

COMMUNITY

Fandom y autoconsciencia

JUDIT AMAT JIMÉNEZ

Tutora: Shaila García Catalán

24399653B



**UNIVERSITAT
JAUME•I**

Grado en Comunicación Audiovisual

TRABAJO FIN DE GRADO

Modalidad A

Junio, 2015

RESUMEN

Este Trabajo Final de Grado se centra en el estudio de la relación de la serie televisiva *Community* (Dan Harmon, NBC: 2009-2014, Yahoo! Screen: 2015) con su *fandom* mediante mecanismos de la autoconsciencia. El contexto en el que tiene lugar la serie proporcionan las bases que posibilitan esta relación, debido a los cambios de los hábitos de consumo, el aumento del poder del creador tras la denominada nueva era dorada de la televisión y la mayor visibilidad del *fandom* que facilita la red.

Desglosamos los conceptos de serialidad, intertextualidad, metatextualidad y *fandom* para elaborar un cimiento teórico que sirven a la verificación o refutación de nuestra hipótesis y que asientan unas premisas para el análisis textual del corpus. Con todo, pretendemos demostrar que la especial relación que *Community* mantiene con su comunidad fan se construye y alimenta desde la obra mediante mecanismos intertextuales y metatextuales y que esto, a su vez, retroalimenta el texto afectando a su contenido.

Keywords: fandom, intertextualidad, metatextualidad, series, *Community*, autor.

ABSTRACT

This Trabajo de Final de Grado is focused on the study of the relation between *Community* TV series (Dan Harmon, NBC: 2009-2014, Yahoo! Screen: 2015) and its fandom, through mechanisms of self-awareness. The context in which it is placed provides with the basis that make possible this relationship, due to changes of the habits of consumption, the increasing of the creator power after the new golden age of television and the higher visibility of the fandom which facilitates the net.

We treat the concepts of serializing, intertextuality, metatextuality and fandom to draw up a theoretical basis that serve as a verification or disproof of our hypothesis and which assume some premises for the textual analysis of the corpus. With all this, we expect to demonstrate that the especial relationship that *Community* is maintaining with its fan community is constructed and supplied from the work through intertextual and metatextual mechanisms, and this, at the same time, feeds the text back by nourishing its content.

Keywords: fandom, intertextuality, metatextuality, series, *Community*, author.

ÍNDICE

PLANTEAMIENTO

Justificación y oportunidad del tema	3
Objeto de estudio	6
Hipótesis	9
Objetivos	9
Estructura	10
Metodología	11

MARCO TEÓRICO

1. Serialidad	15
2. Intertextualidad	21
3. Metatextualidad	29
4. <i>Fandom</i>	38
4.1 Lector modelo	41

ANÁLISIS APLICADO

5. Intertextualidad	45
5.1 Homenaje	45
5.2 Intertextualidad entre series	49
5.3 Intertextualidad falsa	51
6. Metatextualidad	54
6.1 Autorreferencialidad	54
6.2 Interacción directa con el <i>fandom</i>	64
6.3 Ruptura de la cuarta pared	65

CONCLUSIONES

Conclusiones de la investigación	75
Verificación o refutación de la hipótesis	77
Líneas futuras de investigación	78

BIBLIOGRAFÍA

INDEX

APPROACH

Research's justification and opportunity	3
Study object	6
Hipotesis	9
Goals	9
Estructure	10
Methodology	11

THEORETICAL FRAMEWORK

1. Seriality	15
2. Intertextuality	21
3. Metatextuality	29
4. Fandom	38
4.1 Model reader	41

APPLIED ANALYSIS

5. Intertextuality	45
5.1 Homage	45
5.2 Intertextuality between series	49
5.3 Fake intertextuality	51
6. Metatextuality	54
6.1 Autorreferenciality	54
6.2 Direct interaction with the fandom	64
6.3 Breaking the fourth wall	65

CONCLUSIONS

Research's conclusions	75
Verification or disproof of the hypothesis	77
Futur research lines	

BIBLIOGRAPHY

PLANTEAMIENTO

Justificación y oportunidad del tema

5.702.153 dólares recaudó en 2013 la campaña de *kickstarter*¹ del creador de *Verónica Mars* (Rob Thomas, UPN: 2004-2006, CW: 2006-2007) para su secuela en forma de película. Un total de 91,585 *backers*² donaron para financiarla y en menos de 11 horas alcanzó el objetivo de dos millones de dólares.

