

LA AUTOFICCIÓN TELEVISIVA COMO
TRANSMEDIALIZACIÓN: UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA*AUTOFICTIONAL TELEVISION AS TRANSMEDIALIZATION:
A THEORETICAL APPROACHANDREA KAISER MORO
Universidad de Granada
andreakaiser@ugr.es

RESUMEN: Este artículo se propone estudiar la expansión de la autoficción al ámbito de la ficción televisiva a través de las producciones *Curb your Enthusiasm* (HBO 2000-), *Louie* (FX 2010-), *Qué fue de Jorge Sanz* (Canal+ 2010, Movistar+, 2017), *El fin de la comedia* (Comedy Central 2014-) y *Mira lo que has hecho* (Movistar+ 2018-). Se plantea una comprensión de la autoficción en televisión como el encuentro intermedial entre la autoficción literaria, el *comedy verité* televisivo y el *stand-up comedy*, donde también operan convenciones autoficcionales. Este trabajo pretende analizar la dimensión transmedial del citado corpus en sus dos sentidos posibles: en un sentido amplio, como adaptación de la autoficción literaria (cuestión íntimamente ligada a la noción de intermedialidad) y, en sentido restringido, como narración multiplataforma que expande el universo ficcional con distintos grados de profundidad. En este último caso, se hará énfasis en el modo en que sus creadores emplean diversos canales para expandir la narración del personaje protagonista explotando la ambigüedad entre éste y la figura pública. Dado que el corpus atraviesa los años clave de la digitalización, se pretende identificar la progresiva incorporación de estrategias transmediales e intermediales en la ficción televisiva de autor, identificando sus condiciones de emergencia en la industria audiovisual y planteando un debate sobre las condiciones de su pacto narrativo.

* Este artículo se enmarca dentro del proyecto "Narrativas transmediales 2: Transmedialización y crowdsourcing en las narrativas de ficción y no ficción audiovisuales, periodísticas, dramáticas y literarias" (Ref. CSO2017-85965-P), dirigido por el profesor Domingo Sánchez-Mesa Martínez, y auspiciado por el Ministerio de Economía y Competitividad. Su autora es beneficiaria de un contrato predoctoral FPU (FPU17/01071), financiado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

PALABRAS CLAVE: Autoficción; transmedialización; intermedialidad; comedia; televisión

ABSTRACT: This article aims to study the expansion of autofiction in the field of television through the productions *Curb your Enthusiasm* (HBO 2000-), *Louie* (FX 2010-), *Qué fue de Jorge Sanz* (Canal + 2010, Movistar +, 2017), *El fin de la comedia* (Comedy Central 2014-) and *Mira lo que has hecho* (Movistar + 2018-). An understanding of the autofiction on television is proposed as the intermedial encounter between the literary autofiction, the television *comedy verité* and *the stand-up comedy*, where autofictional conventions also operate. This paper aims to analyze the transmedial dimension of the aforementioned corpus in its two possible senses: in a broad sense, as an adaptation of literary autofiction (an issue closely linked to the notion of intermediality) and, in a narrow sense, as a multiplatform narrative which expands the fictional universe with varying degrees of depth. In the latter case, emphasis will be placed on the way in which their creators use various channels to expand the narration of the main character by exploiting the ambiguity between him and the public figure. Given that the corpus is going through the key years of digitalization, it is intended to identify the progressive incorporation of transmedia and intermediate strategies in the author's television fiction, identifying its emergency conditions in the audiovisual industry and raising a debate on the conditions of its narrative pact.

KEYWORDS: Autofiction; Transmedialization; Intermediality; Comedy; Television



INTRODUCCIÓN

Advirtiendo el papel decisivo que la transmedialidad desempeña en el sistema mediático actual, surge la relevancia de entenderla no solo de un modo restringido, esto es, como la distribución de un mundo de ficción en distintas plataformas (Jenkins 2003, 2009), sino como la tendencia de ciertos argumentos, temáticas y personajes a aparecer en distintos medios (Sánchez-Mesa y Baetens 2017). En este sentido, su contribución al reciclaje y expansión de las industrias creativas constituye un valor fundamental por cuanto garantiza la explotación económica de una idea en tantas plataformas como sea posible.

La autoficción televisiva es rastreable en la pionera *Seinfeld* (NBC 1989-1998), seguida de *Curb your Enthusiasm* (HBO 2000-) y *Louie* (FX 2010-). En todas ellas sus creadores se presentan como versiones ficticias de sí mismos jugando, conscientemente, con la ambigüedad entre lo factual y lo ficcional. En España se observa una adaptación más tardía de este tipo de representaciones en *Qué fue de Jorge Sanz* (Canal+ 2010, Movistar+ 2017), *El fin de la comedia* (Comedy Central 2014-) y *Mira lo que has hecho* (Movistar+ 2018-). Todas son, además,

propuestas descritas como claros indicios de la transformación televisiva española (Cuadrado 2015).

La elección de este corpus se sustenta en la contribución de estas series a la renovación de la televisión contemporánea. En el ámbito anglosajón, *Curb your Enthusiasm* revolucionó la comedia estadounidense del siglo XXI, reformulando las convenciones del género a través de su hibridación con el falso documental (Diego y Grandío 2011). No se alcanzaron semejantes cotas de innovación hasta diez años más tarde con *Louie*, considerada la fuente de inspiración de una nueva generación de creadores gracias a su experimentación formal y narrativa (Mittell 2015). En el caso español se ha señalado cómo *¿Qué fue de Jorge Sanz?* negocia la tradición del *mockumentary* iniciada por *Curb your Enthusiasm* (Fernández y Aguado 2013), imbricada en referentes españoles como García Berlanga o Azcona (Cuadrado 2015). En la misma línea, *El fin de la comedia* ha sido emparentada con *Louie* por el empleo de un humor surrealista y temáticas políticamente incorrectas (Adarve 2017).

En el año 2011 Diego y Grandío señalaban cómo en España, caracterizada por el éxito de comedias tradicionales, se empezaban a incluir osadas apuestas creativas como *La Hora Chanante* (Paramount Comedy 2001-2006) o *Muchachada Nui* (La 2 2007-2014). A esto habría que añadir cómo *¿Qué fue de Jorge Sanz?*, *El fin de la comedia* o *Mira lo que has hecho* contribuyen a esta renovación, adaptando un modelo originariamente anglosajón al imaginario español. Este escenario de reescritura e hibridación propone nuevos retos a los estudios comparados de medios y la teoría de la comunicación (Baetens y Sánchez-Mesa 2017), aunque pese a su saludable crecimiento, existe una limitada bibliografía sobre la ficción televisiva española (Cascajosa 2015, Diego y Grandío 2011). Este artículo se propone paliar esta escasez teórica desde una perspectiva comparatista e interdisciplinar, incorporando nuevas herramientas que permitan abordar el estudio de estas producciones.

