

“El criado pesado”: La caracterización en la serie *Águila Roja*

“The annoying servant”: Characterization in the TV series *Águila Roja*

Luisa Chierichetti

Università degli Studi di Bergamo. luisa.chierichetti@unibg.it

Recibido: 14/05/2017. Aceptado: 10/10/2017

Resumen: El presente artículo, partiendo de los más recientes estudios sobre el discurso *telecinemático*, pretende contribuir a la investigación en el ámbito de la lingüística aplicada a las series televisivas, las cuales constituyen uno de los productos culturales populares más influyentes en la sociedad contemporánea. El corpus de estudio está compuesto por los guiones completos de la exitosa serie *Águila Roja*, emitida por Radio Televisión Española entre 2009 y 2016. Compaginando técnicas de la lingüística de corpus y del análisis del discurso, este estudio examina la caracterización de Sátor, uno de los personajes principales de la ficción, a través de la co-construcción del significado elaborada por la audiencia televisiva. Los resultados sugieren que el discurso del personaje está caracterizado por el uso del registro coloquial contemporáneo y por incongruencias y anacronismos, rasgos que crean humor y familiaridad con los espectadores.

Palabras clave: series televisivas; discurso telecinemático; caracterización; lingüística de corpus; análisis del discurso.

Abstract: This article, based on the most recent studies on *telecinematic* dialogue, proposes a contribution to linguistic research on television series, one of the most influential popular cultural products in contemporary society. The work is based on the complete scripts of the successful Spanish series *Águila Roja*, aired on Radio Televisión Española between 2009 and 2016. Combining techniques of corpus linguistics and discourse analysis, this study examines the characterization of Sátor, one of the main characters of this fiction, through the co-construction of the meaning, as processed by the television audience. The results suggest that Sátor’s discourse is characterized by the use of contemporary colloquial language and by incongruity; such features create humor and familiarity with the audience.

Keywords: television series; telecinematic discourse; characterization; corpus linguistics; discourse analysis.

» Chierichetti, Luisa. 2017. “El criado pesado”: La caracterización en la serie *Águila Roja*”. *Quaderns de Filologia: Estudis Lingüístics* 22: 57-78. doi: 10.7203/qf.22.11301

1. Introducción

En este artículo nos ocupamos del lenguaje de las series televisivas y especialmente de cómo se utiliza para crear la identidad expresiva de los personajes. Siguiendo a Bednarek (2010, 2011a, 2011b, 2012a, 2012b, 2015a, 2015b) y los trabajos sobre la caracterización en textos teatrales de Culpeper (2001, 2009), recurrimos a las herramientas de la lingüística de corpus y del análisis del discurso para examinar los guiones originales de una serie española de gran éxito, *Águila Roja*, indagando en la construcción de uno de los personajes principales, Sátor.

La caracterización lingüística de personajes en la ficción audiovisual ha sido objeto de cierto interés especialmente con referencia a las series televisivas norteamericanas, que actualmente gozan de un abrumador éxito a nivel mundial. Recordemos, sin pretensión de exhaustividad, algunas investigaciones de relieve a partir del volumen de Baker (2005), en el que se combina la sociolingüística y la lingüística de corpus en la construcción de la identidad homosexual, dedicando un capítulo a los personajes gais de la serie *Will and Grace*. También Wodak (2009), estudiando la relación compleja y cambiante entre la política y los medios de comunicación, examina la construcción discursiva del héroe en la serie *The West Wing*. Bednarek, en su volumen sobre el lenguaje de la ficción televisiva (2010), así como en algunos ensayos posteriores (2011a, 2011b, 2012a, 2012b) sobre la caracterización de los personajes de series, ofrece una reflexión sobre las características de la ficción en la pequeña pantalla uniendo los temas de la multimodalidad, el género y la audiencia con la creación de una “identidad expresiva del personaje”, utilizando técnicas de análisis de corpus y el análisis discursivo ‘manual’. Bubel (2006) dedica su trabajo de tesis doctoral a la construcción discursiva de las relaciones entre personajes, centrándose en la amistad en *Sex and the City*. La caracterización lingüística de personajes de series es investigada por Bubel & Spitz (2006), Gregori Signes (2007) y Richardson (2010) focalizando los medios del humor verbal y la descortesía, y por Mandala (2007, 2008, 2011), quien se centra en relevantes recursos discursivos en inglés, como el uso de adjetivos en -y, el cambio de código del inglés al chino y la cortesía lingüística.

Hasta el momento, que sepamos, las investigaciones sobre la creación de personajes en series españolas se ciñen al ámbito de la comunicación y de la sociología más que al lingüístico, como las de Galán

Fajardo (2007) y González de Garay (2009) sobre construcción de género y López & Cuenca (2005), Galán Fajardo (2006), Igartua, Barrios & Ortega (2012) y Marcos & Igartua (2014) sobre estereotipos sociales. *Águila Roja* ha suscitado interés a nivel académico como fenómeno de audiencia (Barrientos Bueno, 2011, 2012) y por su desarrollo transmediático (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012; Guerrero, 2014).

Nos proponemos comprobar, a través del análisis del discurso de uno de los personajes principales y más populares de *Águila Roja*, el del criado Sátor, cómo los rasgos coloquiales y cierta incongruencia y tendencia al anacronismo en sus diálogos están muy lejos de ser producto de descuido o torpeza por parte de los autores de la serie; por lo contrario, sostenemos que son el producto de una caracterización orientada a crear un personaje contemporáneo y cercano al público, una figura que escapa del marco ficcional del Siglo de Oro para acercarse al universo de la audiencia televisiva. A este fin, realizamos en primer lugar una breve síntesis del tema y de las características más sobresalientes de la serie y delimitamos el marco contextual de nuestro análisis, el discurso telecinemático. Posteriormente, presentamos el corpus de trabajo y la metodología, para luego exponer nuestro análisis y llegar a las conclusiones.

