



RLCS, Revista Latina de Comunicación Social 64 - 2009

Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 12º – 3ª época - Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo
Facultad y Departamento de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - **Universidad de La Laguna**
38071 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[Investigación](#) – [forma de citar](#) – [informe revisores](#) – [segundo y tercer informe](#) – [agenda](#) – [metadatos](#) – [PDF](#) – [Creative Commons](#)

[DOI](#): 10.4185/RLCS-64-2009-850-654-667

El espejo roto: la metaficción en las series anglosajonas The broken mirror. Metafiction in anglosaxon tv series

Dr. Alberto Nahum García Martínez [C.V.] Profesor Contratado Doctor. Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra (España) - albgarcia@unav.es

Resumen: El artículo estudia cómo, desde diversas propuestas estéticas y genéricas, una porción significativa de la serialidad televisiva anglosajona construye sus tramas rompiendo –en diversos grados– el espejo ilusionista de la ficción y reflexionando así –implícita o explícitamente– sobre las convenciones del realismo. La investigación comienza sentando las bases teóricas de la metaficción. Después, ayudado por ejemplos extraídos desde el año 2001, se traza un repaso cartográfico a sus diferentes posibilidades: la contraposición de mundos diegéticos, la presencia de un narrador que manipula el relato, la propia televisión como semilla temática para nuevas ficciones, el juego híbrido de la autoconsciencia y, por último, la apelación directa al espectador como el mayor alarde reflexivo que se permiten las series anglosajonas contemporáneas.

Palabras clave: Televisión; Series; Metaficción; Reflexividad.

Abstract: This article examines how, coming from different aesthetic and generic directions, a representative portion of Anglosaxon television series build up their stories by means of breaking –at different levels– the illusionist mirror that characterizes traditional fiction. In this way, they are –implicitly or explicitly– reflecting on the conventions of Realism. The article begins by exposing some theoretical issues about the concept of metafiction. Featuring examples collected since 2001, there follows cartographic research into all the possibilities that metafictional tv-series can harbor: a manipulative narrator, the juxtaposition of diegetical worlds, television as thematic seed for innovative stories, the hybrid game of self-consciousness and, lastly, the direct appeal to the audience's attention as the major reflective device used by contemporary anglosaxon television series up to now.

Keywords: Television; TV-Series; Metafiction; Reflexivity.

Sumario: 1. Introducción. 2. En torno al concepto de metaficción. 3. Una metaficción débil. 3.1. Un escalón previo: fantasía frente a realidad. 3.2. El narrador juguetón. 4. La ficción como tema: el narcisismo televisivo. 5. La autoconsciencia. 5.1. La autorreferencialidad y el juego en la frontera. 5.2. La sobrecarga semántica. 5.3. El simulacro del yo. 5.4. Alter egos. 6. La ruptura de la cuarta pared. 6.1. Parasitando la telerrealidad. 6.2. “¿Nos dan ya nuestro dinero?” La apelación a la audiencia. 7. Conclusión. 8. Bibliografía. 9. Series citadas. 10. Notas.

Summary: 1. Introduction. 2. Discussing the concept of metafiction. 3. A weak metafiction 3.1. A previous step: fantasy versus reality. 3.2. The playful narrator. 4. Fiction as subject: the narcissism of television. 5. Self-consciousness. 5.1. Self-referentiality and games in the boundaries. 5.2. The semantic overload. 5.3. The simulacrum of the self 5.4. Alter egos. 6. Breaking the fourth wall. 6.1. Leeching from reality-TV 6.2. “Can we have our Money now?” Appealing to the audience. 7. Conclusion. 8. Bibliography. 9. TV-Series cited. 10. Notes.

Traducción supervisada por **Phil McNicol** (CELT English Tutor, University of Stirling, UK)

1. Introducción

En el capítulo 2.8 de *Luz de luna*, Addison (Bruce Willis) entra en un despacho que se supone inaccesible, escucha aquello de “Usted no puede irrumpir aquí así” y responde: “¿Ah, no? Eso dígaselo

a los guionistas". En el 4.3. de *Seinfeld*, el protagonista y George Constanza explican a los directivos de la NBC una original idea para un nuevo show: una comedia "sobre la nada"... como la que ellos mismos interpretan. Estos recurrentes e inusuales recursos ilustran cómo hacer añicos el espejo al borde del camino que, según Sthendal, fundaba la ficción moderna. Se trata de estrategias metaficticias que recuerdan al espectador que se encuentra ante un discurso audiovisual capaz de desvelar su propia condición de artificio, proyectando así un examen sobre la naturaleza de la representación audiovisual y sus limitaciones para ser reflejo de lo real.

Aquel impulso pirandelliano de Addison y *Seinfeld* se repite con frecuencia en esta nueva edad dorada de la ficción anglosajona (Cascajosa Virino, 2007; Joyard, 2003). En este artículo estudiaremos cómo, desde diversas propuestas estéticas y genéricas, una porción significativa de la serialidad contemporánea construye sus tramas rompiendo –en diversos grados– el espejo ilusionista de la ficción y reflexionando así –implícita o explícitamente– sobre las convenciones del realismo. Iniciaremos nuestro análisis sentando las bases teóricas de la metaficción para, después, trazar un repaso cartográfico a sus posibilidades: la contraposición de mundos diegéticos, la presencia de un narrador que manipula el relato, la propia televisión como semilla temática para nuevas ficciones, el juego híbrido de la autoconsciencia y, por último, la apelación directa al espectador como el mayor alarde reflexivo que se permiten las series anglosajonas.

2. En torno al concepto de metaficción

Aunque se trata de un fenómeno extendido en el universo audiovisual, con propuestas cada vez más audaces que llegan a conformar la identidad de muchas obras, no se puede catalogar la metaficción [1] como género, al estilo del policíaco, el terror o la comedia. Si bien es cierto que constituye un elemento fundamental, nunca sustituye al género sino que le aporta una nueva dimensión. Podemos aplicarle, por tanto, lo que Guillén define como *modalidad literaria*: "vertientes principales, vetas" que recorren "transversalmente" una obra (1985: 165). Parecida puntualización establece Currie cuando afirma que la metaficción no es estrictamente un tipo de ficción sino "una función del lenguaje literario entre otras", que puede situarse a un nivel consciente o inconsciente del texto (1995: 16-17). Así pues, este artículo abordará sit-coms como *30 Rock*, (falsos) *docu-soaps* al estilo *The Office*, dramas como *Studio 60* e, incluso, el pastiche retro en *Garth Marenghi's Darkplace*.

Analizaremos cómo los elementos que definen el ilusionismo aristotélico quedan puestos en duda, en evidencia o directamente atacados en los relatos metaficticios. Como bien apunta Stam, la metaficción nace de llevar al límite la vieja tensión artística entre ilusionismo y reflexividad (1992: 1) [2]. Constituye un intento, en diversos grados de profundidad y compromiso, por desvelar los mecanismos que configuran tal ilusión, negando esa idea de transparencia y verismo que tradicionalmente se ha otorgado a las ficciones, en especial a las audiovisuales, dada la potencia referencial de las imágenes. Así, Waugh define la metaficción como "un término dado a la escritura ficcional autoconsciente y que sistemáticamente dirige su atención a su estatus como artefacto para aclarar con ello cuestiones sobre la relación entre ficción y realidad" (1984: 2). Stam, por su parte, emplea el término reflexividad para aludir a "la capacidad de la mente para ser sujeto y objeto de sí mismo en el proceso cognitivo" (1992: xiii), pero lo extrapola a un arte que se mira a sí mismo uniendo creación y crítica. Por eso, en un sentido más amplio, define más tarde a la reflexividad artística "como el proceso mediante el cual los textos ponen en primer plano su propia producción, su autoría, sus influencias intertextuales, sus procesos textuales, o su recepción" (Stam et. al., 1999: 228). Pozuelo Yvancos abunda en esta idea al asegurar que la metaficción busca "contemplar el arte a la luz de sus materiales y en la frontera de la discusión de su legitimidad frente al mundo que pretende representar" (1993: 228).

