus sospechas.

Otro tipo de interacción se presenta durante las entrevistas en la última temporada, en estas ya no se edita la voz del *cameraman*, por el contrario esta permanece y se dirige a los personajes. En “A.A.R.M.”, capítulo 22 minuto 19:40, Jim Halpert se encuentra en la sala de juntas, a continuación se presenta la transcripción del diálogo de Jim y de una persona del equipo de documentalistas.

Jim	¿Que no eres suficiente? No sé de qué otra forma explicárselo... ¿Sabes qué? Va contra las reglas, pero voy a necesitar un favor de ustedes.
Cameraman	Ok. Lo tienes amigo.

4.2.7.4. Reflexiva

La ironía, sátira y parodia son recursos de los que hecha mano la modalidad reflexiva para recapacitar entorno a una situación particular actual o al mismo documental. *The Office US* reflexiona sobre la propia realidad de grabar un documental, pero sobre todo de la realidad al interior de una oficina.

Sin embargo David Rogers, director, y Brent Forrester, guionista del episodio “A.A.R.M.” (Capítulo número 22 de la novena temporada) plantean una situación particular a manera de parodia: la forma en que la sociedad norteamericana participa en un *reality show*. Este capítulo tiene la intención de que el espectador tome conciencia de dicho formato de concursos, al imitar los recursos que estos utilizan.

En el episodio se recrean las audiciones de un programa de canto titulado “America’s next a capella sensation!”, el formato es el siguiente: la gente a audicionar espera formada por horas, el conductor del programa graba cápsulas y entrevista a los participantes, tres jueces observan la presentación de cada participante para luego exponer sus opiniones y decidir si formara parte o no del show. Esta es una fórmula que Estados Unidos ha explotado en programas de realidad como *American Idol*, *The Voice*, *America’s Got Talent*, *America’s Next Top Model*, etc.

4.2.8. Tipos de miradas

En todo texto audiovisual el realizador sitúa el interés hacia situaciones específicas o personajes, por considerarlos de mayor importancia a la trama presentada. Estas guías hacia el lector/espectador, para conseguir así la identificación primaria o secundaria, son logradas a partir de la relación entre la cámara y el sujeto de acción o protagonista.

Así Bill Nichols propone seis tipos de miradas de cámara: la accidental, impotente, en peligro, de intervención, compasiva y clínica, estas categorías antropomórficas variarán de acuerdo con el grado con el que el *cameraman* se comprometa hacia el hecho que será registrado.

4.2.8.1. Accidental

Este tipo de mirada se caracteriza por imágenes borrosas, tomas movidas, no encuadradas, *zooms* violentos, lo que resulta en una calidad pobre de la imagen.

The Office US parte de la idea de registrar, a manera de documental, las actividades diarias de los trabajadores de una compañía de papel. Puesto que el equipo de documentalistas no tiene control sobre las acciones de los personajes, las tomas son ejecutadas en el momento preciso en que la acción se desarrolla.

Por lo tanto si un hecho esta ocurriendo en primer plano, y algo en el fondo capta la atención del realizador, este dará la instrucción al *cameraman* de grabar aquello significativo, dando como resultado imágenes fuera de foco, *zooms* violentos, paneos bruscos, etc. Todos ellos elementos característicos del objeto de estudio y clasificables bajo la mirada accidental.

4.2.8.2. Impotente

La mirada impotente se presenta cuando el camarógrafo pretende registrar un hecho, pero existen barreras entre el dispositivo y el hecho mismo. Las ventanas, arbustos, muros, automóviles e incluso personas son considerados obstáculos.

Puede entonces identificarse que el *cameraman* en la oficina de Dunder Mifflin batalla constantemente para registrar la diégesis, ya sea con las persianas y ventanas de la sala de juntas o de la oficina de Michael Scott, vehículos, arbustos e inclusive los sanitarios. Tomemos como texto a analizar el clip introductorio u *opening* de *The Office US*, en este la cámara graba a Scott en su oficina colocando sobre su escritorio su premio Dundie al mejor jefe (Ver imagen 12).

Esta figura es luego sustituida por un nativo americana cuando Deangelo se convierte en el jefe; por un guerrero samurai cuando Dwight es jefe interino; por un luchador de sumo cuando Creed funge como manager; y por un muñeco calvo con gabardina negra cuando Andy finalmente logra posicionarse a la cabeza de Dunder Mifflin Scranton.



Imagen 12

Si bien la escena ha cambiado de personaje y figurín, no así el tipo de mirada, la acción de colocar el muñeco en el escritorio es siempre vista por una mirada impotente que encuentra como obstáculos una ventana y persianas.

4.2.8.3. En peligro

Cuando el metraje muestra al realizador o al *cameraman* corriendo un riesgo personal se presenta una mirada en peligro. En el capítulo “Survivor Man”, número siete de la cuarta temporada, Ryan Howard prescinde de Michael Scott para la excursión que lleva a cabo la compañía, esto ocasiona que Michael organice su propia versión de acampar en la naturaleza.

Scott decide pasar un día en el bosque llevando un cuchillo y una cámara de video portátil para demostrar a sus compañeros y a él mismo que puede sobrevivir en un ambiente salvaje. Dwight Schrute lo conduce hasta una zona boscosa local y, dado que no confía en que Michael pueda sobrevivir solo, decide quedarse cerca y vigilarlo, junto con el equipo de documentalistas.

Del minuto 17:48-18:16 se presenta al lector/espectador una escena filmada por la cámara de Michael donde este encuentra unos hongos, los corta y se los lleva a la boca. Por otra parte el equipo de documentalistas graba a Dwight en primer plano y a Michael, en segundo; el primero se percata de la ingesta de hongos venenosos por parte de su jefe, corre hacia él y lo taclea.

La edición presenta tomas intercaladas hechas a partir de la cámara de video portátil y la del equipo de documentalistas, la primera registra el sonido del golpe que recibe Michael, lo que ocasiona que los personajes y la cámara caigan al suelo. Mientras que el dispositivo del equipo de documentalistas presenta escenas no encuadradas, acercándose hacia la acción en movimiento y sin soporte. Ambos registros corresponden a una mirada en peligro.

4.2.8.4. Intervención

La mirada de intervención ocurre cuando el realizador se hace presente en la toma generalmente en defensa de un actor social que está en peligro. En el capítulo titulado “Vandalism” (episodio 14 de la temporada 9) un personaje desconocido arruina el mural de Pam Halpert, ese que ha querido terminar por años, sin conseguirlo.

En el minuto 18:58 Pam se encuentra en el estacionamiento de Dunder Mifflin en entrevista con el equipo de documentalistas cuando aparece un trabajador del almacén, Frank, ambos personajes comienzan a discutir y conforme escala el enojo del trabajador este se lanza hacia Pam, aparentemente para golpearla.



Imagen 13

Antes de que este llegue a ella, una persona del equipo de documentalistas, el sonidista, rompiendo el protocolo sale a la defensa de Pam golpeando a Frank con un micrófono tipo *shotgu* o ambiental (Ver imagen 13). La intervención se da por parte de un *crew member* en resguardo de un personaje de la diégesis. Entrometerse a favor de alguien de la diégesis o del mundo representado, como lo llama Nichols, es un elemento que puede clasificarse bajo la mirada de intervención.

4.2.8.5. Compasiva

Existen elementos como los movimientos y acercamientos de cámara o la inclusión de un diálogo o elemento perteneciente al realizador que servirán para recordarle al actor social y al lector/espectador que existe un agente humano detrás de la cámara.

Así puede reconocerse la mirada compasiva en el texto analizado anteriormente, el episodio "Vandalism" marcó un hito en cuanto a intervención por parte del realizador. En el minuto 4:33 de dicho capítulo Pam Halpert expone su frustración resultado del vandálico acto que sufrió su mural, a continuación se presenta la transcripción del diálogo.

Pam No pido justicia muy seguido. No soy como Angela que llama a un abogado cada vez que alguien está mirando en Youtube un video de animales haciéndolo, pero alguien debería ser despedido por esto ¿verdad?

Val no ayuda, Andy se fue, Jim no está... Siento que estoy sola en esto

EL MICRÓFONO BAJA PARA TOCAR LA CABEZA DE PAM

Quiero decir, no completamente sola, solo en cuanto a la gente que realmente puede hacer algo.

Gracias Brian.

La intervención de tocar gentilmente con la esponja del micrófono a Pam es un indicio de que alguien del equipo, Brian, ha dejado de lado el proceso mecánico de grabación para brindar apoyo moral al personaje de Pam y así ayudarla a superar la situación en la que se encuentra.

4.2.8.6. Clínica

Contrario a la mirada compasiva y de intervención, la clínica se centra en la no intrusión por parte del realizador o de algún *crew member* al mundo de la diégesis. La cámara debe registrar los hechos objetiva y profesionalmente, intentando pasar desapercibida, colocándose como una instancia observadora.

En “Classy Christmas”, capítulo número 11 y 12 de la séptima temporada, cuando Jim yace en el suelo y Dwight continúa atacándolo con bolas de nieve sin compasión, la cámara filma sin detenerse ni intervenir en la acción, el equipo de documentalistas en general decide pasar desapercibidos y no brindan ayuda a los personajes.

Está nula intervención es considerada una mirada clínica puesto que, apesar de que Jim se encuentra indefenso y sangrando, el equipo de documentalistas no actúa en su favor.

Puede así concluirse que *The Office US* cuenta con infinidad de recursos que son retomados de un género audiovisual, el documental; así mismo plantea puentes narrativos entre otras disciplinas, la literatura y la televisión, extendiéndose a otros canales de comunicación y participación para el lector/espectador, la Internet.

4.2.9. Sintaxis semiótica

A continuación se presenta un cuadro en el que se enlistan los elementos y su función al interior de la serie.