2. *Águila Roja*

Águila Roja es una serie de televisión contemporánea, creada por Daniel Écija, Pilar Nadal, Ernesto Pozuelo y Juan Carlos Cueto, producida por Globomedia para Radio Televisión Española y emitida en La 1 desde el 19 de febrero de 2009 hasta el 27 de octubre de 2016. Se compone de nueve temporadas y 116 episodios. Desde su primer episodio logró un gran éxito de audiencia, con un 30 % de cuota de pantalla y más de cinco millones de espectadores. Su calidad televisiva ha sido reconocida por la industria de la televisión, ya que la serie ha cosechado un total de 37 premios, más otras 17 nominaciones¹. La serie ha sido emitida en su versión original o adaptada en decenas de países². A partir de la producción

¹ Obtuvo el Premio Ondas (2010) a la mejor serie nacional, el TP de Oro (2009, 2010 y 2011), la Medalla de Plata del Festival de Televisión de Nueva York, el premio como Mejor Serie del Festival de TV de Vitoria y seis premios de la Academia de TV (www.globomedia.es/2005-2009) [Acceso 29/3/2017].

² https://es.wikipedia.org/wiki/Águila_Roja [Acceso 29/3/2017].

audiovisual convencional se ha desarrollado un producto transmedia, también galardonado como “Mejor contenido multiplataforma” (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012: 107). Los fans de la serie tienen a disposición un micrositio en la web de RTVE³ que vehicula la información oficial de la serie, permite el consumo bajo demanda de todos sus capítulos, fomenta la interacción con los diferentes públicos (encuestas, foros, redes sociales) y da acceso al sitio web miaguilaroja.com, centrado en un videojuego. Consideramos, pues, que se trata de un producto que ha suscitado un interés considerable no solo dentro, sino también fuera del panorama cultural español.

La web de RTVE presenta así la serie, en la que se hibridan varios géneros televisivos (aventuras, histórico, cómico, romántico) (Barrientos Bueno, 2011: 5), una “dramedia” (es decir, una mezcla plausible de elementos dramáticos y cómicos) de capa y espada (Guerrero, 2014: 241) destinada a la audiencia familiar:

Televisión Española entra de lleno en el género de aventuras de época con *Águila Roja*, una producción de Globomedia para toda la familia ambientada en el Siglo XVII español. Con *Águila Roja* nos adentramos en una serie de aventuras e intriga sobre el valor, la nobleza, la amistad y el amor. El protagonista, interpretado por David Janer, es un héroe anónimo justiciero del Siglo XVII –conocido con el apelativo de *Águila Roja*– que ayuda a los débiles y que está empeñado en desenmascarar la conspiración que se esconde tras el asesinato de su joven esposa y en conocer sus orígenes⁴.

3. El diálogo telecinemático

Utilizamos, siguiendo a Piazza, Bednarek & Rossi (2011a), el adjetivo *telecinemático* al referirnos a características compartidas entre el lenguaje ficcional y narrativo por el cine y la televisión; aunque hay diferencias intrínsecas entre los dos medios, es especialmente significativo el hecho de que ambos discursos estén regulados por el doble plano de comunicación que caracteriza a todo discurso en la pantalla –y, hasta cierto punto, también al discurso teatral– (Piazza, Bednarek & Rossi, 2011b: 1):

³ <http://www.rtve.es/television/aguila-roja/> [Acceso 29/3/2017].

⁴ www.rtve.es/television/aguila-roja/serie [Acceso 29/3/2017].

At the utter level there is a relationship between dramatist(s) and audience(s); within that are the displayed relationships between characters (Richardson 2010: 188).

El diálogo telecinemático está cuidadosamente diseñado para los oyentes no ratificados⁵, para que puedan reconstruir los conocimientos compartidos entre los participantes en la conversación (Bubel, 2008: 69); la audiencia, para comprender el discurso telecinemático, lo “co-construye” utilizando una base de conocimientos compartidos activados por modelos cognitivos o *frames*, nacidos del conocimiento del mundo; este incluye no solo la realidad, sino también el mundo ficcional de los personajes televisivos y cinematográficos (Richardson, 2010: 127, 143). Con respecto a los espectadores circunstanciales u oyentes furtivos en el mundo real, los espectadores de películas no tienen derechos o responsabilidades conversacionales, ni pueden negociar el significado con los hablantes, tomando parte en el intercambio; estas dos desventajas hacen que el diseño de diálogos telecinemáticos sea un reto para el equipo de producción (Bubel, 2008: 63-64).

El diálogo telecinemático nunca es realista, porque siempre está diseñado en función de una audiencia; sobre todo, en el caso de las series, está ahí para “engancha” a los espectadores (Bednarek, 2010: 64; 2012a: 57). Este diálogo profesional exige que cada personaje tenga una voz propia, pero su función principal es “hacer que progrese la trama, dar información, revelar psicología o datos, establecer conflictos, ofrecer contextos del pasado”; el diálogo no solo se mantiene entre personajes, sino que aparece también en las narraciones con voz en *off*, en los pensamientos expresados con voz en *off* y en los monólogos (Fernández Tubau, 2012: 180).

Es importante señalar que, sin duda, la esencia de los personajes va más allá del uso de la lengua, y no solo porque se trate de personajes televisivos; los esquemas de los personajes son constructos cognitivos y su interpretación se halla en la intersección del mundo dramático y

⁵ Es conocida la clasificación de los oyentes establecida por Goffman (1981: 124-159), que distingue entre, por un lado, los participantes ratificados (*ratified participants*), divididos entre destinatarios directos (*addressed recipients*) y destinatarios indirectos (*unaddressed*), y, por otro, los espectadores no ratificados o circunstanciales (*bystanders*), divididos, a su vez, en oyentes casuales (*overhearers*) y oyentes furtivos (*eavesdroppers*).

del mundo real, tal y como existen en la mente del telespectador (Richardson, 2010: 149). Con todo, una de las funciones del diálogo es la revelación del personaje y el descubrimiento por parte de los espectadores de información acerca de los estados mentales y de la personalidad del personaje (Bednarek, 2010: 101), ya que, en palabras de Culpeper (2009: 31), “it is the speech of each character that partly determines the different characters we perceive”.