Estas definiciones evidencian la característica principal de la metaficción: su intento de desnudar la ilusión ficcional, las convenciones propias del realismo artístico, el artificio fabricado de la ficción. Para ello, como insiste Dallenbach, los dispositivos metaficticios provocan que la obra se vuelva sobre sí misma y haga perceptible lo que hasta entonces quedaba invisible (1991: 15) [3]: el autor y el proceso de producción (la trágica mirada desde el interior en *Dead Set*), el espectador y la recepción (los falsos avances de *Arrested Development*) o las convenciones del código comunicativo (la quiebra de la textura realista al final de la primera temporada de *Skins*, cuando los personajes, extras incluidos, irrumpen a cantar).

La reflexividad ataca habitualmente la ilusión esgrimiendo las propias armas realistas [4]. Primero adormece al lector con el ilusionismo para, después, despertarlo al desvelar los mecanismos sobre los que se ha construido la ficción y evidenciar así que está ante un mundo posible hecho a discreción del autor. Es lo que ocurre, por ejemplo, en las aperturas de cada capítulo de *Extras*: la fotografía, el montaje y la presencia de una estrella nos transportan al espejismo de un film convencional hasta que una metedura de pata de Andy Millman da paso al "corten", al rótulo de la serie y a la quiebra del espejo

ilusionista. Usando una estrategia más chocante, los timadores de *Hustle* “detienen” literalmente la acción para –mirando a cámara– aleccionar a los espectadores sobre las claves de la estafa perfecta:

La primera regla del timo es que no puedes engañar a un hombre honesto. Nunca se ha hecho. ¡Imposible! Solo funciona si quieres algo a cambio de nada. Así que, ¿qué hacemos?: te damos nada por algo. Nos llevas 1.000 libras de ventaja. Es un muy buen momento para marcharse. Pero no puede. ¡Porque es taaan avaricioso! Así que, ¿qué hacemos? Alimentar la codicia (1.1).

En ambas series los límites se difuminan, “las demarcaciones entre texto y contexto, historia e interpretación, escritura y lectura se vuelven borrosas o se revierten” (Martin, 1986: 174). Se traspasa el límite de las dos dimensiones –la hoja del libro, el lienzo o la pantalla televisiva– para acercarse al interior del texto realidades externas a la propia obra.

3. Una metaficción débil

Una vez sentada la base teórica, analizaremos ahora el fenómeno aplicándolo a diversas series del ámbito anglosajón. Aunque hagamos referencias puntuales a programas de años anteriores, nuestro objeto de análisis empieza en 2001, año de emisión de la versión británica de *The Office*, auténtica punta de lanza de la reflexividad televisiva.

3.1. Un escalón previo: fantasía frente a realidad

La primera veta que examinaremos no es estrictamente metaficción: corresponde a relatos que aún mantienen su armazón formal ilusionista y respetan los códigos (narrativos, espaciales y temporales) de verosimilitud e identificación, pero que se cuestionan implícitamente las fronteras al contraponer un mundo de fantasía al de la “realidad” diegética: personajes que, sin apelar directamente al espectador, pasan de un nivel de la ficción a otro o tramas que confunden sus niveles ontológicos. Esos mundos que se cruzan pueden ser de la pantalla a la realidad, de la realidad al sueño, de un mundo virtual a uno real (*Matrix* sería el paradigma). En este caso, los personajes no son conscientes de su condición diegética, pero sí capaces de diferenciar los dos lados del espejo y, en algunos casos, de traspasarlos a conciencia.

Ese desfase entre dos mundos constituye la premisa de *Eli Stone* y provoca muchos de sus momentos cómicos. El protagonista sufre unas divertidas alucinaciones que se ven repentinamente “sorprendidas” –dejándole en un embarazoso ridículo– en el mundo real. De hecho, la primera temporada concluye resolviendo esa lucha: “No sé cómo volver [al mundo “real” diegético]”, se queja Eli a George Michael, *leitmotiv* de sus desvaríos. “Seguro que sí. Siempre lo has sabido”, le responde el cantante (1.13.).

Aunque la popularidad de este mecanismo se deba a *Ally McBeal*, en la televisión de esta década fue empleado profusamente por *Six Feet Under*, donde la domesticación de la muerte hacía que los Fisher hablaran con los cadáveres de la funeraria y se sucedieran momentos que superponían imaginación y realidad. Como escribe Lavery, solo *Twin Peaks*, *Los Soprano* y *Buffy Cazavampiros* son dignos rivales oníricos para la serie de Allan Ball (2005: 20). Pero hay más: se pueden anotar estas mezclas de mundos diegéticos en las alucinaciones de Gaius Baltar en *Battlestar Galactica*, las misteriosas visiones cruzadas del Padre Justin y Ben Hawkins en *Carnivàle* o, incluso, en momentos aislados como el sueño de Blair Waldorf emulando a la Audrey Hepburn de *Breakfast at Tiffany's* (*Gossip Girl*, 1.4 y 1.14)

3.2. El narrador jugueteón

Otra fórmula aún débil de romper el espejo ilusionista para hacer evidente que el espectador está ante un relato construido son los narradores que enredan con la historia. Este recurso metaficticio caracteriza a varias comedias que juegan con la instancia enunciativa del relato aportando una chispa explosiva a la narración. El padre que, desde el año 2030, relata a sus hijos adolescentes *Cómo conocí a vuestra madre* no cesa de pugnar con *flashbacks* y *flashforwards*, trampas en la focalización narrativa [5] o el irónico contrapunto entre su *voice-over* y los hechos ocurridos. Así, por ejemplo, la focalización es la llave del capítulo 2.4., donde se nos narra una peripecia de excesos del protagonista que, al final del capítulo, debemos releer al saber que Barney había usurpado la identidad de Ted. En el 4.5., una ida al futuro simula el final de la serie e, incluso, cambia la identidad de los hijos interlocutores al aventurar qué podría haber ocurrido si Ted se hubiera casado con Stella: “Y, niños, si hubiera dejado que Stella hablara con Robin [el día de la boda], toda esta historia habría terminado de forma diferente”. La última muestra que rescatamos de *How I Met... se refiere a la fiabilidad del propio narrador, elocuente en este fragmento (3.17):*

¡Ah, sí, la cabra! Tan divertido que os va a encantar. Más tarde esa noche, la cabra se encerró en el baño y empezó a comerse uno de los vestidos sucios de Robin y... ¡Esperad un segundo! Robin no vivía aún ahí durante mi trigésimo aniversario... ¿Cuándo pasó esto? Oh, esperad, la cabra estaba en mi 31 cumpleaños ¡Perdonad, chicos! ¡Me había equivocado!