Elemento	Categoría de análisis	Función
Entrevistas	Focalización cero	Brindan información al agente focalizador/narrador y al lector espectador posicionándolos en un lugar donde no existen restricciones de saber de ningún tipo.
	Focalización interna	Funcionan como ejes de perspectiva, cambiando así el foco de la historia de un personaje a otro.
Creadores de la serie (<i>The Office UK</i> - Ricky Gervais/Stephen Merchant; <i>The Office US</i> – Greg Daniels)	Nivel narrativo extradiegético	Instancia que genera el primer relato, se posicionan fuera de la diégesis.
Scranton Pensilvania, Dunder Mifflin	Nivel narrativo extradiegético	Diégesis, lugar donde se desarrollan los hechos.
Greg Daniels	Nivel narrativo extradiegético	Instancia narrativa
Lector/espectador	Nivel narrativo extradiegético	Instancia a la que se dirige el relato

CAP IV
Análisis

Elemento	Categoría de análisis	Función
Tipos de plano, angulaciones, movimientos de cámara y la edición.	Nivel narrativo extradiegético	Elementos de los que echa mano la instancia narrativa extradiegética para brindar realismo, ofrecer información como antecedente o dirigir la mirada del lector/espectador hacia información relevante.
Tucker Gates, director y B.J. Novak, guionista del capítulo "Threat Level Midnight" (17 x 7)	Nivel metadiegético	Instancia narrativa extradiegética
Capítulo "Threat Level Midnight" (17 x 7)	Nivel metadiegético	Diégesis
Lector/espectador	Nivel metadiegético	Instancia a la que se dirige el relato
Michael Scott	Nivel metadiegético	Narrador Intradiegético. Escribe, dirige, produce y protagoniza "Threat Level Midnight"
Diégesis Intradiegética	Nivel metadiegético	"Threat Level Midnight", ópera prima de Michael Scott.
Trabajadores de Dunder Mifflin Scranton	Nivel metadiegético	Instancia a la que se dirige "Threat Level Midnight"
Michael Scarn	Nivel metadiegético	Narrador metadiegético. Protagonista de la película "Threat Level Midnight"
Threat Level Midnight (diégesis Metadiegética)	Nivel metadiegético	La trama de la película: Los problemas personales y profesionales que tuvo que enfrentar Michael Scarn para salvar el juego de hockey
Público metadiegético	Nivel metadiegético	Audiencia no especificada a la que se dirigirá "Threat Level Midnight"
Dwight Schrute ("China" 10 x 7)	Nivel intradieгético	Narrador homodieгético. Puesto que narra al equipo de documentalistas las medidas que ha decidido llevar a cabo como dueño del edificio.
Voz off del promocional de <i>The Office An American Workplace</i> . ("Promos" 18 x 9)	Narrador heterodieгético	El narrador heterodieгético brinda información al falso espectador del desarrollo argumental que seguirá dicho documental.
Dwight Schrute ("Casino Night", 22 x 2, 13:53-14:10)	Narrador homodieгético	Dwight brinda información, adquirida por su propia experiencia en la historia, ya sea que la haya presenciado o vivido.
Michael Scott	Narrador autodieгético	La mayor parte de los capítulos giran en torno a acciones de Scott, este reflexiona. Por lo que no sólo es el personaje focal, sino también el narrador.

CAP IV
Análisis

Elemento	Categoría de análisis	Función
David Brent ("The Seminar" 14 x 7, del inicio hasta 1:05) ("Search Comitee" 26 y 26 x 7)	Intertextualidad	Elemento intertextual, dado que aparece en el texto original (<i>The Office UK</i>) y en un contexto textual diferente (<i>The Office US</i>)
<i>Tight shot</i> a "Coming this may: The Office: An american workplace..." ("Couples discount" 15 x 9)	Paratextualidad	Ayuda a anclar en la mente del lector espectador que <i>The Office US</i> y los trabajadores de Dunder Mifflin son verdaderos, y que el producto (documental) también lo es.
Entrevistas	Metatextualidad	Comentan a los textos que las anteceden o preceden. Las entrevistas añaden información respecto a aquello que se cuenta en la historia, dicha información proviene ya sea de un personaje central o de uno secundario.
En <i>The Office US</i> existen características estéticas tales como los encuadres, los <i>zooms</i> violentos, las tomas movidas, los paneos bruscos, la mirada impotente de la cámara, las miradas a la cámara y las entrevistas con los actores con vista al frente Las miradas a la cámara y las entrevistas.	Architextualidad	Dichos elementos permiten relacionar a la serie con el género documental Son recursos utilizados por los documentales interactivos, dichos elementos se presentan en la serie como una ruptura de la cuarta pared. De tal forma existe otra relación de architextualidad ahora hacia el subgénero del <i>mockumentary</i> .
<i>The Office UK</i> – hipotexto <i>The Office US</i> – hipertexto? <i>Webseries</i> – hipertexto Video "The male prima dona", "The Girl next door" de Subtle Sexuality de Kelly Kapoor y Erin Hanon.	Hipertextualidad	Texto original Para que <i>The Office US</i> lo sea, debió presentarse en un soporte diferente del televisivo. Las <i>webseries</i> , "The accountants", "Kevin's Loan, The Outburst", etc. son producciones de ficción hechas y pensadas para la red de Internet con historias autoconclusivas.
Creed Bratton	Intertextualidad de las celebridades	Cuando un personaje conocido se encarna sí mismo dentro del <i>film</i> . Creed se encarna a él mismo, finalidad: brindar bagaje televisivo, en este caso musical.

CAP IV
Análisis

Elemento	Categoría de análisis	Función
<p>“Search Committe” (25 x 7) Entre los candidatos se encuentra Darryl Philbin, Andy Bernard, Kelly Kapoor, Nellie Bertram, Merv Bronte, Robert California y David Brent.</p>	Autocita	<p>NBC lanza convocatoria para que los lectores/espectadores participen respecto al nuevo manager de la oficina.</p> <p>Así, además de reflexionar sobre sí misma se extiende hacia la red Internet.</p>
<p><i>The Office US</i> Página web de Dunder Mifflin</p>	Falsa	<p>La estética de <i>The Office US</i> apunta hacia un texto que intenta hacerse pasar como un documental real.</p> <p>Fortalecen la falsa intertextualidad creada por la propia estética de la serie.</p>
Tomas realizadas por la cámara fija	Ocularización cero	Se atribuye a una instancia externa al mundo representado, una que es capaz de ver todo lo que ocurre en la diégesis, pero no forma parte de ella,
Equipo de documentalistas	Ocularización interna	La imagen está anclada a la mirada de una instancia diegética
Tomas o acciones que el equipo de documentalistas presenta al lector/espectador	Focalización espectral	Cuando el saber del lector/espectador supera al del personaje, creando así el famoso <i>suspense</i> , se produce la focalización espectral
<i>Flashbacks</i>	Focalización interna	La focalización cinematográfica interna se presenta cuando el lector/espectador sabe lo mismo que el personaje, existe una limitación de saber para ambos.
<p>Identidad del equipo de documentalistas</p> <p>Brian, sonidista. (El reconocer al sonidista, es un premio hacia el lector/espectador, como anzuelo para la gran final de <i>The Office US</i>)</p>	Focalización externa	<p>Cuando el espectador sabe menos que el personaje focal, cuando existe una falta de conocimiento sobre las acciones que ejecuta o sobre el personaje mismo, se presenta una focalización cinematográfica externa.</p> <p>En <i>The Office US</i> este tipo de focalización corresponde con la falta de conocimiento por parte del lector/espectador hacia la identidad del equipo de documentalistas.</p>

CAP IV
Análisis

Elemento	Categoría de análisis	Función
Cámara televisiva	Identificación primaria	El lector/espectador tiene acceso a la historia que se presenta en pantalla a partir de lo que la cámara ha filmado con anterioridad, cuando este logra fusionar su mirada con la del dispositivo, se lleva a cabo una identificación primaria.
Personajes	Identificación secundaria	Identificación del espectador con los personajes, se facilita a la movilidad del relato.
"Goodbye Michael" (capítulo 22 de la séptima temporada)	Modalidad de observación	La no intervención del equipo de documentalistas El equipo de documentalistas se subordina a registrar con el dispositivo aquello que sucede en la sala de abordar desde una barrera.
La oficina (Dunder Mifflin)	Modalidad expositiva	Para dar a conocer realidades de la clase trabajadora; caracterizada por un espacio laboral ordinario.
Diálogos del equipo de documentalistas Cámara capta la atención de Pam y la dirige hacia un hecho particular. ("Email Surveillance", 9 x 2, 8:23-8:42)	Modalidad interactiva	Interactúa con los actores sociales abiertamente, no limitándose exclusivamente a ser observador de la acción, sino también generándola.
"America's next a capella sensation!", Parodia Reality shows ("A.A.R.M." 22 x 9)	Modalidad reflexiva	Ayuda a que el espectador tome conciencia de dicho formato de concursos.
Imágenes borrosas, tomas movidas, no encuadradas, <i>zooms</i> violentos.	Mirada accidental	Resulta en una calidad pobre de la imagen. El equipo de documentalistas no tiene control sobre las acciones de los personajes, las tomas son ejecutadas en el momento preciso en que la acción se desarrolla.
Persianas, puertas, ventanas, auto, arbustos.	Mirada impotente	Cuando el camarógrafo pretende registrar un hecho, pero existen barreras entre el dispositivo y el hecho mismo. Obstáculos con los que se topa el <i>cameraman</i> al querer registrar todo, al querer tener acceso a todo.