Este artículo se construye en torno a los siguientes objetivos:

- Estudiar y comprender la especificidad que adopta la autoficción televisiva y su impacto en el escenario mediático actual.
- Examinar la efectividad de los protocolos definidos para la autoficción literaria en el ámbito audiovisual.
- Definir y diferenciar los modos de transmedialización en sentido amplio y restringido que se dan en el corpus.
- Proporcionar nuevos puntos de vista y herramientas de análisis para comprender una porción significativa de la serialidad contemporánea.

1. LA AUTOFICCIÓN TELEVISIVA

1.1. Condiciones de emergencia de la televisión de autor

Uno de los argumentos que definen la *quality tv* o *televisión de autor* frente a la televisión convencional es la identificación entre una serie y su responsable

creativo, cuyo trabajo es visto como la proyección de su visión personal (Newman y Levine 2012). Habitualmente se esgrime que las dinámicas de producción televisivas, predominantemente colaborativas, dificultan una asimilación plena del modelo individual de autor (Mittell 2015) heredado de la literatura. De hecho, desde la teoría literaria se ha señalado esta dificultad como un obstáculo epistemológico a la hora de analizar prácticas autoficcionales en cine y teatro (Casas 2018). No obstante, los estudios televisivos han defendido la posibilidad de construir visiones personales dentro de un esfuerzo colaborativo (Newcomb y Alley 1985), especialmente a través de la figura del *showrunner*, también llamado autor-productor: figura dotada de máxima responsabilidad en la jerarquía de producción y de control sobre la integridad estético-narrativa del contenido (Blakey 2017, Steiner 2015). Así, frente al carácter aparentemente anónimo de la televisión convencional, la televisión de calidad se presenta como una creación individual dentro de una estrategia colectiva. Uno de los argumentos que apoyan esta idea es la vinculación de la obra a la experiencia o biografía del creador. Esto sucede en los discursos de promoción de *Los Soprano* (HBO 1999-2007) y *The Wire* (ABC 2004-2010), que presentan a los autores-productores David Chase y David Simon desde su implicación personal con aspectos clave de la historia (Newman y Levine 2012). Dada la tendencia a infravalorar las posibilidades artísticas de la televisión, la noción de *showrunner* ha contribuido a la legitimación cultural del medio defendiendo un modelo autoral. No es una estrategia nueva: hace décadas la política de los autores contribuyó a validar culturalmente el cine adaptando, a su vez, el canon de la literatura (Cascajosa 2016).

Esto permite identificar las condiciones de producción de las series que conforman nuestro corpus. En ellas sus creadores asumen tareas de producción ejecutiva, escritura, realización, interpretación y edición de los capítulos. Esto sucede en *Curb your Enthusiasm*, donde su creador, Larry David, ejerce de cocreador, guionista, productor ejecutivo y protagonista. Del mismo modo Louis C.K. asume el rol de creador, guionista, productor ejecutivo, realizador y editor de la serie *Louie*, en la que también actúa como protagonista. Respecto a *Louie* se ha señalado su contribución a la expansión de los límites de la televisión de autor, inicialmente restringida al ámbito del drama de la televisión por cable norteamericana (Larson 2017). En esta línea se ubican otras muchas series también escritas, producidas, protagonizadas y muchas veces dirigidas por sus creadores, que prueban la proliferación de este fenómeno en los últimos cinco años: *Atlanta* (FX 2016-), *Better Things* (FX 2016-), *One Mississippi* (Amazon Prime 2015-), *Broad City* (Comedy Central 2014-), *Catastrophe* (Channel 4 2015-), *Fleabag* (BBC 3 2016-), *Master of None* (Netflix 2015-), *Insecure* (HBO 2016-), *Please Like Me* (ABC 2013-2016), *I'm Sorry* (TruTV 2017-) o *SMILF* (Showtime 2017-) son algunos de los ejemplos de autoficción televisiva que mayor éxito han cosechado internacionalmente.

En España fue la plataforma de pago Canal+ la responsable de producir y emitir *¿Qué fue de Jorge Sanz?* en 2010, siendo Movistar+ la encargada de producir los nuevos episodios en 2017. El cineasta David Trueba asumió las tareas de escritura, realización y producción de la serie, compartiendo las competencias

de creación con Jorge Sanz, protagonista de la misma. Las otras series del corpus son dos casos de factura reciente también vinculados a la televisión de pago: *El fin de la comedia*, emitida en Comedy Central en 2014 y en Movistar+ en 2017, y *Mira lo que has hecho*, producida por El Terrat y distribuida por Movistar+. En *El fin de la comedia* Ignatius Farray (pseudónimo del humorista canario Juan Ignacio Delgado) asumió los roles de creador, guionista y protagonista de la serie, delegando la dirección en Miguel Esteban y Raúl Navarro, también co-creadores de la serie. En la misma línea, el cómico catalán Berto Romero ejerció en *Mira lo que has hecho* las funciones creador, guionista y protagonista, siendo Carlos Therón el realizador de la serie.

Por su parte, la expansión de Movistar+ como el operador de pago con mayor liderazgo en nuestro país es un fenómeno cada vez más relevante en nuestro escenario mediático. Su reciente apuesta por la producción de series de ficción original –*Movistar Originales*– arroja luz sobre el gran peso de este operador en el futuro de la televisión en España. Continuando el modelo de plataformas de pago internacionales como HBO o Netflix, la cadena incentiva la producción de ficciones de calidad de corte autoral, ofreciendo libertad creativa a todos los proyectos (Cuadrado 2015). La desvinculación de Movistar+ de las exigencias de la televisión generalista le permite, como ocurría en el modelo anglosajón, apostar por ficciones más arriesgadas y constituirse como motor de cambio del escenario televisivo español.