Estas apelaciones del narrador al público (los niños de *How I Met...* conforman una extensión de la audiencia televisiva) también se pueden apreciar –de forma puntual– en *Eli Stone*. La serie abre su piloto evidenciando su condición casual, de relato en construcción, al referirse a su propio acto de habla: “Hola, soy yo, Eli. Tengo mucho que decir, pero la altitud exige más ropa, así que prometo ser breve. Soy abogado. Trabajo en...”. Tras una secuencia cómica en un exótico paraje nevado, el narrador recupera –explicitando sus dudas, como el Mosby del ejemplo anterior– las riendas del relato: “Veamos... Abogado, San Francisco... ¿Mencioné que hace poco descubrí que podría ser profeta? Sí, a mí también me sorprendió. Hasta hace poco...” (1.1.).

En *Scrubs*, el antiheroico residente que la protagoniza mezcla imaginación y surrealistas ensoñaciones en los hilarantes sucesos hospitalarios que describe. Al narrar (y focalizar) el relato, la imaginación de JD rompe constantemente el ilusionismo al convertir, por citar algunos de entre las decenas de fragmentos posibles, a la pareja protagonista en Batman y Robin (1.8.), insertarse en una sit-com tradicional (4.17.) o permitir un capítulo musical con la excusa de la enfermedad de una paciente (6.6.).

Una última modalidad de “travesura” para debilitar el espejo ilusionista lo ofrece el Ron Howard de *Arrested Development*. Su remedo del documental expositivo habilita una voz en off omnisciente que nos transporta al pasado íntimo de los personajes, inserta fotos fijas, falso metraje de archivo... ¡hasta gráficos explicativos de las relaciones paterno-filiales! Además de ocurrencias ingeniosas y surrealistas que chocan con el pacto de lectura documental, la suspensión de la credibilidad narrativa se produce al insertar falsos avances por parte del narrador: “En el próximo *Arrested Development*” no es más que una forma de cerrar tramas abiertas durante el mismo capítulo, quebrando, además, la expectativa del espectador y el pacto comunicativo.

4. La ficción como tema: el narcisismo televisivo

En la búsqueda de nuevas semillas temáticas, la meta ficción también ofrece un campo fértil. Ante el agotamiento narrativo anunciado por Barth (1984), el dispositivo televisivo se vuelve sobre sí mismo en busca de originalidad. Es lo que Pérez Bowie ha catalogado, en su clasificación meta ficcional, como “el mundo detrás de la pantalla” (2005: 123). Es la tendencia que más ejemplos brinda en la reflexividad de la ficción televisiva contemporánea: relatos formalmente ilusionistas cuya trama versa sobre el universo de la ficción en sus diferentes ramales. Así, nos encontramos con series sobre creadores artísticos (los guionistas de *30 Rock* y *Studio 60*, los actores de *Entourage* o *Extras*) que, al mismo tiempo, reflejan la propia institución televisiva (los informativos deportivos en *Sports Night* o la telerrealidad en *Dead Set* y las versiones de *The Office*).

La propia confección de un programa cómico es el eje de *30 Rock*. Nos enseña los mecanismos de la escritura, la producción e, incluso, las relaciones corporativas de la televisión desde dentro, con múltiples motivos autorreferenciales que citaremos más adelante. Desde una perspectiva más dramática –donde se apuesta por la buena televisión y se sueña con la “ética en el negocio televisivo”, en palabras de Egginton (2007: 177)–, *Studio 60* también se mueve en ese inestable equilibrio entre realidad y ficción en la imaginada cadena NBS. Al igual que en *Sports Night* –y la aclamada *The West Wing* para la política–, Aaron Sorkin mete al espectador en la cocina de la televisión, acercándole al cómo-se-hace un exitoso show a *la Saturday Night Live* [6], con su ajetreada realización, su proceso de escritura y sus innumerables problemas creativos (el segmento cómico plagiado en 1.4.), legales (la advertencia de la FCC por la palabra *fuck* en sus informativos, 1.11.) o de producción (la huelga y la amenaza de bomba en 1.17.). Así mismo, *Studio 60* también exhibe las luchas entre creatividad y negocio, simbolizadas en la rivalidad entre Jordan McDeere y Jack Rudolph; el lado que escoge Sorkin queda bien ejemplificado en la tajante negación de McDeere de dar luz verde al *reality-show Search and Destroy*: “Es tóxico. Como mal *crack* en un patio de colegio (...). Apela a lo peor de nuestra naturaleza y quien quiera que lo emita jugaría un papel preponderante en la subversión de nuestra cultura nacional” (1.5.). Las discusiones que se plantean ante la aparente dicotomía “calidad-éxito televisivo” traspasaron la pantalla: *Studio 60*, una serie de indudable acabado artístico, perdió la batalla y fue retirada a causa de su poca audiencia en la *mid-season* (febrero). Volvió en mayo para clausurar con premura las tramas de su única temporada (irónicamente, fue sustituida por un formato de telerrealidad: *The Real Wedding Crashers*).

No podemos cerrar este apartado sin referirnos a *Entourage*, una serie que no es estrictamente

metatelevisiva, pero sí reflexiva, puesto que conduce al espectador a las entrañas del mundo del celuloide. Hollywood y la fama son satirizados mediante la peripecia de una joven estrella de cine – Vincent Chase– y su entorno: las negociaciones con el agente, los estrenos, las campañas de prensa, la preparación de los rodajes... El anzuelo verista que despliega la serie proviene de la gran cantidad de celebridades que aparecen haciendo de sí mismos. La segunda temporada, por ejemplo, está salpicada de esporádicas apariciones de James Cameron, que *entra* en la diégesis de *Entourage* para filmar con Vinnie un taquillazo titulado *Aquaman*; en la tercera, Ed Burns rueda un piloto con Johnny Drama para la NBC y Paul Haggis merodea la trama como posible director de *Medellin*; en la cuarta, Eric contacta con Peter Jackson; la quinta acaba con una revitalizante oferta de Martin Scorsese...

5. La autoconsciencia

Siguiendo la gradación metaficticia que estamos desplegando, el espejo stendhaliano deforma su reflejo cuando la noción de autoconsciencia entra en pantalla. Podría definirse como la facultad que una obra artística tiene de conocer su propia existencia en cuanto artificio fabricado y, como detallaremos, tiene diversas ramificaciones: las series que parodian su propia creación, las que ponen en marcha múltiples relaciones intertextuales y semánticas, la diversión de los cameos y, por último, las alusiones implícitas mediante alter egos ficcionales.

5.1. La autorreferencialidad y el juego en la frontera

30 Rock es autorreferencial desde el propio título: en el número 30 de la plaza Rockefeller se encuentran parte de los estudios de la NBC en Nueva York. De hecho, la serie tiene muchos planos recurso de la fachada del edificio y los alrededores. Aunque casi todos los personajes son inventados, en ocasiones aparece un actor (Rip Torn) interpretando a Don Geiss, el supuesto presidente de la NBC o, en un alarde intertextual, uno de los emblemas de la historia de la cadena, Jerry Seinfeld, protagoniza el capítulo 2.1. “¡Cómo ha caído la NBC!”, se queja el propio Seinfeld, ejemplificando así una de las características de *30 Rock*: la continua autoparodia de la cadena. Esta caricatura –evidente en las absurdas situaciones que se suceden dentro de la supuesta NBC– queda bien sintetizada desde el principio, cuando Liz Lemmon intenta contratar a la caprichosa estrella Tracy Jordan (1.1.):

Jordan: Ya sabes, quiero que sea un programa crudo. Contenido estilo HBO.