CAP IV
Análisis

Elemento	Categoría de análisis	Función
Tomas realizadas por Michael Scott ("Survivor Man", 7 x 4, 17:48-18:16)	Mirada en peligro	La edición presenta tomas intercaladas hechas a partir de la cámara de video portátil y la del equipo de documentalistas, la primera registra el sonido del golpe que recibe Michael, lo que ocasiona que los personajes y la cámara caigan al suelo.
Brian golpea al personaje del almacén para defender a Pam ("Vandalism" 14 x 9, 18:58)	Mirada de intervención	Mostrar la empatía de un miembro del equipo de documentalistas hacia Pam. Empatía que se traduce en atracción y que podría poner en peligro la relación de Pam y Jim.
El micrófono baja y toca suavemente la cabeza de Pam, cuando esta confiesa estar teniendo un mal día. ("Vandalism", 14 x 9, 4:33)	Mirada compasiva	Esta acción perteneciente al realizador, es utilizada para recordarle al actor social y al lector/espectador que existe un agente humano detrás de la cámara.
Jim es atacado brutalmente por Dwight con bolas de nieve, el equipo de documentalistas graba la acción sin intervenir ("Classy Christmas", 11 y 12 x 7)	Mirada clínica	No intrusión por parte del realizador o de algún <i>crew member</i> al mundo de la diégesis, sin importar si alguien está o no en peligro.

Conclusiones



CONCLUSIONES

Una vez realizado el análisis semiótico de la serie de televisión *The Office US*, se pretende, en este último capítulo, ofrecer un panorama sobre los elementos y las estrategias que ha utilizado esta nueva narrativa para apelar a un espectador activo y para establecer un nuevo canal de comunicación entre el objeto de estudio y el lector/espectador.

Para lo anterior ha sido conveniente utilizar una metodología basada en tres etapas; la primera de ellas consistió en organizar los elementos de la serie, la unidad de análisis utilizada para cada elemento y su función al interior del texto; dicha información obtenida en el Capítulo IV, "Análisis", fue vertida y organizada en un cuadro, completando así la primera etapa denominada sintaxis semiótica.

Posteriormente se establecieron relaciones paradigmáticas, siendo posible establecer, entre los diferentes elementos y niveles del cuadro, combinaciones de dos o tres elementos para sugerir una interpretación más profunda al nivel semiótico. Esta segunda etapa permitió unir elementos de distintos niveles narrativos, para luego relacionarlos y dar una lectura distinta a la que originalmente tenía.

Finalmente, en una tercera etapa, y partiendo de los resultados obtenidos de la sintaxis semiótica y del análisis paradigmático, se extrapolan una serie de consideraciones finales a modo de conclusión. Todas ellas perfiladas entorno una reflexión crítica del uso y fin que tienen las herramientas de las nuevas narrativas

5.1. Análisis paradigmático

Se relacionarán elementos, unidades y funciones que no formen parte del mismo nivel semiótico, con el fin de establecer relaciones paradigmáticas entre ellos. Una relación de este tipo ha sido posible intuirse a partir de los elementos, categorías de análisis y su uso dentro del texto *The Office US*.

Dado que los elementos de la serie son numerosos, así como las categorías utilizadas para su análisis, en este apartado se presentan sólo las relaciones paradigmáticas más significativas, mismas que servirán para crear una reflexión crítica.

5.1.1. Zoom in/out, travelling, paneos bruscos – Identificación primaria – Traslado del lector/espectador de la diégesis hacia el exterior de la pantalla (a su buen lugar)

La cámara es definida por José Guadalupe Prado como el elemento técnico más importante para la producción de televisión, tiene como principal función "la de capturar, a través de la lente, la luz que reflejan las personas y objetos iluminados en el set (o en locación) y convertirla en señal eléctrica"⁷². La definición que brinda Prado es técnica pero válida, dado que en este trabajo los elementos son vistos desde una posición semiótica,

⁷² José Guadalupe Prado Mora, "El laboratorio de televisión como espacio didáctico" [en línea] *CUCI ediciones*, 2011, 152 pp., México, <http://www.cuci.udg.mx/sites/default/files/Manual%20de%20television.pdf>[consulta: 3 de diciembre de 2013] p. 47.

Conclusiones

puede bien considerarse a la cámara como aquel elemento que presenta las acciones que los personajes realizan en la diégesis.

Es a través de lo que su lente capta que el lector/espectador puede acceder al mundo representado, en el caso específico de este trabajo a las oficinas de Dunder Mifflin. Podemos así ubicarla como una instancia narrativa/focalizadora de la historia, como la representación de una instancia extradiegética o en el caso de *The Office US*, como una representación del equipo de documentalistas.

Es gracias a lo que la cámara registra, a cada mirada, reacción, entrevista, junta de trabajo, etc. que el lector/espectador puede insertarse virtualmente en la oficina de Michael Scott, en la sala de juntas de Dunder Mifflin Scranton, en el almacén, en la casa de Óscar Martínez y así pertenecer a la diégesis.

El lector/espectador puede observar, gracias al elemento óptico, más de lo que vería en la vida real, permitiéndose así, de manera casi imperceptible, tomar la posición de este ojo, ser omnisciente y ominipresente, puesto que está inmerso en los actos, sentimientos e incluso pensamientos de los propios personajes.

El seguimiento de los personajes, los *zoom in* y *out*, los *travelling*, paneos bruscos, entre otros son recursos que utiliza *The Office US* para perseguir y lograr la identificación del espectador con la mirada de la cámara, potenciando así el efecto en el lector/espectador respecto de la diégesis, acercándolo a esta.

El objeto de estudio de este trabajo es una serie de comedia, pero a diferencia de otras *sitcoms* americanas, esta excluye las risas de una audiencia que se encuentra fuera de campo, pero las sustituye con silencios luego de una situación embarazosa, permitiendo así la existencia de estrechos lazos entre la producción diegética y el lector/espectador.

La identificación primaria se ve por momentos desgarrada cuando se rompe la regla implícita de: acceso total; cuando no se revela lo que Michael Scott y Pam Halpert platicaron en el último episodio de Scott (“Goodbye Michael”, capítulo 22 de la séptima temporada) o cuando no descubrimos lo que venía escrito en la carta que Jim Halpert le entregó a Pam dentro de una tetera (“Christmas Party”, capítulo 10 de la segunda temporada), el lector/espectador es expulsado de su espacio preferencial en la diégesis hacia el exterior de la pantalla.

La omisión de información y el traslado del lector/espectador a su buen lugar lo obligan a llenar los intersticios con información obtenida a lo largo de las nueve temporadas; así *The Office US* alude a un espectador activo.

5.1.2. Tight shot: “Coming this may” – Nivel metadieético – Fortalece la falsa intertextualidad y socializa la oficina

La temporada número nueve de *The Office US* marcó un hito en la serie, fue en esta que se prometió a la audiencia se esclarecerían varias cuestiones como quién estaba detrás del documental de los empleados de Dunder Mifflin, por vez primera se presenta la interacción de los documentalistas con los trabajadores y el por qué del documental.

Fue el *tight shot* realizado al mensaje de la pantalla de Óscar Martínez en “Promos” (capítulo 18 de la novena temporada) donde se leía “The Office: An American Workplace,

Conclusiones

comming this may”, un indicio que proporciona una lectura extradiegética, puesto que el metadocumental tendría como fecha de lanzamiento el mismo día del final de la serie (16 mayo de 2013).

Cabe destacar que la función narrativa al interior de la serie, permitió al lector/espectador identificar aquel mundo específico como propio. La oficina de Dunder Mifflin fue el referente más importante que los creadores utilizaron para lograr que el lector/espectador se identificara con el propio espacio, los personajes (basta con recordar el diálogo de Jim Halpert “Ahora es sólo un trabajo, pero si escalo en la compañía sería mi carrera y si esta es mi carrera... tendría que tirarme debajo de un tren”) y finalmente con la serie.

La identificación fue un primer momento, el segundo fue utilizar dicho espacio para extrapolar a la pantalla aquello que ocurre en el día a día, así *The Office US* una creación y crítica. La serie en sí misma funciona como un artefacto para exponer y aclarar lo que ocurre en la realidad, teniendo como escenario la ficción. La manera de hacerlo: derribando el muro virtual, aquel donde sólo se interrelacionan los personajes, para dejar entrar al lector/espectador a partir de las innovaciones del propio soporte (cámara, televisión e internet) y de las innovaciones del propio guion. A continuación se presentan los recursos a través de los que se genera la socialización de la oficina.

5.1.2.1. Los arquetipos de líderes representados por cada *manager* de Dunder Mifflin

A lo largo de las nueve temporadas de *The Office US* han sido muchos los personajes que han fungido como jefes de la sucursal de Scranton; cada uno de ellos ha proyectado características que, de acuerdo con la psicología de las organizaciones, pertenecen a diferentes tipos de líderes.

Así la personalidad de Michael Scott podría catalogarse como la de un líder liberal y paternalista, puesto que delega funciones al resto de los trabajadores, promoviendo libertad y creatividad de los empleados, mientras que Scott tiene un rol de mayor pasividad, sin descuidar que es él quien finalmente toma las decisiones.

Deangelo Vickers, segundo al mando de Dunder Mifflin, dictaminaba las acciones que se llevarían a cabo al interior de la empresa con ayuda de un pequeño grupo conformado por hombres de la oficina; este junto con Dwight Schrute, quien durante su mandato interino no priorizó ni la participación de la comunidad en la toma de decisiones ni la delegación del poder, pueden ser catalogados bajo la modalidad de líder autocrático.

Finalmente Robert California, con su excesiva seguridad, pero sobre todo Andy Bernard, mostraron tener en cuenta las opiniones de los trabajadores, promoviendo un diálogo abierto para así intercambiar ideas frente a un determinado problema.

Son los tintes de personalidad que muestran cada uno de los arquetipos arriba mencionados, un recurso más con que se logra la socialización de la figura del jefe, extendiéndose más allá de la visión general que los trabajadores tienen de su jefe: ordenando, decidiendo lo que debe hacerse, distribuyendo el trabajo o supervisando las tareas encomendadas.

5.1.2.2. Relaciones laborales

Las relaciones laborales son las que se establecen entre el trabajador y quien lo emplea, teniendo como fin la satisfacción, crecimientos y apego hacia la organización por parte del trabajador. Para conseguirlo, la organización y sus líderes, utilizan herramientas o técnicas para tener una correcta relación entre capital y trabajo.