El significado de los diálogos ficcionales nace de la colaboración entre guionistas y público. Por un lado, los guionistas cuentan con el conocimiento esquemático que tiene la audiencia y hacen suposiciones acerca de los seres que ya pueblan los mundos cognitivos de su audiencia ideal de referencia; por otro lado, el público colabora facilitando esquemas apropiados y se acerca a la audiencia imaginada por los autores (Richardson, 2010: 150).

En las series televisivas, la extensa duración de la ficción permite que el público desarrolle un apego especial hacia determinados personajes y un conocimiento profundo de los acontecimientos contados (Richardson, 2010: 57). Los personajes, también a través de la caracterización de su forma de expresarse, “fidelizan” la audiencia, ya que los espectadores/oyentes entablan con ellos una relación especial (Bednarek, 2012a: 201). Este fenómeno es algo que hoy en día podemos documentar por lo menos en parte, ya que en la era de la Web 2.0 el público disfruta expresando sus gustos y sus emociones a través de géneros como las redes sociales, los blogs, y los *fandoms*, en un ámbito transmedia en el que se sitúan fácilmente los mencionados desarrollos multiplataforma de *Águila Roja*.

Nuestro análisis pretende demostrar que la audiencia de *Águila Roja*, después de reconocer a Sátor como criado del siglo XVII, basándose en la ambientación explícita de la serie, lo recategoriza como ‘contemporáneo’ a través de su discurso cercano al habla coloquial actual y en tanto que se percata de que el diálogo va más allá del intercambio diegético ‘normal’, ya que se dirige directamente al oyente furtivo. De esta manera, se rompe la ilusión de que el espectador esté solamente escuchando de manera furtiva a los personajes y se pone de manifiesto que el diálogo se dirige al público, violando el principio de la suspensión de la incredulidad y a la vez “sorprendiendo” al espectador en el acto de escuchar furtivamente (Kozloff, 2000: 57). A este efecto, que crea emoción e impresión de cercanía en la audiencia, se le añade, además,

un efecto humorístico que nace de la interrupción de la convención narrativa (Ruiz Gurillo, 2012: 26).

4. Corpus de estudio y metodología

4.1. *Corpus*

Nuestro corpus se compone de guiones; se trata, por lo tanto, de textos escritos para ser oralizados como algo no escrito, según la clasificación de Gregory & Carroll (1978: 47).

Hemos tenido acceso a los 116 guiones originales de la serie, en sus versiones definitivas, que resultan ser, según leemos en las portadas de los documentos, la número cuatro o cinco (en tres casos la seis). Es normal que en la ficción televisiva se redacten varios borradores, que se modifican sobre la base de relecturas y revisiones comunes. La creación de guiones de series es una tarea colectiva llevada a cabo por escritores que trabajan en equipo y se sitúa en específicas condiciones sociales específicas de producción dentro de la industria televisiva (Richardson, 2010: 63-64).

Analizamos el corpus completo de los guiones de la serie *Águila Roja*, del que hemos extraído los subcorpus *Sáthur*, correspondiente a los diálogos de este personaje, y *Otros*, que reúne los diálogos de todos los demás personajes; los datos cuantitativos se resumen en la tabla 1:

	<i>Número de types</i>	<i>Número de tokens</i>
<i>Corpus completo</i>	36.009	1.575.600
<i>Sáthur</i>	12.404	163.686
<i>Otros</i>	24.123	578.481

Tabla 1: Datos del corpus y de los subcorpus

La información contenida en el corpus completo corresponde al conjunto de todos los guiones, en los que se incluyen no solo los diálogos, sino también las acotaciones, las descripciones y las indicaciones de voz y de encabezado de escena, es decir, toda la información que los guionistas consideran necesaria para la construcción de la serie. Los datos presentados en la tabla 1 también evidencian la importancia cuan-

titativa del diálogo de Sátor, que de por sí cubre un tercio del diálogo de los treinta personajes de que se compone la serie.

Este tipo de información también va contenida en la tabla 2, que presentamos más abajo, que contiene las cincuenta palabras más frecuentes del corpus completo; en ella observamos que la palabra “Sátor” es la palabra léxica de mayor frecuencia tras las palabras gramaticales; el dato, correspondiente a 23.068 casos, nos permite comprobar la enorme presencia de referencias a este personaje en los guiones y, por lo tanto, su relevancia y presencia discursiva en la serie, inferior solo a la del protagonista (17.128 casos de “Gonzalo” a los que hay que añadir los 6118 de “Águila”, “Águila Roja”, “AR” y “A.R”, en un total de 23.246 casos).

la, de, a, que, el, y, se, no, en, sátor, un, con, gonzalo, lo, marquesa, le, los, una, por, mira, al, comisario, es, su, está, margarita, día, las, pero, me, qué, catalina, del, alonso, para, águila, te, roja, ha, cipri, si, va, yo, muy, ese, ya, nuño, cardenal, más, mi

Tabla 2: Listado de las primeras 50 palabras más frecuentes en el corpus completo

A la hora de crear los subcorpus *Otros* y *Sátor* con el objetivo de definir la caracterización del personaje de Sátor, hemos eliminado los encabezados y las descripciones, dejando solo, junto con los diálogos, las acotaciones y, en el subcorpus *Otros*, también los nombres de los personajes; las acotaciones nos brindan elementos de tipo contextual, mientras que los nombres de los personajes sirven para desambiguar las líneas de cada uno de ellos. Ambos subcorpus han sido examinados y corregidos manualmente, ya que la complejidad de la redacción de los guiones no permite una selección automática completa. El análisis del corpus y de los subcorpus se ha llevado a cabo utilizando las herramientas del programa AntConc, en su versión 3.4.4w (Anthony, 2014).