1.2. La realidad como reclamo televisivo

El juego con la ambigüedad entre factualidad y ficción no es algo nuevo en televisión: series como *The Jack Benny Program* (CBS 1932-1965) o *The Burns and Allen Show* (CBS 1950-1958) ya esbozaban formas de autoficción en diferentes grados vinculadas a la propia condición autoficcional de géneros como el *stand-up comedy* o comedia de pie. No obstante, en los años 90 una serie de televisión revolucionó la comedia estadounidense: *Seinfeld* (NBC 1989-1998), creada por los entonces desconocidos Jerry Seinfeld y Larry David. Para Endika Rey (2010) esta producción liberó al género de la necesidad de seguir unas pautas prefijadas y preparó el terreno para una nueva comedia de la cotidianidad. Por sus temáticas marcadamente intimistas, estas series contribuyen a la creación de un imaginario centrado en la sentimentalización de la vida cotidiana y la representación de la subjetividad y los espacios privados (Cuadrado 2015). Esta forma de comedia naturalista orienta, por otro lado, las expectativas de recepción de los espectadores, por cuanto las temáticas personales, las técnicas de rodaje naturalistas y la proximidad entre la biografía de creador y personaje facilita la (engañosa) comprensión de la obra como autobiográfica.

El vínculo con la realidad y la intimidad es, en sí mismo, un reclamo televisivo, dado el éxito en las últimas décadas de la telerrealidad (Shields 2015, Bienvenido León 2013) y la *comedy verité* (Mills 2004). Sin embargo, no hay que olvidar que la televisión es el medio con mayor vinculación histórica a lo periodístico y la no ficción, de modo que estos fenómenos no suponen tanto una

ruptura con la lógica del medio sino su continuación. Así, por *comedy verité* Brett Mills designó el proceso por el cual las videocámaras digitales continuaron la trayectoria del *cinéma verité* y el directo incorporando la mirada documental a zonas cada vez más privadas de la vida cotidiana. Proyectado sobre la comedia, Mills señaló el legado de Ricky Gervais en *The Office* (BBC2 2001-2003), así como el trabajo de Larry David en *Seinfeld* (NBC 1989-1998) y *Curb your Enthusiasm* (HBO 2000-) como la apoteosis de una nueva forma de comedia, caracterizada por el uso deliberado de rasgos de otros formatos televisivos y la problematización de la división de géneros. Para Mills (2004), *The Office* emplea los significantes visuales del *docusoap*, en el que las técnicas de grabación documental se combinan con formas de edición del drama popular o la telenovela. En la misma línea otros autores han señalado cómo el encuentro entre lo factual y ficcional, herencia también del *reality show*, constituye uno de los principales vectores de la nueva comedia emergente (Diego y Grandío 2011).

Por su parte, *autoficción* es un término concebido en el seno de la teoría literaria y acuñado en 1977 por el escritor Serge Doubrovsky. Una de las claves que mejor orientan la comprensión de la autoficción es su dimensión paradójica (Casas 2015) o ambigua (Alberca 2007), ya que propone un binomio entre facticidad y ficción en el que conviven, con confusos efectos para el lector, elementos referenciales y ficcionales. Este término ha permitido agrupar y analizar una porción significativa de la producción literaria del último siglo y, como Adarve (2017), Casas (2015), De la Torre (2015), Gómez-Tarín y Rubio-Alcover (2013) o Herrera (2007) han estudiado, también es posible identificar prácticas autoficcionales más allá del dominio literario, concretamente en el audiovisual.

La aparición de narraciones autoficcionales en televisión podría, por tanto, responder a una cuestión multifactorial donde convergen, por un lado, la expansión de un tipo de narración típicamente posmoderna (Casas 2015) con el auge de la no ficción televisiva y el *stand-up comedy*. En España se ha estudiado el éxito de *Qué vida más triste* (Youtube 2005-2008, La Sexta 2008-2010), que pasó de emitirse en Internet a ser uno de los platos fuertes de La Sexta, como uno de los primeros síntomas de la preferencia por narraciones pseudo-autobiográficas. Las series *Camera Café* (Telecinco 2005-2009) y *¿Qué fue de Jorge Sanz?* también han sido señaladas como nuevos formatos en busca de una nueva comedia de la naturalidad (Fernández y Aguado 2013). Varios años después, series como *El fin de la comedia* y *Mira lo que has hecho* proponen una aproximación autoficcional a reconocidos personajes de la industria del espectáculo española, adaptando las tendencias anglosajonas a la producción de ficción en España.

1.3. El trasvase del *stand-up comedy* a la ficción televisiva

La trayectoria profesional de los humoristas Larry David, Louis C.K., Ignatius Far-ray o Berto Romero guarda estrechas semejanzas: ya siendo reconocidos monologuistas de *stand-up comedy* en teatros, *late night shows* y programas de radio, todos ellos se lanzaron a la ficción televisiva proponiendo el mismo tipo de narración: la ficcionalización de su imagen pública en clave de comedia. Sus

producciones se caracterizan por incorporar a la televisión rasgos característicos de otros formatos, generando una red de guiños intermediales, no solo a la autoficción literaria, sino al falso documental cinematográfico, la comedia de *stand-up* (habitualmente representada en teatros hasta su trasvase a la televisión), la radio o la *performance*. Estas series, a su vez, constituyen un linaje de alusiones intramediales en sí misma, dada la estrecha relación y evidente influencia de unas series sobre otras en los últimos veinte años. En paralelo, emblemas de la cinematografía española como David Trueba y Jorge Sanz iniciaron su periplo televisivo con una serie descrita como comedia de autor por poseer el sello del cineasta David Trueba (Cuadrado 2015). Esta serie proyecta los mismos juegos autorreflexivos y metaficcionales sobre la trayectoria profesional de Jorge Sanz, generando alusiones al mundo del teatro, la televisión y la industria cinematográfica. Este trasvase cine-televisión, por otra parte, es característico de la cultura de la convergencia ampliamente descrita por Henry Jenkins (2006).

Como apuntan Diego y Grandío (2011), un género tan genuinamente americano como el *stand-up comedy* ha experimentado su proceso de adaptación a España. A su vez, el estrato teatral y performativo de esta forma de comedia es evidente en la medida en que desarrolla, *grosso modo*, un monólogo humorístico ante una audiencia en vivo y con la que el humorista interactúa. La adaptación audiovisual de este género y su introducción en España se produjo con los programas *El club de la comedia* (Canal+ 1999-2002) y *Nuevos cómicos* (Paramount Comedy 2001-), que recogían las actuaciones de humoristas y actores españoles en teatros y platós de televisión, convirtiendo en fenómeno *mainstream* la tradición humorística de *performers outsiders* como Lenny Bruce, Richard Pryor o George Carlin.