Lemmon: Bueno, esto no es HBO. Es televisión [7].

Un caso más complejo ocurre en la británica *Garth Marenghi's...*, una *matrioska* de bajo presupuesto donde se nos presenta un relato dentro del relato. El autor –el ficticio Marenghi– entra en la pantalla para presentarnos su *Darkplace*, una estafalaria serie de los ochenta escrita, producida, dirigida e interpretada por él mismo. *Garth Marenghi's...* mezcla, por tanto, los episodios nunca vistos con un (falso) documental que incluye entrevistas a los creadores de la (imaginada) serie. En un *tour de force*, *Darkplace*, la propia ficción que se abisma dentro de la serie, rompe la ilusión a través de una gramática que, al trazar un calco de la serie B, derrumba los códigos del montaje invisible que constituyen la base del ilusionismo audiovisual. Así, resultan evidentes los errores de continuidad (cuando el personaje de Richard Ayoade dispara, aparece con un puro que, en el plano siguiente, desaparece), la artificialidad del decorado, las dudas de un actor que mira nervioso a la cámara o el anti-ilusionismo de unos indigentes efectos especiales.

5.2. La sobrecarga semántica

Como vemos, con la autorreferencialidad se asciende un peldaño en la ruptura del espejo ficcional, emborronando aún más para el espectador las relaciones entre realidad y ficción. En los casos que, además, arrastran una intertextualidad muy marcada, los textos metaficticios ofrecen varios significados para un único referente. En palabras de Dallenbach: “Todo reflejo es un procedimiento de sobrecarga semántica [...]; funciona por lo menos en dos niveles: el del relato, donde continúa significando lo mismo que cualquier otro enunciado; el del reflejo, donde entra en calidad de elemento de una metasignificación merced a la cual puede el relato tomarse a sí mismo como tema” (1991: 59). Y para que un nivel viva a costa del otro se necesita la habilidad del lector. Éste ha de saber identificar –en el primer nivel semántico– la existencia de un reflejo metatextual que aporte un nuevo sentido remitiéndole a textos externos.

Una muestra autorreferencial de sobrecarga semántica sutil –donde resulta necesaria la competencia intertextual que sugiere Dallenbach– sucede cuando el Barney de *How I Met... se emparenta con Doggie Howser M.D.*, la serie que dio a conocer al actor Neil Patrick Harris. Al cierre del capítulo 3.14., tras la redención de su personaje, Barney se pone frente al teclado emulando los cierres de *Doggie Howser*; la melodía original de aquella serie refuerza el homenaje irónico. La parodia proviene de

subvertir el tono didáctico que ejercía su anterior personaje y adaptar el escrito a la egolatría de Barney: “A veces buscamos una cosa, pero encontramos otra. Aunque no encontré a la chica misteriosa... Sí descubrí algo importante de mí mismo... ¡Soy increíble!”. En 4.15, al presentar a su falsa familia y al niño que interpreta a su falso hijo, Barney espeta: “Llamadme loco, pero había mucho mejores niños actores en los ochenta”... precisamente la época en la que Patrick Harris saltó a la fama.

La distancia entre el relato y el reflejo también se acorta en *Boston Legal*, donde hay numerosas referencias veladas que pueden interpretarse como bromas metaficticias. Las amenazas de Alan Shore de irse a trabajar al cable (en lugar de la ABC donde se emite el show) (1.5), el orgullo de Danny Crane tras una intervención exitosa en un juicio (“Una vez capitaneé mi propia nave espacial”, en referencia a su papel en *Star Trek*) o las alusiones a la huelga de guionistas: tras dos meses sin emitirse *Boston Legal*, en el episodio de vuelta Jerry espeta: “Durante la huelga, me enamoré”. “¿Qué huelga?”, pregunta Katie. “No importa, el caso es que...” (4.16). Esta tendencia ganó fuerza en la quinta temporada, ante el inminente final del programa. Muchas de las conversaciones entre los personajes funcionan en el entorno de la ficción, pero también pueden tener una lectura extradiegética sobre la conclusión de *Boston Legal*.

Ambos niveles –relato y reflejo– también entran en liza, de modo perspicaz, en la cotidianidad hecha carne de desguace irónico en *Curb Your Enthusiasm*. El leitmotiv argumental de la segunda temporada constituye el arquetipo de la necesaria competencia del espectador: Larry David intenta vender una historia televisiva (¡acude, incluso, a los responsables de la HBO... canal por el que se emite realmente la serie!) sobre una estrella de una comedia de éxito que trata de salir de su estereotipo ficcional. En su peripecia, acuden Julia Louis-Dreyfuss y Jason Alexander haciendo de sí mismos. Todo el pasado de *Seinfeld* –intradiegético y extradiegético– resulta necesario para leer correctamente *Curb Your Enthusiasm*.

5.3. El simulacro del yo

Por su concepción temática, la serie de Larry David es rica en cameos de celebridades del mundo audiovisual. De hecho, constituyen una práctica habitual en la ficción televisiva (Van Heerden, 1998). Hay muchos actores que han interpretado papeles ocasionales en series. Son recordadas las apariciones estelares de Bruce Willis o Brad Pitt en *Friends*, las operaciones que los cirujanos de *Nip/Tuck* han realizado a personajes interpretados por Catherine Deneuve, Brooke Shields o Alanis Morissette, el inolvidable juez que interpreta John Goodman en *Studio 60*, el nostálgico productor que hace Martin Landau en *Entourage*, las colaboraciones de Charlize Theron y Liza Minelli en *Arrested Development*, Jennifer Aniston y Salma Hayek en *30 Rock* o de Michael J. Fox y Brendan Fraser en *Scrubs*. Pero esos casos no dejan de ser actores interpretando un papel y, aunque la extrañeza de ver una cara conocida en un universo familiar para el espectador puede hacerle suspender la ilusión, estos cameos mantienen el pacto de lectura de cualquier ficción.

Más interesante para este estudio son los actores que se auto-interpretan. Esta estrategia, habitualmente lúdica, sirve para romper la ilusión ficcional al traer al interior de la diégesis estrellas que se divierten con el simulacro de hacer de sí mismos. Ahí está el periplo metafílmico de los chicos de *Entourage* con Mark Wahlberg, Jason Patric, Anna Farris, Mandy Moore o un *cross-over* [8] del propio Larry David, las apariciones de Jay Leno en *The Comeback* o *Scrubs*, la presencia de Annette Bening y Ben Kingsley en *Los Soprano*, las autoparodias de Cher y Jennifer López en *Will & Grace*, el monólogo interrumpido de Felicity Haufman (1.1.) o la emotiva versión –intensa también en la trama– que Sting hace de su *Fields of Gold* en *Studio 60* (1.5.). En el caso de *Curb Your Enthusiasm*, Larry David juega hábilmente con las dos vertientes del cameo y hace que el juego constante entre realidad y ficción actúe como percutor narrativo en la borrosa frontera de *Curb Your Enthusiasm*. Por un lado, en el cierre de la quinta temporada acaba sacando de quicio a dos ángeles interpretados por Sasha Baron Cohen y Dustin Hoffman (5.10). Pero, por otro, toda la serie está plagada de elementos reales que se insertan en la diégesis protagonizada por un Larry David que hace de... Larry David. Rueda a las órdenes de Martin Scorsese, trata de abrir un restaurante con Ted Danson y muchos de los escenarios donde se graba la serie son “reales”, como sus oficinas y varios de sus lugares habituales de Los Ángeles (Thompson, 2007: 69).