The Office US, mostró en pantalla algunas técnicas de comunicación organizacional, para lograr que Dunder Mifflin pasara de ser una compañía ficticia, a una más cercana a la realidad de los lectores/espectadores. *Company Picnic* (episodio 26 de la quinta temporada) muestra un día de campo, organizado por la oficina central de la empresa papelera. Utilizando juegos como vóleybol, presentaciones en equipos y competencias, con el fin de integrar a las cinco sucursales y que los trabajadores se consideren parte de la empresa.

Otra técnica, ahora al interior de una de las sucursales, la de Scranton, se presentó en *Beach Games* (episodio 23, tercera temporada); cuando Michael Scott organiza un día en la playa con actividades tipo Survivor, con el fin de determinar y elegir quién será aquel que lo sustituya como manager.

Los ascensos y las promociones al interior de una empresa suponen, para esta, un flujo de personal, siendo los jefes de área los encargados de retener al capital humano altamente calificado, para lo que consideran factores como el conocimiento, las competencias y la motivación, entre otros. Mientras que para el trabajador significa crecimiento profesional; sin embargo, son los empleados quienes deben ser proactivos, proponer o generar soluciones, con el fin de escalar en el organigrama.

En muchos casos, Michael Scott, no apoya ni promueve a sus empleados frente a las oficinas corporativas. Por esta razón, muchos trabajadores de Scranton, han tenido que crear sus propias oportunidades. Tal es el caso de Pam Halpert, quien luego de ser recepcionista y mala vendedora, decidió autonombrarse coordinadora administrativa.

Otro caso es el de Nelly Bertram, quien reclama el puesto de gerente, mientras que Andy Bernard se encuentra en un viaje de introspección personal. Durante la ausencia de Andy, el resto de los trabajadores continúan su vida sin supervisión, es ella quien utilizando su lema “si el asiento está disponible, el trabajo también” ocupa la oficina del jefe de Scranton.

Finalmente lo que amalgama los recursos antes citados, para hacer aun más vívida la experiencia de *The Office US*, son los escenarios donde se desarrolla la diégesis. La sala de juntas, la oficina del gerente, la recepción, los cubículos, el estacionamiento y el almacén se presentan con un decorado desgastado y sin vida, fácilmente identificables con espacios de la vida cotidiana.

Dando pie a la reflexividad televisiva, que de acuerdo con Alberto García Martínez comenzó en el año 2001 con la emisión de la versión británica de *The Office*, pero se perfeccionó con la versión americana donde elementos pertenecientes al nivel metadieético, como “The Office An American Workplace”, se fusionan con el nivel extradieético, fortaleciendo así la falsa intertextualidad sobre la que trabaja *The Office US*, una falsa intertextualidad que si bien apunta hacia un documental, puede categorizarse como un *mockumentary*.

Conclusiones

5.1.3. Entrevistas – Architextualidad (Permite relacionar la serie con el género del documental) – Ruptura de la cuarta pared

Las entrevistas, elemento característico de *The Office US*, funcionan como huella architextual para establecer una relación entre la serie y el género del documental, en la modalidad interactiva (*cinema-verité*). Es a través de estas que los personajes presentan a su verdadero yo, explicando situaciones que ocurrieron en la oficina, mostrando sentimientos o planes; así, la sala de juntas u oficina del *manager*, funciona como confesionario.

Durante estas puede observarse a Michael, Jim, Pam, Dwight, Phyllis, Andy y cada uno de los trabajadores de Dunder Mifflin hablar directamente a la cámara, enfocados por un *medium shot*. A lo largo de las primeras siete temporadas, el equipo de documentalistas permaneció fuera del encuadre, limitándose a ser observador, editando incluso las preguntas realizadas en el “confesionario”; lo que permitió fortalecer la falsa intertextualidad.

Fue a partir de la octava, cuando comenzaron a insertarse deliberadamente elementos que tenían por función romper la cuarta pared: preguntas por parte del equipo de filmación hacia los personajes y a la inversa, micrófonos en cuadro (el ejemplo más claro es cuando Michael tiene que pasar por un filtro de seguridad del aeropuerto y está obligado a despojarse del micrófono *lavalier*), la presencia explícita de los documentalistas en escena, elementos que finalmente se sumaron a las constantes miradas de los personajes a la cámara, ya no sólo reconociendo la presencia de la misma, sino apelando directamente al lector/espectador.

La cuarta pared es, figurativamente hablando, la que separa al lector/espectador de aquello que ocurre en la diégesis, dicha pared imaginaria podría situarse frente al escenario donde se lleva a cabo la acción de los personajes, en este caso, en el espacio al que corresponde el lugar de la cámara; cuando un personaje se dirige al público, se dice que se está rompiendo la cuarta pared.

De tal forma que, la organización visual de las entrevistas (vista al frente, dirigiéndose hacia la cámara o a un eje aproximado de esta) otorga la apariencia de “pseudomonólogo” y logra situar al lector/espectador en relación directa con el personaje entrevistado. Así tenemos que Michael Scott se dirige constantemente a la cámara, apelando al lector/espectador en busca de complicidad ya para sus bromas, ya para sus actos heroicos.

A partir de la ausencia aparente del realizador, *The Office US* se convierte en un reflejo textual que trata de desvestir los mecanismos de producción y representación del documental para, sí desmoronar la cuarta pared, pero también para hacer efectiva la reflexividad.

5.1.4. “Goodbye Michael” – Modalidad interactiva – Convocatoria de NBC para seleccionar al nuevo *manager*

La nueva dinámica de expandirse a Internet ha ocasionado que los canales de comunicación se abran, logrando así que el lector/espectador exprese su punto de vista e interés por los contenidos que consume y generando cambios en los mismos.

Conclusiones

Esto ocurrió con la salida de Michael Scott de Dunder Mifflin, cuando se informó a la audiencia que Steve Carrell, actor que interpreta a Scott en la serie, dejaría de aparecer en *The Office US* se generó una sucesión de publicaciones que incluían artículos en la web, conversaciones en *fan pages* de la serie, blogs, etc. apuntando hacia el fin de la oficina o posibles nombres que podrían suplir a Scott.

“Training Day” (episodio 20 de la séptima temporada) marcó la primera aparición de Deangelo Vickers (Will Ferrell) posible remplazo de Michael Scott. La aparición de Ferrell en la serie tuvo críticas encontradas, la actuación de este fue considerada como “pura magia” por la revista Rolling Stone; Hitfix encontró química entre los dos *managers*; IGN escribió que al personaje de Deangelo no se le dio una introducción apropiada, así comenzaba la apuesta de la NBC para la búsqueda del nuevo manager.

“Goodbye Michael” (episodio 22 de la séptima temporada) representó la última aparición de Carrell en la serie y “Inner Circle” (episodio 23 de la séptima temporada) lo fue para Will Ferrell. La búsqueda del nuevo jefe de Dunder Mifflin traspasó las pantallas de *The Office US*, con “Search Committee” (episodios 25 y 26 de la séptima temporada) Paul Lieberstein, productor ejecutivo del episodio, incluyó a varios actores invitados entre ellos Ricky Gervais, James Spader y Catherin Tate. De manera simultánea la NBC publicó en su portal de Internet una dinámica en la que se invitaba a la audiencia de la serie a votar por Andy Bernard, Dwight Schrute o Darryl Philbin, así la casa productora, los ejecutivos y los lectores/espectadores podrían definir al nuevo *manager*.

El puesto fue disputado por varios personajes y fue “Dwight K. Schrute, (Acting) Manager” (episodio 24 de la séptima temporada) cuando Dwight consiguió lo que tanto añoró, ocupar el lugar de Michael Scott; para que finalmente en la penúltima temporada Andy Bernard ocupara el puesto.

La dinámica de la NBC fue un indicio de que la cadena televisiva apostaba por un canal más de comunicación, sumándole otras iniciativas como desarrollar un página web destinada para la compañía ficticia Dunder Mifflin; extractos de videos de youtube sobre el metadocumental “The Office An American Workplace” (“Promos”, episodio 18 de la novena temporada); mencionar respuestas virales por internet hacia el video de Andy Bernard (“Sit Here and Cry”⁷³) y términos como *auto-tuned*⁷⁴ (“A.A.R.M.”, capítulo 22 de la séptima temporada) son apuestas del canal para consolidar su presencia *online*.

5.1.5. *Webseries* – Modalidad reflexiva – Hacia una cultura de internet

Las webseries o series pensadas, creadas y publicadas por la Internet han tenido, con los años un creciente desarrollo gracias a la popularidad de la red de redes aunado a las mejoras tecnológicas de reproducción y descarga de vídeos, así como los bajos costos de producción y distribución.

⁷³ Andy Bernard, “Sit here and cry “(Auto tuned version) [en línea]

http://www.youtube.com/watch?v=7Ks_wf1O0mA [consulta: 3 de diciembre de 2013].

⁷⁴ Locución anglosajona utilizada para referirse a un proceso de edición de audio, puesto que la palabra es de reciente creación, no ha podido acuñársele una correcta traducción al español. En el caso de este trabajo *auto-tuned* alude particularmente a los videos de internet donde, editando un extracto de alguna entrevista, conferencia, programa, etc. la voz se empalma rítmicamente a una canción conocida o no, para para crear una pieza musical original.

Conclusiones

De esta forma los productores de audiovisuales han creado nuevos contenidos (*Missing something, Authentik, The Cat, Not my department*) y *spin-offs*, series derivadas de otro trabajo existente tomando de este algún elemento principal como un personaje o lugar, con el fin de llegar a una audiencia global que puede acceder a programas las 24 horas del día.

Así lo que triunfó en el Reino Unido, *The Office UK*, y fue vendido a más de 80 países, brindó la posibilidad de adentrarse y desarrollar a cada uno de los personajes de la versión americana en lo que la NBC tituló *websodes*⁷⁵. “Subtle Sexuality” explora el lado musical de Kelly Kapoor y Erin Hannon; “Blackmail” expone la naturaleza ruin de Creed Bratton; “Kevin’s Loan” profundiza en el personaje de Kevin Malone y en su resolución de convertirse en empresario.