4.2. Metodología

Para nuestro análisis partimos de la amplia noción de identidad expresiva del personaje de ficción televisiva formulada por Bednarek (2011a). La autora la describe como el conjunto de “those character traits that concern emotions, attitudes, values, and ideologies, which all have a

strong element of subjectivity”, que se construye a través de recursos expresivos de tipo verbal y no verbal, en un contexto y cotexto determinado (Bednarek, 2011a: 9-10; 13).

Utilizamos la búsqueda de palabras clave (*Keywords*) y de n-gramas (*N-grams*) a través de AntConc para comparar el discurso de Sátor con el de los demás personajes y luego desambiguarlos a través de la función de Concordancias (*Concordances*) comprobando sus distintos usos, así como analizando las funciones específicas que cumplen (Bednarek, 2012a: 59).

Según Culpeper (2001: 199) las palabras frecuentes de un personaje pueden considerarse marcas estilísticas cuando se comparan con una norma apropiada, es decir, un corpus de referencia para cuya construcción “no hay reglas mágicas”. Las palabras clave se relacionan directamente con la caracterización del personaje al ser palabras cuya frecuencia, o repetición, difiere de manera significativa de una pauta. Comparando el subcorpus *Sátor* con el subcorpus *Otros*, de mayor extensión, utilizado como corpus de referencia, obtenemos las palabras inusualmente frecuentes (o inusualmente infrecuentes), es decir, las palabras clave (Culpeper, 2009: 33). En la tabla 3, que contiene las primeras cincuenta palabras clave de *Sátor*, observamos que, al lado de unas pocas palabras gramaticales, el discurso del personaje presenta una alta frecuencia de sustantivos, pronombres personales, conectores y marcadores, verbos en primera y tercera persona del singular y disfemismos relacionados con palabras tabú.

<i>RANK</i>	<i>FREQ</i>	<i>KEYNESS</i>	<i>KEYWORD</i>
1	2974	8602.229	amo
2	1467	1834.199	usted
3	353	937.742	joder
4	8689	833.119	que
5	688	398.991	pues
6	1895	371.289	pero
7	182	363.695	mire
8	1689	349.958	le
9	3464	334.952	y

<i>RANK</i>	<i>FREQ</i>	<i>KEYNESS</i>	<i>KEYWORD</i>
10	2252	274.910	se
11	737	266.226	va
12	1547	251.253	yo
13	100	249.276	cojones
14	437	233.306	dios
15	225	229.851	digo
16	119	227.778	Cipriano
17	94	219.229	cago
18	439	215.131	porque
19	1490	186.500	si
20	295	181.947	sabe
21	2374	179.284	me
22	80	176.593	leches
23	78	136.472	chiquillo
24	48	123.792	coño
25	302	121.998	ahí
26	56	118.142	parió
27	480	117.885	ni
28	181	117.295	eh
29	612	109.965	esto
30	521	102.156	tiene

Tabla 3: Primeras 30 palabras clave del subcorpus *Sátur*

En nuestro análisis consideramos que la significancia estadística de n-gramas, entendidos como conjuntos de palabras que pueden aparecer juntas en un texto con un orden consecutivo determinado, puede ser relevante a la hora de caracterizar a un personaje (Bednarek, 2012: 205). Finalmente, el análisis de concordancias para la caracterización de los personajes nos permitirá analizar listas de todas las ocurrencias de de-

terminadas palabras del corpus, incluyendo su cotexto (a la izquierda y a la derecha).

A través del análisis del corpus nos planteamos comprobar cómo el personaje de Sátor se construye de manera implícita (Culpeper, 2001) por medio de algunas pautas discursivas típicas del registro coloquial oral (Briz Gómez, 2011), entre las que destacamos el uso de vocativos, la intensificación por medio de disfemismos y la de la relajación articulatoria (evidentemente en su reproducción gráfica), rasgos en parte compartidos por otros personajes de rango plebeyo frente a los de estamentos superiores. Las pautas repetidas crean una identidad expresiva relativamente estable, siendo precisamente la estabilidad un rasgo comprobado en la ficción serial, ya que se relaciona con la fidelización de la audiencia a lo largo de un periodo de tiempo extendido (Bednarek, 2011b: 187-197). Al centrarnos posteriormente en algunas incongruencias y anacronismos, argumentamos cómo todos estos rasgos contribuyen a crear un personaje gracioso, familiar y cercano a la audiencia televisiva, según corroboramos apoyándonos en documentos de la producción televisiva (la *biblia*⁶ de la serie) y en el cotejo de comentarios expresados a través de la red social Twitter.

5. Análisis

Investigamos el habla de Sátor aplicando la metodología propuesta en el apartado anterior para explorar las pautas textuales implícitas que dan lugar a la caracterización del personaje, es decir, las que se infieren a partir de datos como pueden ser los rasgos léxicos y sintácticos o la estructura conversacional (Culpeper, 2001: 172).

En los datos contenidos en la Tabla 3 hallamos “amo” como primera palabra clave, “usted” como segunda, y “yo” en la posición 12. A través de la búsqueda de bigramas en el subcorpus *Sátor* (tabla 4), resulta especialmente significativa la reiterada presencia del vocativo “amo” en determinadas secuencias de palabras, que también revela su uso preponderante como apelativo directo:

⁶“La biblia es un documento escrito donde se detallan y se explican, en distintos apartados, todos los aspectos importantes relacionados con una serie de televisión [...] Suele ser un documento que se elabora a priori aunque va sufriendo modificaciones en el proceso. Debería servir como base de los futuros guionistas, actores y directores que entren en el proyecto una vez empezado” (Ríos San Martín & Olivares, 2012: 45).