Ricky Gervais, el otro gran renovador de la comedia televisiva contemporánea, también ha optado por difuminar los contornos ontológicos en *Extras*, donde la autorreferencialidad ostenta un papel estructural. En cada entrega cuenta con un famoso: un dictatorial Ben Stiller, una ácida Kate Winslet, un engreído Orlando Bloom, un pasota de Niro, un afectado Ian McKellen o un Daniel Radcliffe obsesionado con el sexo. Todos ellos juegan con la imagen fílmica o pública que proyectan y se autoparodian dinamitando las fronteras entre la realidad y la ficción, entre persona y cameo. Así, divierte ver la envidia de Orlando Bloom hacia Johnny Depp [9] o la profética parodia de Winslet con los

Oscars, donde anticipa las claves para la estatuilla que ganó por *The Reader*, años después de filmar esta secuencia en la que Millman encomia sus papeles comprometidos con la memoria del exterminio judío (1.3):

Kate Winslet: Dios, no lo estoy haciendo por eso. No creo que necesitemos más películas sobre el Holocausto, ¿verdad? O sea, ¿cuántas ha habido? Lo entendemos, fue triste, sigamos adelante. No. Lo hago porque me di cuenta de que si haces una película sobre el Holocausto ganas un Oscar, seguro. Me han nominado cuatro veces, nunca gané. Y todo el mundo va diciendo, “¿Por qué la Winslet no ha ganado ni uno?” [...] Por eso... por eso lo estoy haciendo. ¡La puta *Lista de Schindler*! ¡*El Pianista*! ¡Los Oscars se les salen por el culo!

5.4. Alter egos

Además de todas esas series donde la autorreferencialidad vertebraba sus mecanismos narrativos, podemos encontrar destellos en otras propuestas más indirectas. Un ejemplo encubierto sería el Matt Albie de *Studio 60*, un guionista que pasa por alter ego de Aaron Sorkin: ambos son escritores-productores, se enfrentan a bloqueos creativos, han tenido problemas con las drogas y muestran preocupación por los estándares de la televisión comercial. En este mismo show hay un irónico ejemplo de “autocita” (Stam et. al., 1999: 236): cuando la invitada al programa es Allison Janney, conocida también en la diégesis por su papel en *El ala oeste*, se sucede esta conversación:

Allison Janney: ¿Han encontrado la bomba?
 Jack Rudolph: No, señora, pero le diré una cosa. Veo cada episodio y *El ala oeste* nunca ha estado mejor.
 A.J.: ¡Hemos estado fuera de antena desde hace más de un año!
 J.R.: Me encantó su papel en *Chicago Hope*
 A.J.: ¡Esa era Christine Lahti!
 J.R.: No es mi noche

Similar identificación nos encontramos entre Lisa Kudrow y su alter ego ficcional en *The Comeback*: actrices de éxito en series ya terminadas (la real *Friends* / la inventada *I'm It*) que vuelven a la pequeña pantalla: “¡Éste es mi regreso!”, anuncia Valerie Cherish en la primera escena. También constituye la vuelta de Kudrow. Y tanto personaje diegético como actriz comparten un mismo destino: el fracaso de su retorno. En la ficción, Cherish acaba abandonando *Bored Room* y despidiéndose de la tele; en la realidad, el programa escrito, producido e interpretado por Kudrow fue cancelado tras el escaso rendimiento de la primera temporada.

6. La ruptura de la cuarta pared

El movimiento más radical que se ha permitido la ficción televisiva –lejos aún de la reflexividad agresiva propuesta por Wollen– lo constituye la apelación directa al espectador. En este caso, la cuarta pared se desvanece y los trasvases entre la audiencia y el dispositivo televisivo son inmediatos. La interactividad con el público dinamiza el ilusionismo aristotélico, acreditando la condición de artificio de la serie televisiva. Pero conviene diferenciar dos formas de romper esta cuarta pared. Por un lado están las series que se enmascaran en otro tipo de discurso televisivo: es lo que sucede, de forma estructural, en varias propuestas que vampirizan (y falsifican) sendos géneros televisivos. Por el otro, nos encontramos con ficciones que, de forma esporádica y sin perder su estructura ilusionista, invocan directamente a la audiencia.

6.1. Parasitando la telerrealidad

Como ha escrito Savorelli, tanto *The Office* (en especial, la versión británica) como *The Comeback* emplean la estrategia metaficticia del *mise-en-abyme*, por la que un mecanismo enunciativo (la propia ficción televisiva) simula ser otro (un *reality-show*). Este tipo de “nueva comedia –prosigue Savorelli– no tiene miedo de exponer su propio mecanismo; más bien confirma su propia existencia una y otra vez a través de su multiplicación”. Un dispositivo que, mediante los frecuentes indicadores que cambian el foco de la enunciación primaria a la secundaria, acaba haciéndolas coincidir “hasta el punto de que ocupan por completo el espacio y el tiempo de la representación” (2008, 173). Esos indicadores son los que desmoronan la cuarta pared y hacen efectiva la reflexividad.

Thompson cita precedentes aislados que, con la excusa de la realización de un documental, quiebran el espejo para poner en abismo la ficción televisiva: sobre un hospital en la guerra de Corea en *M.A.S.H.* (4.24), sobre el servicio de urgencias en *ER* (4.1.) (Thompson, 2007: 65) –a los que podríamos añadir

la entrevista-reportaje de Rona Barret a la pareja protagonista de *Luz de Luna* (3.9.) o el cómo-se-hizo *Medellín* en el 4.1. de *Entourage*. Sin embargo, es *The Office* quien primero utiliza esta estrategia como elemento organizador de la trama, convirtiéndose en el ejemplo más estilizado de lo que Mills ha denominado “comedy verité” (2004). La serie británica adopta la gramática de la no-ficción para parodiarla. En consecuencia, este *mockusoap* [10] –al igual que su remake estadounidense– nos presenta a unos personajes conscientes de la presencia de la cámara, que se refieren a ella en las entrevistas que se van intercalando y simulan la inevitable performatividad propia de *docu-soaps* como *Airport* o *Driving School*. Salvo en las entrevistas, el (falso) mecanismo enunciativo intradiegético tiende a pasar desapercibido, siguiendo las convenciones del género extraídas del *cinéma-verité*. Pero hay ocasiones en las que su presencia se hace patente a los espectadores, recordándoles así que están ante un discurso construido: las sonrisas cómplices de David Brent, los incómodos silencios y las miradas de los personajes tras una broma sin gracia o cuando Tim se deshace del micrófono para proclamar su amor a Dawn (2.6.). Junto a esos momentos puntuales, los especiales de Navidad (con un David Brent fuera ya de la oficina, “sufriendo” la celebridad adquirida en el supuesto *docu-soap*) dan un paso más en la confusión entre realidad y ficción al asumir los doce capítulos de *The Office* como verdad e integrarlos como referente textual en la nueva vida de Brent. Estos dos capítulos finales “analizan los problemas de la telerrealidad” (Brabazon, 2005: 106) y sus mecanismos, como certifica el mismo protagonista: “Un remedo. Fue todo un remedo. Filmaron horas de material, la mayoría mostrando un buen tipo haciendo un buen día de trabajo y la única vez que di un cabezazo a una entrevistada, va al programa y tú quedas como un gilipollas. Le das un cabezazo a una chica en la tele y estás etiquetado como un gilipollas. Ése es el juego” (3.1.).