La incorporación del *stand-up comedy* a las series de ficción es un fenómeno de adaptación intermedial cuyos inicios se sitúan en *Seinfeld*. Larry David y Jerry Seinfeld (por entonces dos jóvenes humoristas insertos en el circuito de locales de *stand-up*) propusieron a la cadena NBC una serie basada en el deambular de dos cómicos que emplean sus experiencias cotidianas como material para sus monólogos. Así se produce la primera hibridación entre *sitcom* y *stand-up* a nivel temático y formal, ampliando los márgenes de la comedia de situación. Esta tentativa se vio continuada en 1999 con la creación para HBO de la serie *Larry David: Curb Your Enthusiasm*: un falso documental donde las cámaras seguían a David en su recorrido por distintos clubes de *stand-up*.

La entrada del *stand-up comedy* en la *sitcom* ha permitido recolocar la corporalidad del cómico como diana humorística (López 2009), tal y como demostraron Ricky Gervais en *The Office* y Larry David en *Curb your Enthusiasm*, inspirando a toda una nueva ola de realizadores que se colocan ante la cámara en sus propias producciones. No obstante, la tendencia a emplear elementos autobiográficos es una práctica común en la comedia (Mills 2010): ya la pionera *I love Lucy* (CBS 1951-1957) aprovechaba humorísticamente la competencia actoral del cómico y las posibilidades de un humor que, enemigo de la grandilocuencia, desmitifica y rechaza toda gravedad (Roas 2009). Lo novedoso en la actualidad es la incorporación de este tipo de personaje en la ficción televisiva de autor,

así como el número de producciones que apuestan por una forma específica de producción en un contexto en el que sus creadores son personalidades públicas ampliamente conocidas.

2. LA AUTOFICCIÓN COMO TRANSMEDIALIZACIÓN

2.1. Autoficción e intermedialidad

La migración de contenidos entre plataformas es una de las claves que permite comprender el escenario mediático contemporáneo, caracterizado por la competencia entre empresas *crossmediales* y la amortización de mundos ficcionales en tantos espacios como sea posible. Advirtiendo la flexibilidad y las combinatorias con que esto se produce surge la propuesta de Sánchez-Mesa y Baetens (2017), que apuestan por una comprensión de la transmedialidad en dos sentidos posibles. En un sentido restringido, la transmedialidad define el diseño de una producción multiplataforma que distribuye un mundo de ficción a través de diversos medios: se trata, por tanto, de una propuesta próxima conceptualmente a la canónica definición de Jenkins (2006, 2009) que se inscribe en el contexto específico de la digitalización. Por otra parte, una comprensión de la transmedialidad en sentido amplio designa la tendencia de ciertos argumentos, temáticas y personajes a aparecer en distintos medios y plataformas a lo largo del tiempo. Se trata de una visión que implica una comprensión transhistórica del fenómeno y que no se restringe al ámbito de la cibercultura, aunque también la contempla. Sánchez-Mesa y Baetens (2017) se mantienen escépticos ante la exclusiva consideración de la transmedialidad un sentido radical, pues limita la compleja pluralidad del fenómeno al modelo de producción *mainstream* de las industrias culturales. Más allá de su comprensión desde un punto de vista económico-industrial, otro de los aspectos más relevantes de esta segunda *fase* de la transmedialidad es su capacidad para arrojar luz sobre la primera acepción de la misma, suavizando la euforia teórica con que la transmedialidad es abordada en ocasiones y estableciendo su impacto en base a un contexto más amplio.

Por su condición histórica o *predigital* esta segunda dimensión de la transmedialidad guarda estrechos vínculos con la noción de intermedialidad, en tanto espacio de reflexión históricamente dedicado al diálogo entre discursos y prácticas culturales. Por intermedialidad aludimos a lo que Irina O. Rajewsky (2005) conceptualizó en dos sentidos posibles: por una parte, como la condición semióticamente mixta de todo medio, es decir, su pluralidad interna. El segundo sentido propuesto por Rajewsky entiende la intermedialidad como una categoría específica que, en la práctica, permite analizar producciones concretas que se desarrollan *entre* medios y que suponen la combinación conceptual de sus especificidades. Dentro de esta definición Rajewsky identificó tres modulaciones de la intermedialidad: *transposición mediática*, *combinación intermedial* y *referencias intermediales*. Haciéndonos eco de lo anterior, procedemos a emplear un modelo de análisis para identificar qué aspectos son transferidos y qué cuestiones son adaptadas en la migración de la autoficción al ámbito televisivo.

2.2. Transposición mediática

Por *transposición mediática* Rajewsky (2005) alude al territorio tradicionalmente enmarcado en la adaptación, y por tanto al proceso por el cual un texto de llegada se constituye a partir de un texto de partida. En este sentido, es importante advertir que los protocolos que definen a la autoficción televisiva no se agotan en los protocolos de la autoficción literaria. Al tratarse de la migración de una estrategia de representación debemos ser cautelosos a la hora de entender el fenómeno como adaptación: no se trata de un proceso entre dos producciones sino un proceso de permeabilidad e influencia acontecido a lo largo de décadas y que ha resultado en la emergencia de una nueva praxis audiovisual. Pese a lo anterior, su relevancia reside en su efectividad como estrategia de lectura y análisis de contenidos: pese a no tratarse de una adaptación realizada deliberadamente por un creador específico, defendemos la capacidad clarificadora de la noción de autoficción por cuanto permite reunir, identificar y caracterizar un conjunto de prácticas discursivas que vienen desarrollándose con especial intensidad en los últimos diez años.

El pacto autoficcional es una de las cuestiones que mayor adaptación experimentan en su migración al ámbito televisivo. Los protocolos definidos para la autoficción literaria plantean la confluencia de dos pactos de recepción: el pacto autobiográfico y el pacto novelesco, responsables de plantear la ambigüedad característica de la autoficción. Desde este artículo suscribimos que el pacto de recepción no solo se manifiesta dentro del texto en cuestión, sino en el conjunto de sus elementos paratextuales, que cobran una importancia decisiva a la hora de determinar sus claves de lectura.

En términos paratextuales, el pacto autoficcional audiovisual cumple la misma función que el literario. La información periférica –promocional, publicitaria– que de una serie puede obtenerse aporta guías de lectura en distintos sentidos: algunos la orientan más a la ficción, otros a la autobiografía y otros revelan la hibridación entre factualidad y ficción de la producción. El papel que desempeña la imagen en todas estas comunicaciones cumple una función demasiado decisiva para no ser tenida en cuenta, lo cual nos obliga a hablar de una adecuación o adaptación de estas estrategias al ámbito audiovisual. La presencia de la corporalidad de los cómicos en los *trailers*, *teasers* y gráficas publicitarias de todas las series produce un fuerte anclaje autobiográfico irrealizable en literatura, aunque ésta disponga de sus propios medios para comprometerse con la misma solidez.