<i>Bigramas</i>	44	no, amo	8	eso, amo
<i>Número total de</i>	30	joder, amo	8	nada, amo
<i>Agrupación de Tipos:</i>	28	sí, amo	7	esto, amo
<i>665</i>	26	el amo	7	oiga, amo
<i>Número total de</i>	17	mi amo	7	pasa, amo
<i>Agrupación de</i>	15	pero, amo	7	siento, amo
<i>Tokens: 1070</i>	14	ver, amo	7	yo, amo
	12	amo, amo	6	al amo
	11	¡amo! ¡amo!	6	dios, amo
	11	espere, amo	6	verdad, amo

Tabla 4: Primeros 20 bigramas con *amo* del subcorpus *Sátur*

Interpretamos la conspicua frecuencia de uso del vocativo como una de las pautas características del registro coloquial oral: la voz del “tú” aparece junto al “yo” casi siempre de forma directa, y ambas pueden representar una estrategia retórica de intensificación (Briz Gómez, 2011: 84). El vocativo, destinado a facilitar la apertura del canal de comunicación (Vigara Tauste, 1997), crea una repercusión afectiva y orienta con bastante precisión acerca del carácter de *Sátur* y de su estrecha relación con *Águila Roja*. Ya que, como señala Bednarek (2011a: 13), los recursos expresivos pueden ser exclusivos de un personaje, o bien pueden ser compartidos por otros, también los buscamos en el subcorpus *Otros*. En este subcorpus, los bigramas que contienen la forma nominal “amo” (desambiguada manualmente de la forma verbal) son 34, pero su uso como apelativo aparece solo 3 veces, y precisamente en unas notas escritas por *Sátur* (p. ej. “Amo, me han secuestrado, y no sé quién. *Sátur*”), mientras que en el subcorpus *Sátur* la misma búsqueda nos ha permitido encontrar 665 ocurrencias (tabla 4), de las que solo 26 no son apelativos, según una comprobación manual. El uso de “amo” como vocativo es, por lo tanto, distintivo de *Sátur* y de su manera de dirigirse a *Águila Roja*.

Leemos la presencia de “usted” como segunda palabra clave del subcorpus dentro de la misma estrategia de realce del papel del interlocutor de la enunciación (Briz Gómez, 2011: 85), ya que el criado, coherentemente con su papel, se dirige a su amo con el tratamiento de cortesía. Con la herramienta de concordancias y un control manual encontramos que *Sátur* utiliza “usted” para dirigirse a Gonzalo 1434 veces de 1467, como en los ejemplos que siguen:

1 , sin tocar... Amo, ya sabe que yo con usted hasta la muerte, pero ¿de verdad
 2 aquí me tocó la leprosa... Y ya ve usted para qué nos hemos metido en e
 3 yo sin manos puedo pasar pero sin... Usted ya me entiende. Madre mía. No,
 4 un revuelto ¿eh? ¡"Cuidao" amo! ¿Está usted seguro? Igual no es el mejor mo
 5 . (Lo sigue) Si yo lo digo porque sigue usted ahí... dándole que te pego a la ca
 6 castigue... Su mujer no murió porque usted se retrasara, murió porque... teni
 7 Cojo ¡Pero bueno! ¡Siempre en medio, usted siempre en medio! Pero ¿es que
 8 lo es el momento, amo... Que no lleva usted el traje de pajarraco... Pero ¿cóm
 9 no? Pues no lo cambio ¿eh? Lo explica usted así, que tampoco es tan raro, yo
 10quito de rebeldía, ¿no?... (Calmándolo) Usted tranquilo y mano izquierda... Ho
 11 ora? Perdóneme señor amo pero mire usted su planteamiento: no lo despiert
 12 a esta gente, y no sé si tiene usted...el tacto necesario. (Grita) Vamo:
 13 que cortar. Son demasiados hasta para usted. Es mejor escapar. Ya encontrará
 14 do con Alonso. (Bajando la voz) Tiene usted un chiquillo... Qué comprensivo

Esta enorme preponderancia es, por un lado, una pista que refuerza la consideración del criado con respecto a su amo, y, por otro, confirma la relación interpersonal que los une, basada en una situación vivencial de proximidad. La elevada frecuencia de uso contribuye a caracterizar al personaje (Bednarek, 2011b: 202) como especialmente locuaz e insistente, rasgo que también comentamos al interpretar la tabla 1; se trata de una peculiaridad que los autores de los guiones consideran central, como comprobamos en la *biblia*, en la que a Sátor se le denomina “el criado pesado”, describiéndole de esta manera:

25 años. Judío converso, buscavidas, pesado, gracioso y metepatas pero fiel hasta la muerte con su señor Gonzalo que lo rescata de la cárcel. Le sirve como escudero, criado, consejero... Es el único que sabe el secreto de su jefe y le ayuda en sus aventuras. Referente: Asno en Shrek.

La presencia de disfemismos relacionados con palabras tabú entre las palabras clave del corpus *Sátor*, según vemos en la tabla 3 –“joder” con 353 ocurrencias, “cojones” con 100, “cago” con 94, “leches” con 79⁷, “coño” con 48–, nos conduce al ámbito de la intensificación de actitud en el registro coloquial oral (Briz Gómez, 2011: 98) (ejemplos

⁷ Con una desambiguación manual a través de concordancias, comprobamos que en una ocurrencia no se trata de un disfemismo.

1, 2), junto con el intensificador sintáctico “la madre que me/los/etc. parió” (ejemplo 3):

- (1) Amo, que sigo vivo porque me debió ver esmirriao o algo... ¡Que lo vi con mis propios ojos, me cago en la leche! (*Águila Roja*, capítulo 51)
- (2) ¡Joder, por aquí ya he pasado tres veces! (Lloriqueando) ¡Me cago en las ratas, me cago en el pan y me cago en todo lo cagable! ¡Amooo! (*Águila Roja*, capítulo 12)
- (3) ¡Mire! ¡Mire lo que hemos conseguido! Estamos en una jaula, como animales pa la cena... Porque esto es una jaula, ¿no? (irónico) Aunque igual es sólo mi imaginación de ignorante. (Mordiendo las palabras) ¡La madre que me parió! (*Águila Roja*, capítulo 20)

Aunque este tipo de estrategia de realce resulta ser clave para el personaje de Sátor, al buscar en el subcorpus *Otros* las concordancias de *jo-der* (31 repeticiones), *cag** (24), *parió* (10), averiguamos manualmente que los mismos rasgos enfáticos son compartidos por los personajes del pueblo (Cipriano, Catalina, Sancho), no por los que pertenecen a estamentos superiores (el Comisario y los nobles, como la Marquesa, el Rey, etc.). Este resultado nos plantea que la caracterización de los personajes tiene en cuenta no solo su dimensión individual, sino también la de su condición social.