Al igual que en la serie de Gervais y Merchant, *The Comeback* eleva a categoría la estrategia representacional elegida: adopta el estilo de una filmación para un *reality* sobre la estrella apagada. La cotidianidad del personaje de Valerie Cherish se adorna con constantes rupturas de la cuarta pared propias del formato elegido: repeticiones de tomas, preguntas al equipo de filmación, constante aparición de cámaras y micrófonos en cuadro, cámara al hombro, filmaciones del *backstage*... De este modo, *The Comeback* se convierte en un reflejo textual que trata de desvestir los mecanismos de producción y representación de dos tipos de discurso televisivo: el de la telerrealidad y el de las sit-coms. Por un lado, la serie desafía y parodia –todos los capítulos comienzan con un imposible letrero que anuncia que se trata de “material en bruto”– la supuesta objetividad que ofrece un *docu-show* de los que captan “la vida en directo”. En el “Piloto” (1.1.), Jane, la productora, le pide a Valerie que repita para las omnipresentes cámaras el momento en que recibe la noticia de que le han dado un papel en *Room Bored*, la serie que supone su regreso. Tras varias tomas ensayando la entonación correcta, Valerie se cansa y la serie deja a la intemperie los mecanismos de la *reality TV* y su modelización de lo real:

Valerie: ¿Sabes, Jane? No quiero parecer una idiota. Y ésta debería ser la realidad.

Jane: Sí. Es solo que creo que tu realidad podría ser más apasionante. Solo repetimos una vez más, por si acaso.

Junto a la televisión factual, todo *The Comeback* ofrece también un repaso a la forma de producir una sit-com, desde la elección de actores y los ensayos hasta la parafernalia mediática que rodea el lanzamiento (el último capítulo, por ejemplo, cuenta con la complicidad de Jay Leno). La propia Valerie explícita en varias ocasiones el “registro de la realidad” y la desmitificación que *The Comeback* está realizando. En un ensayo, tras una frase sin comicidad, afirma: “Bueno, esto es genial para el *reality*, Jane, porque pueden ver cómo funciona verdaderamente la televisión, ¿sabes? Porque si una frase no hace gracia, la quitan”.

Ese mirar al funcionamiento de la televisión también caracteriza *Dead Set*. Charlie Brooker desvela los mecanismos de producción de *Big Brother* para dibujar una parodia sangrienta y proponer una metáfora sobre el tipo de espectador que “devora” estos programas. A partir del tercer capítulo –es decir, cuando la historia se sumerge de lleno en el gore– el espectador suspende toda credibilidad. Sin embargo, durante su inicio, esta miniserie juega la carta de la realidad al contar con la complicidad actoral de Devina McCall (presentadora de varias ediciones del *Gran Hermano* británico), así como la presencia de exconcurstantes que insuflan ese aire verista necesario para los juegos metaficcionales.

Aunque ya se han mencionado las estrategias de *Curb Your Enthusiasm*, conviene concluir este subapartado rescatando un episodio especial (que, de hecho, fue el germen de toda la serie) que se nos presenta como un documental. Larry y su agente se dirigen a la cámara y son conscientes de estar siendo grabados, empleando muchas de las maniobras retóricas propias del falso documental (García Martínez, 2007) (los títulos de crédito denotan el engaño al contar con los actores Jeff Garlin y Cheryl Hines, por ejemplo). Una vez más, al imitar las convenciones de la no-ficción obliga a que el espectador

se cuestione su propia credulidad.

6.2. “¿Nos dan ya nuestro dinero?” La apelación a la audiencia

Las series del epígrafe anterior se pueden complementar con otros momentos donde, de forma puntual y sorprendente, se apela directamente al espectador. Los trágicos sucesos del 11-S no podían permanecer ajenos a un programa de índole política como *El ala oeste*. Con la tercera temporada ya grabada, Sorkin realizó un episodio especial, aislado de las tramas de la serie, donde expresaba su reflexión mediante un acercamiento metafórico a lo ocurrido. Lo que interesa destacar aquí es la aparición de los propios actores explicando el porqué del capítulo y rindiendo homenaje a las víctimas: “Hola, soy Martin Sheen. Hoy verán ustedes un episodio especial, dedicado a gente especial” (3.1.).

Desde una perspectiva lúdica, *Malcolm in the Middle* convierte este mecanismo en una norma de estilo desde la primera escena: “Mi nombre es Malcolm –dice mirando a la cámara–. ¿Quieren saber lo mejor sobre la infancia? ¡En algún momento se acaba...!”. El ajetreado narrador –el niño protagonista– es al mismo tiempo protagonista y espectador. Malcolm se dirige sin cesar a la audiencia en busca de complicidad para sus problemas, hacernos partícipes de la incompreensión de su entorno o, incluso, enfatizar sus heroicidades: “OK. Ahora es cuando por fin ocurre algo bueno. Así que vamos a ralentizarlo y hacerlo que dure ¡taaanto como sea posible!” (1.1.)

30 Rock también ha empleado variados recursos metaficticios con los que invocar directamente a la audiencia. En el 1.5., mientras los guionistas le recriminan a Jack que no puede aprovechar un show para vender un producto, en ese mismo instante realizan una descarada promoción de la versión light del refresco “Snapple”. Pero hay otro ejemplo –cuando Jack Donaghy se queda, por error, el teléfono de su amante– que los guionistas aprovechan para romper la cuarta pared y transparentar las convenciones del “product placement”:

Jack Donaghy: Es que estos teléfonos inalámbricos de “Verizon” son tan populares... Accidentalmente tomé el de un conocido.

Liz Lemmon: Claro, porque el servicio de “Verizon” es imbatible. Es decir, si viera un teléfono como ese en televisión, diría: “¿dónde está mi distribuidor más cercano para... conseguir uno?” [Liz hace una pausa, mira directamente a la cámara y dice:] ¿Nos dan ya nuestro dinero?”

Pero si hay un capítulo que destaca en este sentido, es el ya citado “Seinfeld Vision” (2.1.), una trama que confunde los límites entre realidad y ficción. En un proceso de migración textual, una persona real que también es personaje (Jerry Seinfeld) se va insertando en las diégesis de *Ley y Orden*, *Héroes* o *Deal or No Deal* (y más adelante pide entrar en *Lost*... un programa de la competidora ABC), revelando así la condición meramente textual de estas ficciones. Más tarde, el propio Seinfeld se enfada cuando ve que Lemmon está imitando su “yo” ficcional (sin embargo, el mismo Seinfeld confunde persona y personaje, puesto que dice, “¿me estás imitando?”). La ruptura total del espejo televisivo se produce cuando la estrella aprovecha para vender su *Bee Movie* a los espectadores:

Jack: Te daré un millón de dólares y cinco anuncios para tu película si me dejas usarlo [el “Seinfeld Vision”] por una semana.

Seinfeld: Dos millones a la caridad que escoja, diez anuncios gratis para *Bee Movie* –[mirando directamente a la cámara, es decir, al espectador] que se estrena el 2 de Noviembre en los cines–. Y no hago nada.