Revisiones como las de Gómez-Tarín y Rubio-Alcover (2013) insisten en la dificultad de sostener audiovisualmente el esquema *autor = narrador = personaje* como garantía de la autoficción, dada la dificultad de construir un discurso autoral en el medio audiovisual (idea, por otra parte, susceptible de matiz, pues resulta plenamente factible trasladar una visión personal a un esfuerzo colectivo, tal y como demuestra el auge de la *televisión de calidad*). Estos autores señalan la capacidad del creador para emplear la puesta en escena y la puesta en pantalla para crear su propia diégesis personal, concediendo especial importancia a la

inscripción de la corporalidad o voz del realizador: dimensiones que desde este artículo entendemos fundamentales para entender la especificidad de la autoficción audiovisual. Desde una perspectiva más moderada Herrera (2007) insiste en la flexibilidad de los protocolos de identidad en función de la modalidad de autoficción a discutir, si bien el cuerpo del autor es un índice de identidad con igual validez al nombre en el caso literario. Herrera insiste en la condición dúctil de la autoficción y la necesaria gradación de sus protocolos de identidad a diferencia de la autobiografía, cuyos requisitos solo pueden satisfacerse de forma taxativa. Como ya hemos visto, la imagen se emplea para inscribir la corporalidad de los autores, ya sea en elementos textuales (es decir, dentro de la propia producción) o en los paratextuales. Esto supone una importante actualización del protocolo de identidad por cuanto propone una identificación visual entre creador y personaje: así, el creador coloca su cuerpo (y, en especial, su rostro) como estrategia de representación de la producción, lo cual supone la formulación de un compromiso de cercanía entre autor y obra que se extiende a la propia producción, protagonizada por él mismo. Ana Casas (2017) señala a este respecto la dimensión paradójica del fenómeno, puesto que la ilusión de referencialidad inducida por la incorporación del cuerpo del autor puede fácilmente anularse si se producen distorsiones de la mimesis como el humor o el absurdo, acusando de forma más evidente las marcas de la ficción. La presencia y características de estas marcas modularán la lectura hacia lo factual o lo ficcional, aunque los protocolos paratextuales que la circundan tiendan, en muchos casos, a disponer al receptor a la lectura referencial: la presentación de un creador como *showrunner* de la serie tiende a convocar el ya mencionado aura de autoría sobre su figura, así como la proyección de una visión personal que se refuerza al descubrir al creador como personaje (habitualmente protagonista) de su propia obra. Si, además, desde la dimensión paratextual se señala que el personaje posee el nombre exacto del autor (cumpliendo así el protocolo literario de homonimia entre autor, narrador y personaje) la predisposición a una referencialidad –que más tarde podrá ser cancelada– queda prácticamente garantizada.

En este sentido, la capacidad de creadores como Louis C.K. para asumir las tareas de realización, montaje y edición de *Louie* no solo supone el desempeño de un volumen de trabajo descomunal, sino que genera importantes efectos en la recepción de la obra, que adquiere el carácter de producto radicalmente personal y excepcionalmente vinculado a su creador, pudiendo ser más o menos autobiográfico en función de la orientación que proyecten otras estrategias discursivas de la obra. De forma análoga sucede con Larry David (quien asume la dirección de ciertos capítulos) y en un grado menor con los creadores españoles Ignatius Farray y Berto Romero, quienes se proponen como creadores y protagonistas, aunque no intervengan como realizadores. El trabajo de David Trueba al mando de *¿Qué fue de Jorge Sanz?* supone el refuerzo de su condición de autor y, pese a que la autoficción se construye sobre el personaje de Jorge Sanz, la consideración de la obra como producción personal de Trueba permanece intacta. Aquí se evidencia la complejidad de la autoficción televisiva y la insuficiencia de la identidad autor-narrador-personaje como criterio distintivo

de la autoficción: el personaje sobre el que se construye la autoficción puede ser distinto al autor de la obra (sin ser Jorge Sanz un actor-creador en el sentido en que humoristas de *stand-up* como Jerry Seinfeld, Larry David o Louis C.K. lo son) sin ser esto condición suficiente para negar la propia autoficción, que en el ámbito televisivo requiere de otros protocolos como la inscripción de la corporalidad del actor-personaje.

2.3. Combinación mediática

Por *combinación intermedial* Rajewsky (2005) alude tanto a cualidades intermediales inscritas en fenómenos como la ópera, el teatro o el cómic como al modo en que ciertas producciones incorporan al menos dos sistemas de signos tradicionalmente distintos. La presencia simultánea de estas formas mediáticas construye, así, la significación del producto en su especificidad.

Una de las formas más relevantes de combinación mediática que integran estas series tiene que ver con el mundo del teatro. Se trata, así, de la hibridación entre ficción televisiva y un género procedente de la tradición teatral: el *stand-up comedy*. En tanto monólogo de pie, se trata de un estilo de comedia cuyos antecedentes se remontan a la tradición del vodevil estadounidense y que durante el siglo xx se desarrolló en teatros y clubes nocturnos. Su popularidad fue creciendo hasta incorporarse a la retransmisión radiofónica y, más adelante, a las emisiones televisivas de no ficción, demostrando una excelente aptitud para la remediación intermedial. En las series *Curb your Enthusiasm*, *Louie*, *El fin de la comedia* y *Mira lo que has hecho* esta forma de comedia se integra por primera vez en la narración seriada de ficción: fenómeno detonado por la serie *Seinfeld* al incorporar escenas donde el personaje principal, Jerry Seinfeld, desarrollaba un monólogo en un club que funcionaba a modo de corolario de la peripecia del episodio. Así, constituidos como fragmentos o subtramas de la narración principal, cada episodio de *Seinfeld* se inicia o finaliza con un monólogo humorístico presentado por protagonista ante una audiencia en vivo, con la que en ocasiones interactúa generando nuevas tramas narrativas. Lo relevante a este respecto es la funcionalidad que dicho monólogo cumple en estos episodios: a menudo constituyen una reflexión sobre la propia historia que acontece en el episodio, lo que permite superponer significados y capas de sentido a la narración diegética principal. Por otra parte, dada su dimensión performativa y su fuerte componente verbal, parece razonable pensar que la integración de un monólogo en una serie de ficción genera un espacio narrativo con posibilidades de orientar la recepción hacia lo factual y la expectativa autobiográfica y, por tanto, parcialmente responsable del pacto autoficcional. La factualidad del propio formato (fácilmente vinculable a monólogos presentados en programas televisivos de no ficción) posee gran potencial para ser considerado un fragmento autobiográfico o diarístico, dada su capacidad para constituir una perspectiva retrospectiva y suspender la recepción ficcional. En otras ocasiones, la integración del monólogo supondrá una oportunidad para experimentar la digresión y el desvío hacia

otras tramas de la serie, jugando con modulaciones absurdas, surrealistas o políticamente incorrectas del humor.