La tercera y última pauta que consideramos que reconduce el discurso de Sátor al lenguaje coloquial es la reproducción gráfica de la pronunciación descuidada o popular (Briz Gómez, 2011: 95; Díaz Castañón, 1975: 115), como el uso de *pa/pa'* por *para* (véase también el ejemplo 3), así como la relajación del sufijo *-ado* en *-ao* (véase también el ejemplo 1), una característica visible a través de la herramienta de Concordancias (108 ocurrencias de *pa* y 181 de **ao*, comprobadas manualmente); a continuación presentamos los primeros 20 resultados por *pa* y *pa'*:

La búsqueda de concordancias en el subcorpus *Otros* nos devuelve 89 ocurrencias de *pa/pa'* y 134 de **ao*, también delimitados al discurso de las figuras más humildes, lo que confirma la inclusión de Sátor en este grupo social.

1 bebido! ¡Pero si hueles a jumilla que tira pa'tras! (imitándole) "No he bebido, no he bebido"
 2 , algo... Pues que hay que tener ojo, que pa algunas cosas se cree muy mayor... Claro, ¿cómo
 3 , menos las penas, esas se las guarda bien pa él, pa que tú no sufras. Mira, harás
 4 penas, esas se las guarda bien pa él, pa que tú no sufras. Mira, harás lo que
 5 pero antes te digo una cosa; pides mucho pa lo poco que das. Y él te ha
 6 plumas. Tú sí que eres lechuzo, anda tira pa dentro. Déjelo descansar que está creciendo. Ho
 7 es la madre de Gabi? (Reflexivo) Hay gente pa todo. (Agobiado) Yo me estoy perdiendo. ¡Mataro
 8 cavando en un cementerio... (Molesto) No, si tú pa perro bien, por lo del olfato, pero pa
 9 pa perro bien, por lo del olfato, pero pa persona... Eso digo yo... (Mira a Gonzalo de
 10 dolorido) El suelo está como la patena, amo... Pa mí que éstos usan amoniaco... (Encogíendose de
 11 le llevo la casa. El pregonero no está pa cosas particulares Cipri. Está pa lo importante
 12 egonero no está pa cosas particulares Cipri. Está pa lo importante, los ahorcamientos, las decapitac
 13 que lo afloriturio y lo adorno un poco pa dejarte como un héroe! ¡Mira yo ya no
 14 bien que lo hacías, que hasta cuando estabas "pa" entrenar se te veían maneras. (Tierno) Si tú
 15 Gonzalo no le hace gracia) Era un bromita, pa distender el momento. (Sirviendo) Ahí está, gac
 16 noche se han oído alaridos en el bosque. Pa mi que está pasando algo, y el guerrero
 17 leche! (Corrige) La que traigo yo, digo... ..pero pa leche, la que casi me meto al verla
 18 una camisa nueva, amo, que ésta ya está pa hacer trapos... ¿En las de las setecientos pasill
 19) Ahora que... dile a la señora que yo pa perro no tengo precio... Que no veas cómo
 20 icieran "iguá!", se debió pegar un hostión, que... pa no contarlo... "Una moza muy fornida/ la miel

Resumiendo, el personaje de Sátor se caracteriza por la gran extensión de discurso producido (por la importancia cuantitativa de sus diálogos y la abundancia de enunciados dirigidos a su amo), por la estrecha relación que le une con *Águila Roja* (la comprobamos en el uso muy extendido del vocativo “amo” y del pronombre de cortesía “usted”) y por el uso de un registro coloquial, marcado por la pronunciación descuidada y la intensificación a través de disfemismos relacionados con palabras tabú. El registro coloquial también lo inscribe en un estrato social inferior con respecto a los personajes más poderosos. En palabras de Bednarek (2010: 125) la identidad expresiva, pues, combina la individual y la social, y es a la vez una manera de expresar la identidad única de un personaje y de alinear simultáneamente a este con un grupo que expresa similares identidades expresivas.

La desviación que se produce entre la situación comunicativa y la coloquialidad contemporánea del discurso de Sátor crea un efecto humorístico basado en la interrupción de la convención narrativa (Ruiz Gurillo, 2012: 26) ambientada en el siglo XVII. Este procedimiento es especialmente llamativo cuando Sátor incorpora a su discurso referencias totalmente incongruentes con el contexto histórico en el que se hallan –evidentemente inteligibles solo para el público– o bien unas unidades léxicas y fraseológicas coloquiales indiscutiblemente actuales, como en los ejemplos siguientes:

- (4) (Descubriéndose) Decir criado es simplificar mucho mi condición. En realidad soy ayuda de cámara, postillón, paje, cocinero. Vamos que ordeno a las personas y las cosas, se podría decir que soy un ordenador personal. (*Águila Roja*, capítulo 1)
- (5) Que... como el gorro es talla única, me queda grande. Y los ojos que... que no veo. (*Águila Roja*, capítulo 24)
- (6) Como nos ataquen aquí, no lo contamos. Dicen que en este bosque los bandoleros primero disparan y luego... ni preguntan ni nada... te rematan y no te ponen mirando para Cuenca de milagro. (*Águila Roja*, capítulo 43)
- (7) Amo, por una vez, póngase en modo disfrute, no en modo justiciaero, haga el favor. (*Águila Roja*, capítulo 112)