Sirviéndose de la *web* como plataforma de difusión principal y focalizando pequeñas historias en cada uno de los personajes que conforman Dunder Mifflin, la ficción de la oficina triunfó también en Internet, puesto que el consumo por parte del lector/espectador se trasladó de los canales de televisión (NBC, Fox, ISAT) a las páginas de internet que albergan los *webisodes* de la serie (NBC y youtube).

5.2. Reflexión crítica

Las series de televisión en general y *The Office US* en particular han evolucionado con el paso del tiempo; en el caso de las *sitcoms* la evolución ha pasado de la inclusión de risas por parte de la audiencia que asistía a la grabación de los episodios (*Friends*) para enfatizar los momentos de comicidad, hasta el silencio y miradas dirigidas directamente a la cámara (*The Office US*).

Estéticamente el objeto de estudio de este trabajo se desplaza de un género a otro, así transita por la comedia, el drama, y por todas las modalidades del documental. *The Office US* utiliza intertextualidad, ocularización, focalización, narradores homodiegéticos y distintos niveles narrativos todos a un ritmo acelerado, cortes directos y *zooms* violentos apelan a un estilo de documental que traspasa la pantalla. Ese modo visual tan acelerado, así como la inclusión de referentes del ámbito cinematográfico, musical, político y social, permite que se establezca un diálogo entre la serie misma y el lector/espectador.

Dicho diálogo no requiere de guías explícitas, como las risas citadas anteriormente, sino de huellas que el director ha decidido sembrar, ahí en el propio texto, para que el lector/espectador las ubique y las dote de una lectura propia. *The Office US* permite eso puesto que el público al que esta dirigida esta serie, y muchas otras como *Modern Family, Extras, Parks and Recreations*, es un público que ha evolucionado, que cuenta con un amplio bagaje cultural de series y películas. Así la propia serie ya no cumple sólo la función de entretener, además incluye elementos socioculturales que extrae de la época actual y que los expone satirizándolos, en el caso de *The Office*, o no, en el caso de *The Wood Wife*, pero siempre presentándolos al público.

Así podemos concluir dos aspectos de nuestro objeto de estudio, si consideramos el contexto sociocultural actual, marcado por una constante de trabajo y poco tiempo de

⁷⁵*The Office US webisodes*[en línea]http://www.nbc.com/The_Office/webisodes/[consulta: 3 de diciembre de 2013].

esparcimiento y vida privada; *The Office US* tiene un trabajo claro: socializar la oficina, reflexionando sobre la realidad inmediata que enfrenta el lector/espectador en su día a día. El segundo aspecto está enfocado a la Internet, como un medio de comunicación e inclusión del lector/espectador al mundo de la oficina, por un lado, y por el otro como un nuevo modelo de negocio para las grandes cadenas televisivas.

5.2.1. Socialización de la oficina

El cine y la televisión, menciona Jorge Carrión en su obra *Teleshakespeare*, operan como pedagogía social; Carrión generó una reflexión crítica de cómo las series socializan modelos centrados particularmente en las razas, así las series de televisión tienden a representar a las tres razas, según la cosmovisión norteamericana, “de acuerdo a los porcentajes de la estadística nacional: dos tercios de los 300 millones de estadounidenses son descendientes de europeos; cerca del 15% es de origen latinoamericano; un 10% es afroamericano”.⁷⁶

Así la identidad visual de Dunder Mifflin está representada de la siguiente manera: la raza latina está representada por Óscar Martínez; la afroamericana por Stanley Hudson y Darryl Philbin; y finalmente la mayoría de los personajes representan a la raza blanca. Lo anterior permite que el lector/espectador se identifique como una categoría social representada en la pantalla.

Ese mecanismo es el principio de socialización. La socialización es definida por De Fleur y Ball-Rokeach como “el término que abarca distintos aspectos: creencias, actitudes y comportamiento de los miembros de las diferentes sociedades, que son modelados por los sistemas socioculturales en los que ellos participan”⁷⁷. Por lo tanto los medios de comunicación en general, y las series de televisión en particular ocupan parte importante dentro de esos sistemas socioculturales.

Es a partir de las series de televisión que un aspecto de la socialización se centra directamente en los sistemas de respuesta personal del individuo; en el caso particular de *The Office US*, el lector/espectador puede adquirir nuevas ideas o modos de actuación que podrían modificar su forma habitual de respuesta al entorno de trabajo y a la oficina.

Aunado a la presencia de matices raciales, *The Office US*, prepara al inconsciente colectivo para comprender la manera en que se vive en una oficina, de manera particular, la serie remite a una variante de *call-center*, los llamados *contact-center* donde ya no sólo la interacción empresa-cliente se lleva a cabo a través de teléfonos, sino también a partir de *e-mail* e incluso mensajes de texto vía celular. El objetivo continúa siendo el mismo: ofrecer a los clientes un punto de contacto para resolver sus necesidades.

Con lo que se pretende motivar a la mayor cantidad posible de miembros del público para que desempeñen sus papeles de acuerdo con las necesidades del sistema, es decir la forma de interacción social entre compañeros de trabajo, comprender la forma de organización y participación grupal, además de experimentar transformaciones personales a través de un ciclo de más de 8 horas de trabajo.

⁷⁶ Jorge Carrión, *Teleshakespeare*, Madrid, Errata naturae, 2011, p. 24.

⁷⁷ Melvin Laurence De Fleur y Sandra J. Ball-Rokeach, *Teorías de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós, 2001, p. 269.

El diseño de *The Office US* permite que el lector/espectador se identifique con el espacio, los personajes, y la interacción de los mismos; las entrevistas son parte fundamental de esa estrategia, ver cómo los personajes dirigen su mirada directamente a la cámara, aludiendo al lector/espectador, permite conectar con sus emociones y así provocar empatía hacia estos, para finalmente aceptar el trabajo y la vida capitalista y así ser parte del sistema.

5.2.2. El consumo

Las series de televisión transitan en dos niveles simultáneos de lectura, por una parte la de la interpretación, en el caso del objeto de estudio de este trabajo sobre socializar el lugar de trabajo; y por la otra, la del negocio. Este segundo aspecto se centra en el consumo de las nuevas narrativas a partir de distintos soportes de producción.

Así las series de televisión encuentran en la Internet nuevas formas de ser consumidas por el lector/espectador, las *webseries* (series exclusivas creadas para ser emitidas tanto en internet como por dispositivos móviles), los *fanfiction* (relatos de ficción escritos por fans utilizando personajes, situaciones o ambientes descritos en una serie de televisión, para generar nuevos papeles para estos), las *fanpages* (herramienta de Facebook utilizada para promocionar una marca corporativa, establecer relaciones a largo plazo con los usuarios y así generar mayor exposición de un producto), los *wiki* (sitios web colaborativos que pueden ser editados por varios usuarios entorno a un solo tema), las páginas web (creadas por la cadena televisiva de la serie de televisión) y finalmente la venta de artículos promocionales de la serie (gorras, playeras, plumas, tazas, DVDs, etc.).

Puede apreciarse que la televisión ya no es suficiente para una serie de televisión, en la actualidad estas, los programas de entretenimiento y las películas demandan un modelo de explotación 360°, siendo el producto principal uno de sus soportes, más no el único. En el caso de *The Office US* pueden citarse: la página oficial de la serie⁷⁸, la de Dunder Mifflin⁷⁹, las *webseries*⁸⁰, la página de Facebook⁸¹, todos ellos generados por la cadena NBC.

Sin embargo existen otros soportes que han sido generados por los fans de la propia serie de televisión, tal es el caso de Wiki Dunderpedia⁸², enciclopedia que alberga artículos relacionados con los personajes, episodios, citas de la serie y que pueden ser modificados por distintos usuarios. Así como las páginas de internet⁸³ que albergan episodios completos de la serie para que fanáticos de la misma pueda verla gratuitamente cuantas veces quieran.

⁷⁸NBC website[en línea]<http://www.nbc.com/the-office/>[consulta: 7 de diciembre de 2013].

⁷⁹Dunder Mifflin Paper Company site[en línea]<http://www.dundermifflin.com/>[consulta: 3 de diciembre de 2013].

⁸⁰*The Office US webisodes*[en línea]http://www.nbc.com/The_Office/webisodes/[consulta: 3 de diciembre de 2013].

⁸¹*The Office US fanpage* [en línea]<https://es-es.facebook.com/theofficenbc> [consulta: 3 de diciembre de 2013].

⁸²*Dunderpedia: The Office Wiki*[en línea]http://theoffice.wikia.com/wiki/Main_Page [consulta: 3 de diciembre de 2013].

⁸³“Watch The Office online for free” [en línea]<http://www.theoffice.so/>[consulta: 3 de diciembre de 2013]; “The Office US” [en línea]<http://www.miratheoffice.com/>[consulta: 4 de septiembre de 2012].

Conclusiones

De esta forma el consumo que sí supone una ganancia para la cadena televisiva, también lo supone para el lector/espectador, puesto que a partir de los distintos soportes ellos pueden acceder a la serie o sus derivados expulsando la típica publicidad que interrumpe constantemente el episodio, además de acceder a fóruns para intercambiar información con otros usuarios de la red.

Así los dos niveles de las teleseries, interpretación y consumo, dan como resultado un nivel donde el lector/espectador participa en la creación de nuevos contenidos en torno a la serie misma. "Las audiencias de las teleseries son especialmente activas"⁸⁴ y así lo demuestra la de *The Office US* a partir del sitio web interactivo donde el lector/espectador ayudó a elegir al nuevo manager de la oficina o a presenciar el regreso de Michael Scott en el último capítulo de la serie.