2.4. Referencias intermediales

Por su parte, las *referencias intermediales* aluden a fenómenos de alusión entre textos de cualquier medio o plataforma (Rajewsky 2005). Estas referencias pueden manifestarse a través de procedimientos o simulaciones de las mismas, pero también a través de la alusión explícita a manifestaciones concretas de otras obras en otros medios distintos.

En nuestro corpus de series se pueden identificar tanto referencias intramediales como intermediales. Una de las manifestaciones más relevantes de referencias intermediales tiene que ver con la cadena de intertextualidad que se construye entre las series. Entendiendo el papel pionero que *Seinfeld* desempeñó en la autoficción televisiva, la constitución de *Curb your Enthusiasm* y el papel de Larry David se hallan plagados de guiños al rol de George Constanza (personaje que Larry David interpretó en *Seinfeld* y que ya constituía una suerte de *alter ego* del propio David). Asimismo, *Louie* contiene referencias implícitas y explícitas a Larry David: implícitas por la frecuencia con que, a nivel paratextual, la crítica periodística y académica ha comparado al personaje *Louie* con el personaje *Larry David*, y explícita por la mención directa a Larry David en varios de los episodios. En un sentido intermedial, también se proponen citas explícitas a figuras clave del cine contemporáneo: en concreto, a David Lynch, quien aparece en un cameo durante varios los episodios permitiendo a C.K. ofrecer un manifiesto de los desvíos experimentales por explorar. En la misma línea, el humorista y creador británico Ricky Gervais también aparece en la serie, construyendo nuevas asociaciones con la tradición del *humor autocrítico* (también llamado *self-deprecating humor*) y series como *The Office* (BBC2 2001-2003) y *Extras* (BBC2/HBO 2005-2007).

En *El fin de la comedia* surgen asociaciones implícitas (pero inevitables si el espectador posee la competencia para identificar la tradición anglosajona de estas series) con el personaje de *Louie*, en la medida en que el personaje interpretado por Farray guarda estrechas similitudes con el propuesto por C.K.: ambos se presentan como hombres de mediana edad que tratan de superar las adversidades tragicómicas que el día a día coloca ante sus vidas. El desarrollo de ambas series recorre la cotidianidad de Louie e Ignatius, sus vaivenes como padres, su desubicación como “nuevos solteros” y la exposición de sus dudas y reflexiones en sus monólogos en el club *Comedy Cellar* y *Picnic*, respectivamente. El poder de vinculación entre ambos textos es, en este sentido, especialmente fuerte dada la escasez de producciones que en el ámbito español reproducen estas narrativas. Pero también se producen alusiones explícitas a figuras clave de la radio y la televisión española: *El fin de la comedia* incorpora guiños al programa de radio *La vida moderna* (Cadena Ser, 2014-), donde Farray colabora habitualmente junto a David Broncano y el humorista Quequé y cuya grabación es incorporada en uno de los episodios. Lo mismo sucede con el programa *Late*

motiv (Movistar+ 2016-), donde Farray colabora ocasionalmente con una sección que resulta parodiada en uno de los episodios de *El fin de la comedia*.

¿*Qué fue de Jorge Sanz?*, en tanto primer falso documental español que toma la forma de una ficción seriada, reescribe una intertextualidad implícita con *Curb your Enthusiasm*, también formulada como *mockumentary* e inscrita en la tradición anglosajona del *comedy verité*. En este sentido, las citas que a este respecto se producen se desarrollan en un nivel formal o estético pero no narrativo, pues ¿*Qué fue de Jorge Sanz?* entabla su propia cadena de intertextos con referentes españoles que recorren desde el guiño literario a *El Quijote* (a través de la pareja formada por Sanz y el personaje Amadeo) y también al mundo del teatro a través de citas explícitas y anécdotas vividas por Sanz. Como recuerda Ana Casas (2017), existe una fuerte relación intermedial entre la serie y las películas del propio Jorge Sanz, empleadas al inicio de cada episodio como contrapunto humorístico para señalar una época dorada ya irrecuperable para el personaje, sumido en una espiral de desdichas. En el primer episodio de la segunda temporada se produce una parodia del propio fracaso del actor a través de una representación teatral que comparte con la actriz Elena Furiase, que también se interpreta a sí misma exagerando los rasgos que caracterizan su figura pública. En este sentido, la serie no solo parodia la figura de Jorge Sanz, sino que propone un ácido retrato del oficio de actor y la industria del espectáculo española. Al elenco de actores habitual se incorporan los cameos de Antonio Resines, Pablo Carbonell, Willy Toledo, Gonzalo Suárez, Pedro Ruiz, Santiago Segura, Juan Diego Botto o Lolita, quienes contribuyen a la autoparodia de su figura pública. Por otra parte, en *Mira lo que has hecho* no solo existen guiños al *stand-up comedy* y a las figuras de Farray, C.K. o David como antecedentes del arquetipo del cómico, sino a formatos televisivos como el *late night show*, en el que su creador, Berto Romero, desempeñó buena parte de su trabajo junto a Andreu Buenafuente. Existen, también, citas explícitas a los programas *Buenafuente* (Antena3 2005-2011), *Late Motiv* (Movistar+ 2016-) y *El club de la comedia* (Canal+ 1999-2005, La Sexta 2011-2017). En uno de los capítulos de la serie puede verse al propio Berto contemplarse a sí mismo presentando un monólogo en *El club de la comedia*, construyendo una cadena de intertextualidad que enlaza con la historia de la televisión española.