El efecto humorístico se explica a partir del proceso de co-construcción del significado de la serie por la audiencia, según vimos en el apartado 3. Consideramos con Culpeper (2001) que inicialmente los espectadores activan una estrategia *top down* para situar a Sátor en el universo del siglo XVII, basándose en la ambientación de la serie; en un segundo momento, a medida que profundizan en su conocimiento del personaje, a través de la exposición al diálogo ficcional, activan las estrategias interpretativas *bottom up*, y pasan a percibir su comprensión del personaje de manera más completa, basándose en una serie de indicios textuales, entre los que se sitúan los que destacamos. Resulta así evidente la oposición entre dos marcos distintos, el del Siglo de Oro y el de la contemporaneidad, así como entre dos planos distintos: el de los destinatarios directos de los enunciados de Sátor y el de los destinatarios indirectos, a saber, la audiencia del diálogo telecinemático. Este doble conflicto crea humor e ironía en el discurso del gracioso y representa una razón de éxito para el personaje de Sátor. De hecho, siguiendo a Bednarek (2012b: 201), podemos comprobar este logro a través de algunos de los textos secundarios de los consumidores televisivos; por ejemplo, en la red social Twitter se han creado los *hashtags* #grandesatur y #PerlasSatur, de los que proponemos a continuación algunos textos⁸:

⁸ Reproducimos la graffa originaria de los *posts*.

Ana Barahona @92arcoiris 18 set 2014

Que gracia @CarmenMartin11: Amo está en modo heroe no en modo maestro asi que no se vaya por las ramas #PerlasSatur #GrandeSatur

Ramos @jesusilloramos 15 giu 2016

“La vidas felices solo pasan en los cuentos, aqui es una hostia sobre otra” #GrandeSatur

Lorena @LoreVdF 29 set 2016

Tira pa la casa y aprovecha que no estamos pa hacer limpieza general 😊😊😊😊 jajajjaaja #perlassatur #ÁguilaRoja112

“Este traje es... Amo, que si se lo pone usted se van a cagar por la pata abajo” jajajajajaaaa #PerlasSatur #ÁguilaRoja114 @aguilaroja_tve

En estos *posts* los usuarios citan y comparten los “mejores” aciertos discursivos del personaje, reconociendo como generadores de humor y de afiliación en la comunidad virtual los rasgos coloquiales y de incongruencia y anacronismo que analizamos a través del análisis de corpus y del análisis del discurso.

6. Conclusiones

En este trabajo nos hemos basado en un estudio de tipo cuantitativo y cualitativo para analizar cómo el discurso sirve dentro del trabajo en equipo de la escritura del guion, para caracterizar a un personaje de manera expresiva.

Hemos utilizado algunas técnicas de la lingüística de corpus para poner de manifiesto los rasgos más evidentes que constituyen la identidad del personaje de Sátor en la serie televisiva *Águila Roja*. La búsqueda de palabras claves y de n-gramas, profundizada a través de la exploración de concordancias, nos ha permitido comprobar, por un lado, la copiosa presencia discursiva de Sátor, traducción discursiva de la cualidad de “criado pesado” que le atribuye la *biblia* de la serie; por otro, hemos reconocido que algunas pautas repetidas –la insistencia en el uso del alocutivo “amo” y del pronombre de cortesía “usted”, el uso de disfemismos como recursos intensificadores, la pronunciación descuidada– marcan el uso del registro coloquial que caracteriza a Sátor, a la vez que lo alinean al grupo de los personajes socialmente menos

favorecidos. El uso de palabras tabú y de incongruencias –estas últimas no localizadas a través de las técnicas de corpus– sitúa decididamente al personaje en una dimensión contemporánea que contrasta con la ambientación histórica de la serie. Los resultados obtenidos a través del estudio de corpus se han insertado en el universo específico del discurso telecinemático, escrutándolos en la perspectiva de las dinámicas de co-construcción del significado que realiza la audiencia. Apoyándonos en el estudio de Culpeper (2001), argumentamos que la discrepancia entre la previsión que la audiencia hace acerca de Sátor, basándose en los rasgos de la serie, y el posterior descubrimiento de un discurso coloquial contemporáneo y de incongruencias y anacronismos patentes, crea humor e ironía (Ruiz Gurillo, 2012), efectos valorados positivamente por los espectadores que interactúan en las redes sociales. Las técnicas de la lingüística de corpus, combinadas con el análisis discursivo ‘manual’ nos han permitido delinear los rasgos principales de la identidad expresiva de Sátor que motivan el aprecio generado dentro del éxito de la serie *Águila Roja*.

Agradecimientos

Este trabajo no hubiera sido posible sin la ayuda de Andrés Cuenca Lillo, director de *casting* de cine y televisión.

Le agradezco enormemente a Roberto Bernasconi su indispensable asistencia informática en la automatización del proceso de selección de datos.

Bibliografía

- Anthony, Laurence. 2014. *AntConc* (Version 3.4.4w) [Computer Software]. Tokyo, Japan: Waseda University. <http://www.laurenceanthony.net/> [Acceso 21/3/2017].
- Baker, Paul. 2005. *Public Discourses of Gay Men*. London/New York: Routledge.
- Barrientos Bueno, Mónica. 2011. *Águila Roja*, un espectáculo de masas (de espectadores). *Comunicación* 9(1): 4-18.
- Bednarek, Monika. 2010. *The language of fictional television: Drama and identity*. London/New York: Continuum.
- Bednarek, Monika. 2011a. Expressivity and televisual characterization. *Language & Literature* 20(1): 1-19.