Las nuevas narrativas en conjunto con la interactividad que proporciona la Internet, puede aumentar exponencialmente la experiencia como espectador, dando como resultado que una serie de televisión se traslade de la pantalla, al imaginario colectivo y así pueda ser rescrita para no tener fin.

⁸⁴ Jorge Carrión, *Teleshakespeare*, Madrid, Errata naturae, 2011, p. 28.

Anexo



ANEXO

Temporada 1

Episodio		Fecha de transmisión
1	Pilot	(24/03/05)
2	Diversity Day	(29/03/05)
3	Health Care	(05/04/05)
4	The Alliance	(12/04/05)
5	Basketball	(19/04/05)
6	Hot Girl	(26/04/05)

Temporada 2

Episodio		Fecha de transmisión
1	TheDundies	(20/09/05)
2	Sexual Harassment	(27/09/05)
3	Office Olympics	(04/10/05)
4	The Fire	(11/10/05)
5	Halloween	(18/10/05)
6	The Fight	(01/11/05)
7	The Client	(08/11/05)
8	Performance Review	(15/11/05)
9	Email Surveillance	(22/11/05)
10	Christmas Party	(06/12/05)
11	BoozeCruise	(05/01/06)
12	The Injury	(12/01/06)
13	The Secret	(19/01/06)
14	The Carpet	(26/01/06)
15	Boys and Girls	(02/02/06)
16	Valentine's Day	(09/02/06)
17	Dwight's Speech	(02/03/06)
18	Take Your Daughter to Work Day	(16/03/06)
19	Michael's Birthday	(30/03/06)
20	Drug Testing	(27/04/06)
21	Conflict Resolution	(04/05/06)
22	Casino Night	(11/05/06)

Temporada 3

Episodio		Fecha de transmisión
1	Gay WitchHunt	(21/09/06)
2	TheConvention	(28/09/06)
3	TheCoup	(05/10/06)
4	GriefCounseling	(12/10/06)
5	Initiation	(19/10/06)
6	Diwali	(02/11/06)
7	BranchClosing	(09/11/06)
8	TheMerger	(16/11/06)
9	TheConvict	(30/11/06)
10 -11	A Benihana Christmas	(14/12/06)
12	Back FromVacation	(04/01/07)
13	TravelingSalesmen	(11/01/07)
14	TheReturn	(18/01/07)
15	Ben Franklin	(01/02/07)
16	Phyllis' Wedding	(08/02/07)
17	Business School	(15/02/07)
18	Cocktails	(22/02/07)
19	TheNegotiation	(05/04/07)
20	Safety Training	(12/04/07)
21	ProductRecall	(26/04/07)
22	Women'sAppreciation	(03/05/07)
23	Beach Games	(10/05/07)
24 - 25	The Job	(17/05/07)

Temporada 4

Episodio		Fecha de transmisión
1	FunRun	(27/09/07)
2	DunderMifflinInfinity	(04/10/07)
3	LaunchParty	(11/10/07)
4	Money	(18/10/07)
5	Local Ad	(25/10/07)
6	BranchWars	(01/11/07)
7	SurvivorMan	(08/11/07)
8	TheDeposition	(15/11/07)
9	DinnerParty	(10/04/08)
10	TheChairmodel	(17/04/08)
11	NightOut	(24/04/08)
12	Did I Stutter?	(01/05/08)
13	Job Fair	(08/05/08)
14	GoodbyeToby	(15/05/08)

Temporada 5

Episodio		Fecha de transmisión
1	WeightLoss	(25/09/08)
2	Business Ethics	(09/10/08)
3	BabyShower	(16/10/08)
4	CrimeAid	(23/10/08)
5	Employee Transfer	(30/10/08)
6	Customer Survey	(06/11/08)
7	FrameToby	(20/11/08)
8	Business Trip	(13/11/08)
9	The Surplus	(04/12/08)
10	Moroccan Christmas	(11/12/08)
11	TheDuel	(15/01/09)
12	Prince FamilyPaper	(22/01/09)
13	Stress Relief	(01/02/09)
14	LectureCircuit	(05/02/09)
15	LectureCircuit (2)	(12/02/09)
16	Blood Drive	(05/03/09)
17	Golden Ticket	(12/03/09)
18	New Boss	(19/03/09)
19	TwoWeeks	(26/03/09)
20	DreamTeam	(09/04/09)
21	The Michael Scott PaperCompany	(09/04/09)
22	Heavy Competition	(16/04/09)
23	Broke	(23/04/09)
24	Casual Friday	(30/04/09)
25	Cafe Disco	(07/05/09)
26	Company Picnic	(14/05/09)

Temporada 6

Episodio		Fecha de transmisión
1	Gossip	(17/09/09)
2	The Meeting	(24/09/09)
3	ThePromotion	(01/10/09)
4 - 5	Niagara	(06/10/09)
6	Mafia	(15/10/09)
7	TheLover	(22/10/09)
8	KoiPond	(29/10/09)
9	Double Date	(05/11/09)
10	Murder	(12/11/09)
11	Shareholders Meeting	(19/11/09)
12	Scott'sTots	(03/12/09)
13	Secret Santa	(10/12/09)
14	TheBanker	(21/01/10)
15	Sabre	(04/02/10)
16	Manager and Salesman	(11/02/10)
17 - 18	The Delivery St.	(04/03/10)
19	Patrick's Day	(11/03/10)
20	New Leads	(18/03/10)
21	HappyHour	(25/03/10)
22	Secretary's Day	(22/04/10)
23	BodyLanguage	(29/04/10)
24	TheCover-Up	(06/05/10)
25	TheChump	(13/05/10)
26	Whistleblower	(20/05/10)

Temporada 7

Episodio		Fecha de transmisión
1	Nepotism	(23/09/10)
2	Counseling	(30/09/10)
3	Andy's Play	(07/10/10)
4	Sex Ed	(14/10/10)
5	TheSting	(21/10/10)
6	CostumeContest	(28/10/10)
7	Christening	(04/11/10)
8	ViewingParty	(11/11/10)
9	Wuphf.com	(18/11/10)
10	China	(02/12/10)
11- 12	Classy Christmas	(09/12/10)
13	Ultimatum	(20/01/11)
14	TheSeminar	(27/01/11)
15	TheSearch	(03/02/11)
16	PDA	(10/02/11)
17	ThreatLevelMidnight	(17/02/11)
18	ToddPacker	(24/02/11)
19	Garage Sale	(24/03/11)
20	Training Day	(14/04/11)
21	Michael'sLastDundies	(21/04/11)
22	Goodbye, Michael	(28/04/11)
23	TheInnerCircle	(05/05/11)
24	Dwight K. Schrute, (Acting) Manager	(12/05/11)
25 - 26	SearchCommittee	(19/05/11)

Temporada 8

Episodio		Fecha de transmisión
1	The List	(22/09/11)
2	The Incentive	(29/09/11)
3	Lotto	(06/10/11)
4	Garden Party	(13/10/11)
5	Spooked	(27/10/11)
6	Doomsday	(03/11/11)
7	Pam's Replacement	(10/11/11)
8	Gettysburg	(17/11/11)
9	Mrs. California	(01/12/11)
10	Christmas Wishes	(08/12/11)
11	Trivia	(12/01/12)
12	Pool Party	(19/01/12)
13	JuryDuty	(02/02/12)
14	Special Project	(09/02/12)
15	Tallahassee	(16/02/12)
16	AfterHours	(23/02/12)
17	Test TheStore	(01/03/12)
18	Last Day In Florida	(08/03/12)
19	GetTheGirl	(15/03/12)
20	WelcomeParty	(12/04/12)
21	Angry Andy	(19/04/12)
22	Fundraiser	(26/04/12)
23	Turf War	(03/05/12)
24	Free FamilyPortrait Studio	(10/05/12)

Temporada 9

Episodio		Fecha de transmisión
1	New Guys	(20/09/12)
2	Roy's Wedding	(27/09/12)
3	Andy's Ancestry	(04/10/12)
4	Work Bus	(18/10/12)
5	Here Comes Treble	(25/10/12)
6	The Boat	(08/11/12)
7	The Whale	(15/11/12)
8	The Target	(29/11/12)
9	Dwight Christmas	(06/12/12)
10	Lice	(10/01/13)
11	Suit Warehouse	(17/01/13)
12	Costume Loyalty	(24/01/13)
13	Junior Salesman	(31/01/13)
14	Vandalism	(31/01/13)
15	Couples Discount	(07/02/13)
16	Moving On	(14/02/13)
17	The Farm	(14/03/13)
18	Promos	(04/04/13)
19	Stairmageddon	(11/04/13)
20	Paper Airplane	(25/04/13)
21	Living the dream	(02/05/13)
22	A.A.R.M.	(09/05/13)
23	Finale	(16/05/13)

Bibliografía



BIBLIOGRAFÍA

- Altman, Rick, *Los géneros cinematográficos*, Barcelona, Paidós, 2000, 47 pp.
- Álvarez Berciano, Rosa, *La comedia enlatada*, Editorial Gedisa, Barcelona, 1999, 160 pp.
- Baggaley, Jon P. y Steve W. Duck, *Análisis del mensaje televisivo*, Barcelona, Gustavo Gili, 1979, 217 pp.
- Baiz Quevedo, Frank, *Análisis del film*, Caracas, Litteræ Editores, 1997, 202 pp.
- Barnow, Erick, *El documental. Historia y estilo*, Barcelona, Editorial Gedisa, Serie multimedia, 2005, 358 pp.
- Barthes, Roland, *Análisis estructural del relato*, Buenos Aires, Editorial Tiempo Contemporáneo, 1974, 203 pp.
- Barthes, Roland, *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 2009, 459 pp.
- Carlón, Mario, *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*, Buenos Aires, La Crujía, 2006, 334 pp.
- Carrión, Jorge, *Teleshakespeare*, Madrid, Errata naturae editores, 2011, 225 pp.
- Courtés, Joseph, *Análisis semiótico del discurso: del enuncidado a la enunciación*, Madrid, Gredos, 1997, 442 pp.
- De Fleur, Melvin Laurence y Sandra J. Ball-Rokeach, *Teorías de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós, 2001, 463 pp.
- Ducrot, Oswald y Tzvetan Todorov, *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, Buenos Aires, Siglo Veintiuno Editores, 2003, 421 pp.
- Eco, Umberto, *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*, Barcelona, Editorial Lumen, tercera edición 1986, 379 pp.
- Eco, Umberto, *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*, Barcelona, Editorial Lumen, 1979, 330 pp.
- Eco, Umberto, *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*, Barcelona, Gedisa, 2004, 232 pp.
- García Aguilar, Raúl Roydeen, *La renovación del lenguaje cinematográfico, análisis semiótico de la obra de Lars Von Trier*, Tesis de maestría en Comunicación, México, UNAM/FCPYS, 2010, 152 pp.
- Gaudreault, André y François Jost, *El relato cinematográfico*, Barcelona, Paidós, 1995, 176 pp.