Similar pulsión cómica aparece en varios momentos de *How I Met... En la tercera temporada, los problemas financieros obligan a Marshall y Lily a vender sus cosas. Recogiendo la idea de la diégesis, ambos cierran el capítulo 3.19. solicitando a los espectadores que entren en una web relacionada con el show (www.lilyandmarshallselltheirstuff.com), donde se pueden comprar productos del programa y recaudar fondos para un hospital infantil. Así mismo, Barney hace esporádicas referencias a su blog (que existe en la realidad, insertado en la página de la CBS) o a bromas como tedmosbyisajerk.com (3.14), animando a la audiencia a que salga de la ilusión de la pantalla y las consulte en la realidad. De forma similar, un show tan imaginativo como *Arrested Development* también emplea la misma táctica. Tras un rótulo donde piden a los espectadores que se pongan sus gafas 3D, en el capítulo 3.9 los Bluth ruegan al público que les salve de la cancelación, incluyendo una web (http://saveourbluths.com). Esto se refuerza con uno de los pocos momentos en los que el narrador omnisciente se refiere a la audiencia: “Contad a vuestros amigos sobre este show”.*

Por último, como anunciamos, muchas de las bromas reflexivas de *Boston Legal* se concentran en la última temporada. Sin embargo, hay una que hace explícito este asunto de la cuarta pared. En medio

de un juicio sobre la discriminación que las grandes networks hacen de los actores mayores, antes de criticar la telerrealidad, los concursos y otras sit-coms como *Scrubs*, Sack exclama: "Saben, el único programa sin temor a que sus estrellas tengan más de cincuenta años es *Bos...* [se detiene ante la mirada del juez y de la sala y señala a las cámaras, es decir, a la audiencia]. Gee, no puedo decirlo. Sería, eh, romper la pared".

7. Conclusión

Como el Addison con el que arrancaba este artículo, la estrategia pirandelliana de *Boston Legal* revela que los diversos grados de la metaficción están muy presentes en la pequeña pantalla. La cartografía que hemos trazado evidencia, además, cómo la metaficción se ha convertido en una de las estrategias narrativas más relevantes de la serialidad anglosajona. Su fuerza y su presencia rivaliza con otros movimientos estéticos, éticos y de producción que también caracterizan a la ficción televisiva actual: los juegos narratológicos de *Lost*, *Damages* o *24* y la posible verticalidad estructural de *In Treatment*; la ampliación de lo visible (violencia y sexo) en propuestas de cable como *Los Soprano*, *Californication* o *Nip/Tuck*; la actualización de géneros como el western (*Deadwood*), la ciencia ficción (*Battlestar Galactica*), el cine negro (*The Wire* y *The Shield*), las aventuras (*Merlin*) o el terror (*True Blood*); el incremento de los niveles de producción (apreciable en la exquisitez histórica de *Carnivàle*, *Mad Men*, *Roma* o *John Adams*); o la ambigüedad moral como motor narrativo en *Breaking Bad*, *Dexter* o *Sons of Anarchy*.

De entre todas estas tendencias, la metaficción sobresale por su finalidad habitualmente lúdica, más frecuente, por tanto, en las comedias que en los dramas. Tomando prestados recursos reflexivos que el cine comercial ha ido domesticando gracias a películas de autores como Woody Allen, Spike Jonze o Peter Weir, las series descritas en este artículo reflejan el funcionamiento de los propios discursos televisivos: la identidad del autor, los problemas críticos de la obra, el proceso de recepción y producción o el relato en el momento de hacerse. Apoyados en la intertextualidad, la autoconsciencia o la apelación directa al espectador, todas ellas contribuyen a desvelar la ilusión ficcional y las convenciones del realismo artístico, plasmando audiovisualmente la tensión entre la realidad y la representación y situando en primer plano la porosidad de unas fronteras que la posmodernidad ha alimentado de suspicacias.

8. Bibliografía

- Barth, J. (1984): *The Friday Book. Essays and Other Nonfiction*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Brabazon, T. (2005): 'What have you ever done on telly?' *The Office*, (post) reality television and (post) work. *International Journal of Cultural Studies*, 8, pp. 101-117.
- Cascajosa Virino, C. (2003): "Procesos de hipertextualidad en la ficción televisiva norteamericana", en *Área Abierta*, 5: [www.ucm.es/info/cavp1/Area Abierta/5 AREA ABIERTA/articulos/virino.PDF](http://www.ucm.es/info/cavp1/Area%20Abierta/5%20AREA%20ABIERTA/articulos/virino.PDF)
- (2006): "No es televisión, es HBO: La búsqueda de la diferencia como indicador de calidad en los dramas del canal HBO". *Zer*, 21, pp. 23-33.
- Cuevas, E. (2001): "Focalización en los relatos audiovisuales". *Trípodos*, 11, pp. 123-136.
- Dallenbach, L. (1991): *El relato especular*. Madrid: Visor.
- Egginton, W. (2007): "The Best or the Worst of Our Nature: Reality TV and the Desire for Limitless Change". *Configurations*, 15, pp. 177-191.
- García Martínez, A. N. (2007). "La traición de las imágenes: mecanismos y estrategias retóricas de la falsificación audiovisual". *Zer*, 22, pp. 301-322.
- Genette, G. (1989): *Figuras*. Barcelona: Lumen.
- Guillén, C. (1985): *Entre lo uno y lo diverso. Introducción a la literatura comparada*. Barcelona: Crítica.
- Joyard, O. (2003): "L'Âge d'or de la série américaine". *Cahiers du Cinema*, 581, pp. 12-13.
- Lavery, D. (2005): "It's Not Television, It's Magic Realism: The Mundane, the Grotesque, and the Fantastic in *Six Feet Under*", en VV AA, *Reading Six Feet Under. Tv To Die for* (Eds. K. Akass y J.

- McCabe). Londres y Nueva York: I.B. Tauris & Co, pp. 19-33.
- Martin, W. (1986): *Recent Theories of Narrative*. London: Cornell University Press.
- Mast, J. (2009): "New directions in hybrid popular television: a reassessment of television mock-documentary". *Media, Culture & Society*, 31 (2), pp. 231-250.
- Mills, B. (2004): "Comedy Verite: Contemporary Sitcom Form". *Screen*, 45, pp. 63-78.
- Pérez Bowie, J. A. (2005): "El cine en, desde y sobre el cine: metaficción, reflexividad e intertextualidad en la pantalla". *Revista Anthropos. Huellas del conocimiento*, 208, pp. 122-137.
- Pozuelo Yvancos, J. M. (1993): *Poética de la ficción*. Madrid: Síntesis.
- Savorelli, A. (2008): *Oltre la sitcom. Indagine sulle nuove forme comiche della televisione americana*. Milán: FrancoAngeli.
- Stam, R. (1992): *Reflexivity in Film and Literature*. New York: Columbia University Press.
- Stam, R., Burgoyne, R., y Flitterman-Lewis, S. (1999): *Nuevos conceptos de la teoría del cine (estructuralismo, semiótica, narratología, psicoanálisis, inter-textualidad)*. Barcelona: Paidós.
- Thompson, E. (2007): "Comedy Verité? The Observational Documentary Meets the Televisual Sitcom". *The Velvet Light Trap*, 60, pp. 63-72.
- Van Heerden, B. (1998): *Film and Television In-jokes: Nearly 2000 Intentional References, Parodies, Allusions, Personal Touches, Cameos, Spoofs and Homages*. Jefferson: McFarland.
- VV AA (1995): *Metafiction* (Ed. M. Currie). New York: Longman Publishing.
- VV AA (2007): *La caja lista. Televisión norteamericana de culto* (Ed. C. Cascajosa Virino). Barcelona: Laertes.
- Waugh, P. (1984): *Metafiction. The Theory and Practice of Self-Conscious Fiction*. Londres and New York: Routledge.
- Wollen, P. (1970): *Signs and Meaning in the Cinema*. London: Thames and Hudson.