- Bednarek, Monika. 2011b. The stability of the televisual character: A corpus stylistic case study. En Piazza, Roberta; Bednarek, Monika & Rossi, Fabio (ed.), *Telecinematic discourse. Approaches to the language of film and television series*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 185-204.
- Bednarek, Monika. 2012a. Constructing “nerdiness”; Characterization in *The Big Bang Theory*. *International Journal of Corpus Linguistics* 17(1): 35-63.
- Bednarek, Monika. 2012b. *Get us the hell out of here*. Key words and trigrams in fictional television series. *Multilingua* 31: 199-229.
- Bednarek, Monika. 2015a. “Wicked” women in contemporary popculture: “bad” language and gender. En *Weeds, Nurse Jackie, and Saving Grace*. *Text&Talk* 35(4): 431-451.
- Bednarek, Monika. 2015b. Corpus-assisted multimodal discourse analysis of television and film narratives. En Baker, Paul & McEnery, Tony (ed.) *Corpora and Discourse Studies*. Basingstoke/New York: Palgrave Macmillan, 63-87.
- Briz Gómez, Antonio. 2011. *El español coloquial en la conversación. Esbozo de pragmagramática*. Barcelona: Ariel.
- Bubel, Claudia. 2006. *The linguistic construction of character relations in TV drama: Doing friendship in Sex and the City*. Saarbrücken, Alemania: Universität des Saarlandes dissertation. <http://scidok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2006/598/> [Acceso 21/3/2017].
- Bubel, Claudia. 2008. Film audiences as overhearers. *Journal of Pragmatics* 40: 55-71.
- Bubel, Claudia & Spitz, Alice. 2006. *One of the last vestiges of gender bias*. The characterization of women through the telling of dirty jokes in *Ally McBeal*. *Humor* 19(1): 71-104.
- Costa Sánchez, Carmen & Piñeiro Otero, Teresa. 2012. Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de *Águila Roja*. *ICONO* 14 10(2): 102-125.
- Culpeper, Jonathan. 2001. *Language and characterisation: People in plays and other texts*. London: Longman.
- Culpeper, Jonathan. 2009. Keyness: Words, part-of-speech and semantic categories in the character-talk of Shakespeare’s *Romeo and Juliet*. *International Journal of Corpus Linguistics* 14(1): 29-59.
- Díaz Castañón, Carmen. 1975. Sobre la terminación “-ado” en el español de hoy. *Revista española de lingüística* 5(1): 111-120.
- Fernández Tubau, Valentín. 2012. Diálogos en el guion. Arte y técnica. En Ríos San Martín, Manuel *El guion para series de televisión*. Madrid: Instituto RTVE, 169-207.

- Galán Fajardo, Elena. 2006. La representación de los inmigrantes en la ficción televisiva en España. Propuesta para un análisis de contenido. *El Comisario y Hospital Central. Revista Latina de comunicación social* 61. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200608galan.htm> [Acceso 21/3/2017].
- Galán Fajardo, Elena. 2007. Construcción de género y ficción televisiva en España. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación* 28: 229-236. <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=28&articulo=28-2007-28> [Acceso 21/3/2017].
- Goffman, Erving. 1981. *Forms of Talk*. Oxford: Blackwell.
- González de Garay Domínguez, Beatriz. 2009. Ficción online frente a ficción televisiva en la nueva sociedad digital. Diferencias de representación del lesbianismo entre las series españolas para televisión generalista y las series para Internet. *Actas ICONO 14*. <http://eprints.ucm.es/9856/> [Acceso 21/3/2017].
- Gregori Signes, Carmen. 2007. What do we laugh at? Gender representations in *3rd Rock from the Sun*. En Santaemilia, José; Bou, Patricia; Maruenda, Sergio & Zaragoza, Gora (ed.) *International Perspectives on Gender and Language*. Valencia: Universitat de Valencia, 726-750.
- Gregory Michael & Carroll, Suzanne. 1978. *Language and situation: Language varieties and their social contexts*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Guerrero, Mar. 2014. Webs televisivas y sus usuarios: un lugar para la narrativa transmedia. Los casos de *Águila Roja* y *Juego de Tronos* en España. *Comunicación y sociedad* 21: 239-267.
- Igartua, Juan José; Barrios, Isabel M. & Ortega, Félix. 2012. Analysis of immigration image in the prime time television fiction. *Comunicación y Sociedad* 25(2): 5-28.
- López, José Antonio & Cuenca, Francisco Antonio. 2005. Ficción televisiva y representación generacional: modelos de tercera edad en las series nacionales. *Comunicar* 25. <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=25&articulo=25-2005-147> [Acceso 21/3/2017].
- Mandala, Susan. 2007. Solidarity and the scoobies: an analysis of the -y suffix in the television series *Buffy the Vampire Slayer*. *Language and Literature* 16(1): 53-73.
- Mandala, Susan. 2008. Representing the future: Chinese and codeswitching in *Firefly*. En Rhonda V. Wilcox & Cochran Tanya R. (ed) *Investigating Firefly and Serenity: Science fiction on the frontier*. London/New York: I. B. Tauris, 31-40.

- Mandala, Susan. 2011. *Star Trek: Voyager's seven of nine: a case study of language and character in a televisual text*. En Piazza, Roberta; Bednarek, Monika & Rossi, Fabio (ed.) *Telecinematic discourse: Approaches to the language of film and television series*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 205-223.
- Marcos, María & Igartua, Juan José. 2014. Análisis de las interacciones entre personajes inmigrantes/extranjeros y nacionales/autóctonos en la ficción televisiva española. *Disertaciones: Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social* 7(2): 136-159.
- Piazza, Roberta; Bednarek, Monika & Rossi, Fabio (ed.). 2011a. *Telecinematic discourse: Approaches to the language of film and television series*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Piazza, Roberta; Bednarek, Monika & Rossi, Fabio. 2011b. Introduction: Analysing telecinematic discourse. En Piazza, Roberta; Bednarek, Monika & Rossi, Fabio (ed.). *Telecinematic discourse: Approaches to the language of film and television series*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 1-17.
- Richardson, Kay. 2010. *Television dramatic dialogue: A sociolinguistic study*. Oxford: Oxford University Press.
- Ríos San Martín, Manuel & Olivares, Javier. 2012. De la idea a la emisión. En Ríos San Martín, Manuel *El guion para series de televisión*. Madrid: Instituto RTVE, 169-207.
- Ruiz Gurillo, Leonor. 2012. *La lingüística del humor en español*. Madrid: Arco/Libros.
- Vigara Tauste, Ana María. 1997. Miao: El lenguaje coloquial (humano) en Galdós. *Espéculo* 5. https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero5/miau_vig.htm [Acceso 18/8/2017].
- Wodak, Ruth. 2009. *The discourse of politics in action*. Basingstoke/New York: Palgrave Macmillan.