CONCLUSIONES

La migración de la autoficción al ámbito televisivo hunde sus raíces en su capacidad para desarrollar una autorrepresentación paródica alejada de solemnidades y esencialismos. Siendo aún una práctica emergente, su desarrollo responde a un proceso multifactorial en el que cristaliza la capacidad de la televisión para proyectar una visión individual dentro de un esfuerzo colaborativo (plasmado en las figuras del *showrunner* y la *televisión de calidad*), así como la legitimación cultural del medio incorporando una praxis autoral que resultó decisiva en la validación cultural del cine o la literatura. La autoficción constituye, así, no solo una modalidad estética o narrativa, sino que participa de un proceso industrial en

el que las competencias y responsabilidades del creador televisivo se han visto redefinidas y ampliadas, dotándole de mayor control sobre la integridad económica, estética y narrativa de sus producciones: la televisión de autor o *quality tv* provee, así, a la autoficción del contexto industrial necesario para que sus prácticas puedan desarrollarse. La capacidad de este autor televisivo para proyectar dentro de las constricciones y la naturaleza colectiva del medio una perspectiva ideológica, estética y enunciativa resultan indispensables para enarbolar el discurso autoficcional. Sin embargo, no todos los productos de la televisión de autor tienen por qué ser necesariamente autoficciones, aunque en ellos se genere un espacio propicio para ello. Toda autoficción televisiva necesita participar de este proceso de producción, no solo porque garantiza un control efectivo sobre la serie, sino porque constituye un paratexto fundamental en su recepción, habitualmente difundido en *trailers*, créditos y entrevistas y con capacidad suficiente para orientar la interpretación y lectura de la serie.

El trasvase mecánico de conceptos de la teoría literaria al ámbito audiovisual es insuficiente para abordar el hecho televisivo autoficcional. Pese a esto, defendemos que la definición de autoficción es perfectamente funcional y transferible al audiovisual en tanto combinación ambigua del pacto autobiográfico y el pacto de ficción. Sin embargo, los principios que rigen las bases de ambos pactos deben ser revisados: la capacidad de los creadores televisivos para colocarse ante la cámara y dar vida a sus propios personajes no solo indica una renovación de las convenciones elementales de la autoficción, sino una relevante incorporación de la práctica actoral a las competencias del creador audiovisual. Esto alude a un interesante proceso de transferencia e intermedialidad con el mundo del teatro, en cuya reflexión contemporánea el cuerpo del actor constituye una instancia semiótica fundamental. Insertar en una ficción televisiva la corporalidad del creador constituye un síntoma de la renovación de la propia televisión, así como la instauración de un núcleo de significación decisivo a efectos de lectura e interpretación de la obra en la medida en que el cuerpo encarna a un personaje que se identifica con el propio creador.

El principio de identidad por el cual autor, narrador y personaje deben poseer el mismo nombre para conformar una autoficción (tal y como propone el protocolo literario) pasa a un segundo nivel de importancia en el ámbito audiovisual desde el momento en que el cuerpo del creador interviene en el discurso, redefiniendo un principio de identidad que no se formula verbal pero sí visualmente y con plena capacidad de significación. Esto no quiere decir que todas las obras en que el autor aparece como personaje sean autoficciones (el cine de Alfred Hitchcock, por ejemplo, no es un caso autoficcional), pero sí es un aspecto lo suficientemente relevante por cuanto participa de las expectativas del receptor y orienta su interpretación de la serie.

Entender la autoficción como transmedialización implica realizar un análisis intermedial que nos permite comprender la posición que ocupan estas series en relación a otros medios y dentro de la propia televisión. La mayor transferencia sucede a nivel temático: el abordaje de la intimidad del protagonista en clave de comedia y empleando recursos propios de la *estética del fracaso* mantienen,

en términos de significación, una moderada equivalencia con los textos literarios. De forma marginal, se advierte un proceso de transferencia en el modo en que los paratextos promocionales mantienen la misma ambigüedad de elementos ficcionales y factuales característica de la autoficción literaria.

Una de las *combinaciones mediáticas* más relevantes tiene que ver con la hibridación entre televisión y teatro a través de la integración del *stand-up comedy* y su fuerte conexión con la *performance*. Desde este artículo encontramos plausible que la incorporación de un monólogo en una producción autoficcional cumpla una función determinante en la narración: por su capacidad para constituir una perspectiva retrospectiva y proponer una reflexión metadiscursiva sobre la historia (contribuyendo a su polisemia), pensamos que genera un espacio narrativo con posibilidades de orientar la recepción hacia lo factual y la expectativa autobiográfica y, por tanto, también responsable del pacto autoficcional.

En un sentido amplio, la proliferación de estas narraciones autoficcionales puede vincularse a los juegos paradójicos de la identidad contemporánea, en la medida en que la fragmentación del sujeto posmoderno sostiene, pese a todo, una tensión en sentido opuesto: el deseo de generar una autonarración, aun desde la ironía y la conciencia de sus limitaciones. Una identidad asumida como abierta y cambiante (imposible de tratar de forma esencial) colisiona, así, con la voluntad de auto-explicarse y reconstituir la unidad perdida. La narración, entendida como estrategia de orden y sentido, se descubre como herramienta idónea a la hora de generar una ilusión de continuidad en el personaje; una estrategia que la autoficción asume y visibiliza, celebrando con ello la dimensión ficcional del yo al tiempo que la cuestiona e integra.

Este artículo propone la comprensión de la autoficción como la intersección de estas dos fuerzas: el lugar de reconciliación entre la tensión moderna (y su noción de identidad) y la posmoderna. Las series experimentan una libertad distinta a la del pacto autobiográfico: la auto-comprensión de uno mismo como personaje y la reivindicación el derecho a reclamar como propio aquello que se desarrolla en la alteridad, en el espacio del otro e incluso en el espacio de lo que *no fue y pudo haber sido*, dilatando los límites de la autobiografía. Así, el *hambre de realidad* que promueven los discursos culturales contemporáneos evidencia la necesidad de actualizar las claves de relatos que, pese a saberse fugaces y múltiples, proponen de un modo *transmoderno* la vigencia de ciertas nociones de la modernidad aunque filtradas por las críticas y limitaciones de la posmodernidad. La autoficción asume, de esta forma, no tanto la conversión de la realidad en un simulacro baudrillardiano, sino justamente lo contrario: la aceptación feliz de la ficción como condición de posibilidad de lo real.

OBRAS CITADAS

Adarve, Sarai (2017): "La comedia autoficcional negativa. *Louie* y *El fin de la comedia*. Un apunte intermedial", *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, n.º 28, pp. 97-107.