9. Series citadas

- 24 (Fox, 2001-)
- 30 Rock (Rockefeller Plaza, NBC, 2006-)
- Ally McBeal (Fox, 1997-2002)
- Arrested Development (Fox, 2003-06)
- Battlestar Galactica (Sci-Fi, 2003-09)
- Boston Legal (ABC, 2004-08)
- Breaking Bad (AMC, 2008-)
- Buffy The Vampire Slayer (Buffy cazavampiros, WB, 1997-2003)
- Californication (Showtime, 2007-)
- Carnivàle (HBO, 2003-05)
- Curb Your Enthusiasm (Larry David, HBO, 2000-)
- Damages (Daños y Perjuicios, FX, 2007-)

Dead Set (E4, 2008)

Deadwood (HBO, 2004-06)

Dexter (Showtime, 2006-)

Doogie Howser M.D. (Un médico precoz, ABC, 1989-93)

E.R. (Urgencias, NBC, 1994-2009)

Eli Stone (ABC, 2008-09)

Entourage (El séquito, HBO, 2004-)

Extras (BBC-HBO, 2005-07)

Friends (NBC, 1994-2004)

Garth Marenghi's Darkplace (Channel 4, 2004)

Gossip Girl (CW, 2007-)

How I Met Your Mother (Cómo conocí a vuestra madre, CBS, 2005-)

Hustle (BBC, 2005-)

John Adams (HBO, 2008)

Lost (Perdidos, ABC, 2004-2010)

M.A.S.H. (CBS, 1972-1983)

Mad Men (AMC, 2007-)

Malcolm in the Middle (FOX, 2000-06)

Merlin (BBC, 2008-)

Moonlighting (Luz de Luna, ABC 1985-89)

Nip/Tuck (A golpe de bisturí, FX, 2003-)

Roma (HBO-BBC-RAI, 2005-07)

Scrubs (NBC, ABC, 2001-)

Seinfeld (NBC, 1989-98)

Six Feet Under (A dos metros bajo tierra, HBO, 2001-05)

Skins (E4, 2007-)

Sons of Anarchy (FX, 2008-)

Sports Night (ABC, 1998-2000)

Studio 60 on the Sunset Strip (Studio 60, NBC, 2006-07)

The Comeback (HBO, 2005)

The Office UK (BBC, 2001-2003)

The Office US (NBC, 2005-)

The Shield (FX, 2002-08)

The Sopranos (*Los Soprano*, HBO, 1999-2007)

The West Wing (*El ala oeste*, NBC, 1999-2006)

The Wire (HBO, 2002-08)

True Blood (HBO, 2008-)

Twin Peaks (ABC, 1990-91)

Will & Grace (NBC, 1998-2006)

10. Notas

[1] El término metaficción fue usado por primera vez en 1970 por William H. Gass, quien lo acuñó para referirse a los procedimientos narrativos de Borges, Barth y O'Brien. Sobre el origen de la expresión "metaficción", cfr. Currie (1995: 1).

[2] Cabe precisar que en este texto usaremos los términos reflexividad y metaficción como sinónimos cuya característica definitoria, siguiendo a McCaffery, consiste en "la preocupación directa e inmediata con la propia fabricación de la ficción" (en Currie, 1995: 182). En la bibliografía sobre este tema se pueden encontrar otros términos que, con matices más amplios a los expresados por McCaffery, se engloban en este fenómeno.

[3] Aunque Dallenbach utiliza siempre el término *mise-en-abyme* –como "puesta en abismo" de un relato–, muchas de sus ideas son aplicables a la metaficción. Dicho término, procedente de la heráldica, se refiere a todo enclave dentro de una obra que guarda relación de similitud con la obra que la contiene. Toda *mise-en-abyme* es metaficticia pero no toda metaficción se manifiesta únicamente mediante ese procedimiento.

[4] Salvo en la vertiente más revolucionaria y subversiva, en la que se renuncia a cualquier intento de familiaridad con el realismo (Stam et. al., 1999: 227-228; Wollen, 1970). Por su propia vocación popular, la televisión comercial apenas se ha adentrado en experimentos metaficticios vanguardistas de tal radicalismo estético.

[5] Al referirnos a la focalización, seguimos la adaptación al ámbito audiovisual que Cuevas ha hecho de la narratología de Genette. (Cuevas, 2001; Genette, 1989).

[6] De hecho, en el episodio 1.17., mientras graban el ficticio *Studio 60* en directo, una atolondrada Allison Janney confunde el programa con el *Saturday Night Live*.

[7] Lemmon le da la vuelta a uno de los lemas más famosos de la industria cultural norteamericana. Con su "It's not TV. It's HBO" la plataforma de pago revolucionó la ficción televisiva, buscando esa diferenciación que le llevó a producir programas aclamados por la crítica como *Los Soprano*, *A dos metros bajo tierra*, *Carnivàle* o *The Wire* (Cascajosa, 2006).

[8] El *cross-over*, el *spin-off*, el *remake* y demás extensiones diegéticas podrían considerarse, implícitamente, estrategias reflexivas. Sin embargo, abordar su genealogía excedería las intenciones de este artículo. Cfr. Cascajosa (2003).

[9] Orlando Bloom: "¿Con esta cara? No me ignorarían. Te diré a quien ignorarían. A Johnny Depp. En el plató de *Piratas del Caribe* las fans pasaban de él. "Quítate de en medio, quien quiera que seas, queremos a Orlando". Me rodeaban como las moscas a una mierda (...) '¿Orlando, quién ese friki de allí que no habíamos visto?' Yo decía: 'Es Johnny Depp'. Y ellas decían: '¿Y qué? Tú fuiste Legolas en *El Señor de los Anillos*'. 'Oh, mira, yo hago películas artísticas [...] Oh, tengo tijeras en vez de manos' ¿Willy Wonka?... ¡Johnny Wanker [pajero]!" (2.1.)

[10] Acrónimo de *mockumentary* y *docu-soap*. Se puede encontrar un análisis de esta hibridación genérica en Mast (2009: 233-236).

* Este trabajo se enmarca en el proyecto de investigación "Realismo y representación en el cine y la televisión contemporáneos", financiado por el

Gobierno de Navarra dentro de sus "Ayudas del Plan de Formación y de Investigación y Desarrollo (I+D) (Resolución 179/2008).

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

García Martínez, Alberto Nahum (2009): "El espejo roto: la metaficción en las series anglosajonas", en RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, 64, páginas 654 a 667. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el ____ de _____ de 2_____, de http://www.revistalatinacs.org/09/art/852_UNAV/53_81_Alberto_Garcia.html
[DOI: 10.4185/RLCS-64-2009-850-654-667](https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-850-654-667)