Bibliografía

- Genette, Gérard, *Figuras III*, Barcelona, Lumen, 1989, 338 pp.
- Genette, Gérard, *Palimpsestos. Literatura en segundo grado*, Madrid, Taurus, 1989, 520 pp.
- Gómez Martínez, Carlos Gabriel, *Manual para la producción y realización de programas y series para la televisión mexicana, pública o privada*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, México, UNAM/FCPYS, 1999, 176 pp.
- González Reyna, Susana, *Manual de redacción e investigación documental*, México, Trillas, cuarta edición, 1994, 204 pp.
- Greimas, Algirdas Julien y Jacques Fontanielle, *Semiótica de las pasiones: de los estados de cosas a los estados de ánimo*, Madrid, Siglo XXI, 1994, 278 pp.
- Greimas, Algirdas Julien y Joseph Courtés, *Semiotica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid, Editorial Gredos, 1990, 247 pp.
- Greimas, Algirdas Julien, *Semántica estructural*, Madrid, Editorial Gredos, 1971, 398 pp.
- Gutiérrez, Silvia; Luis Guzmán G.; Sara Serfchovich. "Técnicas para el análisis del discurso" en Enrique de la garza Toledo (coord.). *Hacia una metodología de la reconstrucción; Fundamentos, crítica y alternativas a la metodología y técnicas de investigación social*. México, Porrúa-UNAM, 1988, 152 pp.
- Hernández Sampieri, Roberto y Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista Lucio, *Metodología de la investigación*, México, McGraw Hill, segunda edición, 1998, 120 pp.
- Kristeva, Julia, "Bajtín. La palabra, el diálogo y la novela", en *Intertextualité. Francia en el origen de un término y el desarrollo de un concepto*, La Habana, Casa de las Américas-UNEAC- Embajada de Francia, Selección y traducción del francés de Desiderio Navarro, 1997, 218 pp.
- Ledo, Margarita, *Del cine-ojo a Dogma 95. Paseo por el amor y la muerte del cinematógrafo documental*, Barcelona, Paidós Comunicación, 2004, 204 pp.
- Manovich, Lev, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*, Barcelona, Paidós comunicación, 2005, 431 pp.
- Martínez Garnelo, Arturo, *Literatura 1*, México, Editorial Cengage Learning, 2010, 175 pp.
- Metz, Christian, *El significante imaginario: psicoanálisis y cine*, Barcelona, Paidós comunicación, 2001, 265 pp.
- Metz, Christian, *Ensayos sobre la significación en el cine Vol. 1 (1964-1968)*, Barcelona, Paidós Comunicación, 2002, 131 pp.

Bibliografía

Metz, Christian, *Ensayos sobre la significación en el cine Vol. 2 (1968-1972)*, Barcelona, Paidós Comunicación, 2002, 116 pp.

Nichols, Bill, *La representación de la realidad. Cuestiones y conceptos sobre el documental*, Barcelona, Paidós comunicación, 1997, 389 pp.

Pereira Valarezo, Alberto, *Las claves de la semiótica de la televisión*, Quito, Universidad Andina Simón Bolívar, 2008, 140 pp.

Rabiger, Michael, *Dirección de documentales*, Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión RTVE, Colección de manuales profesionales, 2005, tercera edición, 302 pp.

Stam, Robert y Robert Burgoyne, Sandy Flitterman-Lewis, *Nuevos conceptos de la teoría del cine*, Barcelona, Paidós Comunicación, 1999, 271 pp.

Todorov, Tzvetan, "Las categorías del relato literario" en Roland Barthes, *Análisis estructural del relato*, Buenos Aires, Editorial Tiempo Contemporáneo, 1974, 229 pp.

Todorov, Tzvetan, *Introducción a la literatura fantástica*, México, PREMIA, segunda edición, 1981, 131 pp.

Todorov, Tzvetan, *Literatura y significación*, Barcelona, Editorial Planeta, 1971, 236 pp.

Zavala, Lauro, *Elementos del discurso cinematográfico*, Ciudad de México, UAM, Colección libros de texto, 280 pp.

Hemerografía

et al., "¿Está el futuro de la televisión en el cine?" en *La Tempestad*, Vol. 9, Núm. 59, Marzo-Abril 2008, 66-81 pp.

Grandío Pérez, Ma.del Mar y Patricia Diego González, "La influencia de la sitcom americana en la producción de comedias televisivas en España. El caso de «Friends» y «7 vidas»" en *Ámbitos*, Núm. 8, Año 2009, 83-97 pp.

Artículos electrónicos

Adalian, Josef, "Ricky Gervais will cameo on U.S. Office" [en línea] *Vulture*, 19 enero de 2011 http://www.vulture.com/2011/01/ricky_gervais_will_comeo_on_am.html [consulta: 30 de agosto de 2012].

Becyro, Raúl, *Sobre cine documental* [en línea] <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/decarli/textos/Becyro.htm> [consulta: 2 de enero de 2013].

Bibliografía

Bermúdez, Nicolás, "La architextualidad en el cine" [en línea] *AdVersus Revista de Semiótica*, Año VIII, Núm. 21, Diciembre 2011, 194 pp., Argentina <http://www.adversus.org/indice/nro-21/articulos/09-VIII-21.pdf> [consulta: 8 de noviembre de 2012].

Bort Gual, Iván, "Metodología de microanálisis fílmico 1" [en línea] *Revista Comunicación*, Vol. 1, Núm. 10, Año 2012, 1236-1249 pp., Universitat Jaume http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa8/096.Metodologia_de_microanalisis_filmico.pdf[consulta:11 de septiembre de 2012].

Castañeda Díaz, Areli Adriana, "11'09'' 01. Una lectura desde cinegramas" en *Razón y Palabra*, Número 71 [en línea] www.razonypalabra.org.mx [consulta: 8 de noviembre de 2012].

Dunder Mifflin Paper Company site[en línea]<http://www.dundermifflin.com/> [consulta: 3 de diciembre de 2013].

Dunderpedia: The Office Wiki, [en línea]http://theoffice.wikia.com/wiki/Main_Page [consulta: 3 de diciembre de 2013].

Echazarreta Soler, Carmern y Manel Vinyals i Corney, "Tras las pistas de la parodia: Análisis de contenido del humor y la parodia como posibles transmisores de estereotipo de género" [en línea] Universidad de Girona <http://www3.udg.edu/publicacions/vell/electroniques/congenere/2/comunicacions/Carmen%20Echazarreta.pdf>[consulta: 23 de enero de 2013].

García Martínez, Alberto Nahum, "El espejo roto: la metaficción en la series anglosajonas" [en línea] La Laguna (Tenerife) *Revista Latina de Comunicación Social*, Año 2009 http://www.revistalatinacs.org/09/art/852_UNAV/53_81_Alberto_Garcia.htm[consulta: 11 de septiembre de 2012].

García Martínez, Alberto Nahum, "La traición de las imágenes: mecanismos y estrategias retóricas de la falsificación audiovisual" [en línea] *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, Vol. 12, Núm. 22, Año 2007, 301-3022 pp.<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer22-16-garcia.pdf> [consulta: 11 de septiembre de 2012].

Genette, Gérard, "El discurso del relato. Ensayo de método" [en línea]<http://cortazarygenette.files.wordpress.com/2010/06/discurso-del-relato.pdf> [consulta: 6 de febrero de 2013], 38 pp.

Groot, Ger, "Conversación con Tzvetan Todorov. Un humanismo bien temperado" [en línea] *Revista de Occidente*, Núm. 328, Septiembre 2008http://www.doooss.org/articulos/otros/Todorov_Tzvetan.htm[consulta: 7 de febrero de 2013].

Harrington, Amy y Nancy Harrington, "'The Office' final season: Executive producer Greg Daniels gives fans a sneak peek of what's to come" [en línea] *Yahoo! Contributor Network*, Agosto 27 de 2012, Estados

Bibliografía

Unidos <http://tv.yahoo.com/news/office-final-season-executive-producer-greg-daniels-gives-175300514.html> [consulta: 5 de septiembre de 2012].

Jaramillo Uribe, Juan Manuel, "Estructuralismo francés y estructuralismo metateórico" [en línea] *Discusiones filosóficas*, Núm. 15, Año 10, julio-diciembre 2009, 23-50pp, http://200.21.104.25/discufilo/downloads/Discusiones10%2815%29_2.pdf [consulta: 7 de febrero de 2013].

Lévesque, Pascale, "Anne-Marie Losiquefrappedans le mille" [en línea] *Le Journal de Montréal*, Octubre 6 de 20120, Canadá <http://fr.canoe.ca/divertissement/tele-edias/nouvelles/2006/10/06/1964505-jdm.html> [consulta: 6 de septiembre de 2012].