- Alberca, Manuel (2007): *El pacto ambiguo. De la novela autobiográfica a la autoficción*. Madrid, Biblioteca Nueva.
- (2009): "Es peligroso asomarse (al interior). Autobiografía vs. Autoficción", *Rapsoda. Revista de Literatura*, n.º 1, pp. 1-24.
- Baetens, Jan; Sánchez-Mesa, Domingo (2017): "La ventana indiscreta de Alfred Hitchcock como cineromano. La adaptación como transmedialización", *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, n.º 28, pp. 110-124.
- Bonaut, Joseba; Grandío, María del Mar (2009): "Transgresión y ruptura en la creación del humor en la nueva sitcom". En Piedad Fernández (ed.): *Rompiendo moldes. Discurso, géneros e hibridación en el siglo xx*. Sevilla, Comunicación Social, pp. 32-49.
- Bourdaa, Melanie (2011): "Quality television: construction and de-construction of seriality". En Miguel Ángel Pérez-Gómez (ed.): *Previously On. Estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión*. Sevilla, Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, pp. 33-43.
- Casas, Ana (2012). "El simulacro del yo: la autoficción en la narrativa actual". En Ana Casas (ed.): *La autoficción: reflexiones teóricas*. Madrid, Arco Libros, pp. 9-42.
- (2015): "Desmontando al autor: ironía, parodia y sátira en la narrativa y el cine autoficcionales", *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, n.º 24, pp. 174-190.
- (2017): "La autoficción audiovisual. Series de televisión, intermedialidad y autoconciencia paródica". En Ana Casas (ed.): *El autor a escena. Intermedialidad y autoficción*. Madrid/Frankfurt, Iberoamericana/Vervuert, pp. 39-58.
- (2018): "De la novela al cine y el teatro: operatividad teórica de la autoficción", *Revista de Literatura*, vol. 53, n.º 159, pp. 67-87.
- Cascajosa, Concepción (2015): "Formas y contenidos: las estructuras narrativas de la ficción televisiva en España". En Belén Puebla, Nuria Navarro y Elena Carrillo (eds.): *Ficciónando en el siglo xxi. La ficción televisiva en España*. Madrid, Icono14, pp. 15-32.
- (2016): *La cultura de las series*. Barcelona, Laertes.
- Cuadrado, A. (2015): "Las series de Canal+: ¿HBO en España?". En Belén Puebla, Nuria Navarro y Elena Carrillo (eds.): *Ficciónando en el siglo xxi. La ficción televisiva en España*. Madrid, Icono14, pp. 365-392.
- De la Torre, Mario (2015): "Cines del yo: el documental autoficcional contemporáneo español", *Bulletin of Hispanic Studies*, vol. 92, n.º 5, pp. 567-582.
- Diego, Patricia; Grandío, María del Mar (2011): "Clasicismo e innovación en la producción nacional de comedia televisiva en España (2000-2010)", *Revista Comunicación*, vol. 1, n.º 9, pp. 49-66.
- Dobrovsky, Serge (1977): *Fils*. París, Gallimard.
- Fernández, Marta; Aguado, Delicia (2013): "La hibridación como motriz de cambio en las comedias de las series de televisión", *Archivos de la Filmoteca*, n.º 72, pp. 133-143.
- García Martínez, Alberto Nahum (2009): "El espejo roto: la metaficción en las series anglosajonas", *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 12, n.º 64, pp. 654-667.
- Gómez-Tarín, Francisco Javier; Rubio-Alcover, Agustín (2013): "Narrador filmico y autoficción. Nuevas posibilidades del punto de vista". En: *Actas del V Congreso Internacional Latina de Comunicación*, n.º 1, pp. 1-28.

- Herrera, Luz (2007): *La autoficción en cine. Una propuesta de definición basada en el modelo analítico de Vincent Colonna*. Argentina, Publicia.
- Higueras, María José; Gómez, Francisco (2017): "La impronta del showrunner en las series de ficción televisiva: El caso de Jenji Kohan", *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, vol. 22, n.º 3, pp. 219-236.
- Hutcheon, Linda. (1988): *A Poetics of Postmodernism: History, Theory, Fiction*. Londres, Routledge.
- Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. Nueva York, New York University Press.
- (2009): <http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html>.
- León, Bienvenido (2013): "Factual entertainment: coordenadas de un macrogénero en alza" En Bienvenido León (ed.): *Entretenimiento televisivo basado en hechos reales*. Salamanca, Universidad de Salamanca, pp. 15-24.
- Lejeune, Philip (1994): *El pacto autobiográfico y otros estudios*. Madrid, Megazul-Endymion.
- López, José Manuel (2009): "It's funny because it's true: la comedia de situación se abre a lo real". En Elena Oroz y Gonzalo de Pedro Amatria (eds.): *La risa oblicua. Tangentes, paralelismos e intersecciones entre documental y humor*. Madrid, Ocho y Medio, pp. 327-342.
- Mills, Brett (2004): "Comedy verité: contemporary sitcom form", *Screen*, vol. 45, n.1, pp. 63-78.
- Mittell, Jason (2015): *Complex TV: The poetics of contemporary television storytelling*. Nueva York, New York University Press.
- Newman, Michael; Levine, Elana (2012): *Legitimizing Television: Media Convergence and Cultural Status*. Oxford, Routledge.
- Quílez, Laia (2008): "Sutiles pretéritos: (post)memoria(s) y (auto)biografía(s) en el cine documental contemporáneo". En Gregorio Martín Gutiérrez (ed.): *Cineastas frente al espejo*. Madrid, T&B, pp. 83-97.
- Rajewsky, Irina (2005): "Intermediality, Intertextuality and Remediation: A Literary Perspective on Intermediality", *Intermedialités/Intermedialities* n.º 6, pp. 43-63.
- Sánchez-Mesa, Domingo (2017): "Narrativas transmediales: teoría, historicidad de los medios comparados y close reading", *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, n.º 28, pp. 1-7.
- Sánchez-Mesa, Domingo; Baetens, Jan (2017): "La literatura en expansión. Intermedialidad y transmedialidad en el cruce entre la Literatura Comparada, los Estudios Culturales y los New Media Studies", *Tropelías. Revista de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, n.º 27, pp. 6-27.
- Sánchez-Mesa, Domingo; Alberich-Pascual, Jordi; Rosendo, Nieves (2016): "Narrativas transmediales", *Artnodes*, n.º 18, pp. 2-7.
- Shields, David (2015): *Hambre de realidad*. Barcelona, Círculo de Tiza.