Martínez Ramos, Dora Elia, "El Papel de la Intertextualidad en la Lectura Crítica de un Texto Televisivo Popular: El Caso de Los Simpsons" [en línea] *Gabinete de comunicación y educación*, México <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/El%20pape%20de%20la%20intertextualidad%20en%20la%20lectura%20cr%C3%ADtica%20de%20un%20texto%20televisivo%20popular%20El%20caso%20de%20Los%20Simpsons.pdf> [consulta: 12 de octubre de 2012].

Monedero, Ramón, "La tiranía del zoom" [en línea] 4 de enero de 2009 <http://ramonmonedero.blogspot.mx/2009/01/la-tirana-del-zoom.html> [consulta: 18 de septiembre de 2012].

Montes, Gustavo, "El silencio en el diálogo cinematográfico" [en línea] *Centro de Estudios Superiores Felipe II*, 9pp., Universidad Complutense <http://www.cesfelipesecondo.com/revista/articulos2009/GustavoMontes.pdf> [consulta: 24 de septiembre de 2012].

Moreno Peinado, Ana, "La traducción de la intertextualidad en textos audiovisuales: a la búsqueda de una metodología" [en línea] *II AIETI. Actas del II Congreso Internacional de la Asociación Ibérica de Estudios de Traducción e Interpretación*, Febrero 9-11 de 2005, pp 11, Madrid http://www.aieti.eu/pubs/actas/II/AIETI_2_AMP_Traduccion.pdf [consulta: 8 de noviembre de 2012].

Muro Escobedo, Marisol, "Intertextualidad en el filme Hable con Ella de Pedro Almodóvar" [en línea] *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*, México, <http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/jspui/bitstream/123456789/6013/1/INTERTEXTUALIDADENELFILMEHABLECONELLADEPEDROALMODOVAR.pdf> [consulta: 17 de octubre de 2012].

NBC website [en línea] <http://www.nbc.com/the-office/> [consulta: 7 de diciembre de 2013].

Ngamba Amougou, Monique Nomo, "Intertextualidad, influencia, recepción, traducción y análisis comparativo" [en línea] *Tonos Revista electrónica de estudios filológicos*, Núm. 17, Julio 2009,

Bibliografía

Camerún <http://www.um.es/tonosdigital/znum17/secciones/estudios-14-intertextualidadycomparatismo.htm> [consulta: 17 de octubre de 2012].

Nicolás Bermúdez, "La architextualidad en el cine" [en línea] AdVersuS Revista de Semiótica, Año VIII, NÚM. 21, Diciembre 2011, 194 pp., Buenos Aires, <http://www.adversus.org/indice/nro-21/articulos/09-VIII-21.pdf> [consulta: 8 de noviembre de 2012]

Prado Mora, José Guadalupe, "El laboratorio de televisión como espacio didáctico" [en línea] CUCi ediciones, 2011, 152 pp., México <http://www.cuci.udg.mx/sites/default/files/Manual%20de%20television.pdf> [consulta: 19 de octubre de 2012].

Quintana Docio, Francisco, "Intertextualidad genética y literatura palimpsésica" [en línea] Dialnet, Número 15, Año 1990, 169-182 pp. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=136146> [consulta: 19 de octubre de 2012].

Reiher, Andrea, "'The Office' Season 9 is its last; Steve Carell's return 'would be fantastic,' says showrunner Greg Daniels" [en línea] Zap2it, Agosto 21 de 2012, Estados Unidos <http://blog.zap2it.com/frominsidethebox/2012/08/the-office-season-9-is-its-last-steve-carells-return-would-be-fantastic-says-showrunner-greg-daniels.html> [consulta: 25 de septiembre de 2012].

Ricoeur, Paul, "Narratividad, fenomenología y hermenéutica" [en línea] Abril 25 de 2000, 20 pp. <http://es.scribd.com/doc/14157660/Paul-Ricoeur-Narratividad-Fenomenologia-y-Hermeneutica> [consulta: 8 de septiembre de 2013].

Rosas Godoy, Jorge, "Todorov: una herencia formalista" [en línea] <http://www.letras.s5.com/todorov.htm> [consulta: 6 de febrero de 2013].

s/a, "'Le Bureau', adaptation of the hit British series stars on Canal Plus" [en línea] Pravda.Ru, Mayo 24 mayo de 2006 http://english.pravda.ru/news/world/24-05-2006/80947-le_bureau-0/ [consulta: 6 de septiembre de 2012].

s/a, *Ricky Gervais's website* [en línea] www.rickygervais.com [consulta: 30 de agosto de 2012].

s/a, *Stephen Merchant's website* [en línea] <http://www.stephenmerchant.com/> [consulta: 30 de agosto de 2012].

s/a, *The Office UK* [en línea] BBC TWO <http://www.bbc.co.uk/programmes/b00jd68z> [consulta: 2 de septiembre de 2012].

s/a, *The Office US* [en línea] NBC <http://www.nbc.com/the-office/> [consulta: 30 de agosto de 2012].

s/a, "Teórico No.13" [en línea] Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Junio 11 de 2011, 18 pp., <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/delcoto/textos/Teoricos/2011/Delcoto13-2011.pdf> [consulta: 24 de septiembre de 2012].

Bibliografía

Sánchez García, Sandra, "Relaciones intertextuales y competencia literaria en la obra narrativa de Fernando Alonso" [en línea] *Ocnos*, Núm. 7, Julio 22 de 2011, 16 pp., España, http://www.uclm.es/cepli/v1_doc/ocnos/07/ocnos_07_cap1.pdf [consulta: 12 de octubre de 2012].

Saniz Balderrama, Liga, "El esquema actancial explicado" [en línea] *Punto Cero*, Vol. 13, Núm. 16, *Universidad Católica Boliviana San Pablo*, 2008, 91-97 pp. Bolivia <http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v13n16/v13n16a11.pdf> [consulta: 25 de octubre de 2012].

Soriano, Griselda, "Reflexividad y autorreferencia en el cine documental argentino contemporáneo" [en línea] ponencia presentada en *AsAECA 2012*, III Congreso Internacional de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual, 15 pp., Argentina, http://www.asaeca.org/aactas/soriano_griselda_-_ponencia.pdf [consulta: 24 de agosto de 2012].

The Office US fanpage [en línea] <https://es-es.facebook.com/theofficenbc> [consulta: 3 de diciembre de 2013].

Todorov, Tzvetan en Ger Groot, "Conversación con Tzvetan Todorov. Un humanismo bien temperado" [en línea] *Revista de Occidente*, Núm. 328, Septiembre 2008 http://www.ddooss.org/articulos/otros/Todorov_Tzvetan.htm [consulta: 7 de febrero de 2013].

Vargas Benavente, Raphael, "Historia, discurso e infracción en El Conde Lucanor" [en línea] *Tinkuy. Boletín de investigación y debate*, Núm. 15, Febrero 2011, 18 pp., Montreal dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3415405.pdf [consulta: 25 de octubre de 2012].

Filmografía

Contreras, Ernesto & José Manuel Cravioto (2010) *Seguir siendo* [Documental] México: Agencia SHA, FOPROCINE.

Flaherty, Robert (1922) *Nanook el esquimal* [Documental] EUA-Francia: Pathé Exchange.

Flaherty, Robert (1934) *Los hombres de Arán* [Documental] Gran Bretaña: Gainsborough Pictures.

Gabbert, Laura & Justin Schein (2009) *No impact man* [Documental] Estados Unidos: Eden Wurmfeld Films / Shadowbox Films Inc.

Hernández, Roberto & Geoffrey Smith (2011) *Presunto Culpable* [Documental] México: Abogados con Cámara; Instituto Mexicano de Cinematografía CONACULTA; Fondo para la producción cinematográfica (FOPROCINE).

Houston, John (1945) *The Battle of San Pietro* [Documental] Estados Unidos: The Army Pictorial Service.

Bibliografía

- Marker, Chris (1982) *Sans Soleil* [Documental] Francia: Argos Films.
- Minh-ha, Trinh (1982) *Reassemblage* [Documental] Estados Unidos: Jean-Paul Bourdier.
- Nolan, Christopher (2010) *Inception* [Ciencia Ficción] Estados Unidos: Legendary Pictures, Syncopy Films y Village Roadshow Pictures.
- Riefenstahl, Leni (1934) *El triunfo de la Voluntad* [Documental] Alemania: LeniRiefenstahl-Produktion, Reichspropagandaleitung der NSDAP.
- Rouch, Jean & Edgar Morin (1960) *Cronique de un été*. [Documental] Francia: AnatoleDauman.
- Rubio, Olallo (2012) *Gimme the power*. [Documental] México: AMATEUR FILMS
- Rulfo, Juan Carlos & Carlos Loret de Mola (2012) *De panzazo*. [Documental] México: Mexicanos primero
- Vertov, Dziga (1929) *El hombre de la cámara* [Documental] Unión Soviética: VUFKU, DzigaVertov.
- Watt, Harry & Basil Wright (1936) *Night mail* [Documental] Gran Bretaña: GPO Film Unit, Harry Watt y Basil Wright.
- Wenders, Wim (1999) *Buena Vista Social Club*[Documental] Alemania-Cuba-EUA-Gran Bretaña-Francia: Road Movies Filmproduktion.

Videos

- “The Office US webisodes” [en línea] http://www.nbc.com/The_Office/webisodes/ [consulta: 3 de diciembre de 2013].
- “The Office US” [en línea] <http://www.miratheoffice.com/> [consulta: 4 de septiembre de 2012].
- “The Office US” [en línea]<http://www.nbc.com/the-office/video/categories/season-9/1417929>
- “Whatch The Office online for free” [en línea] <http://www.theoffice.so/> [consulta: 3 de diciembre de 2013].
- Bernard, Andy, “Sit here and cry” (Auto tuned version) [en línea] http://www.youtube.com/watch?v=7Ks_wf1O0mA[consulta: 3 de diciembre de 2013].
- s/a, “When I first saw the office” [en línea] BBC TWO <http://www.bbc.co.uk/programmes/p00j19yx>[consulta: 4 de septiembre de 2012.