Ésta es sólo una muestra de la pasión y devoción que caracteriza a un *fandom*, esto es, una comunidad de fans que comparten el mismo objeto de admiración y que se identifica a sí misma como comunidad. También denota los cambios que ha generado lo que Henry Jenkins denomina cultura participativa en los procesos productivos y en la relación con la comunidad fan. A este respecto afirma:

Más que hablar de productores y consumidores mediáticos como si desempeñasen roles separados, podríamos verlos hoy como participantes que interaccionan conforme a un nuevo conjunto de reglas que ninguno de nosotros comprende del todo. (Jenkins, 2008: 15).

Así, las líneas que separan producción de recepción en televisión son cada vez más borrosas en esta era de convergencia mediática³. La cultura participativa apela al nuevo carácter activo del espectador esto era ya una realidad para las comunidades de fans antes de la entrada en esta sociedad digital. Sin embargo, este nuevo panorama aumenta las modalidades y posibilidades de interacción interna entre el propio *fandom* e interacción externa entre éste y las instancias autorales.

Además, la multiplicación de canales de distribución y los cambios de hábitos

¹ Plataforma de recaudación de fondos para proyectos creativos.

² Nombre designado por Kickstarter para referir a los donantes.

³ «Flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento» (Jenkins 2008: 14).

de consumo, sumado al salto de calidad que supuso lo que designa Alan Sepinwall como «nueva era dorada de la televisión» (2013: 3), han transformado para siempre el horizonte televisivo mundial. Éste sostiene que la audiencia fragmentada fue un incentivo para el comienzo de esta era dorada:

[...] many Smart executives realized that they could do very well making shows those smaller audiences would care a passionate about. You can make money on a show watched by three million people, if they're the "right" three million people, paying close attention (Sepinwall, 2013: 4).

El cuidado de esas apasionadas, cada vez más globales, masas de espectadores es una nueva prioridad en la industria de la televisión. Además, gracias a esta bonanza televisiva, puede decirse que es un buen momento para declararse miembro de lo que Mark Duffett (2013: 2) denomina como *media fandom*. El estigma asociado a la caja tonta parece haber desaparecido porque gracias a esta era dorada, en palabras de Andy Greenwald, la televisión ha pasado de ser «cinema's idiot brother to the last auteur-driven mass medium» (2012). Esto ha devenido en el seguimiento masivo de muchas series de televisión. Uno de los casos más significativos y que ha marcado precedentes en este fenómeno es *Perdidos* (*Lost*, J.J. Abrams, Jeffrey Lieber, Damon Lindelof, ABC: 2004-2010), cuyo episodio final en el canal de televisión Cuatro llegó a reunir a las 6:30 de la mañana a 400.000 espectadores, tan sólo tres horas después de su emisión original⁴.

2

Afirma Tom Vanderbilt que este salto de calidad no es un “afortunado accidente” sino que las cadenas están utilizando nuevos criterios para diseñar las series: «Under these new rules, Twitter feeds are as important as ratings, fresh ideas beat tired formulas, and niche stars can be as valuable as big names» (2013). Así pues, en este nuevo ecosistema mediático que permite la prolongación de una serie en función de la magnitud de su presencia en la red, el *fandom* y su actividad adquieren una nueva trascendencia.

⁴ *Las audiencias de los fans de perdidos madrugan y disparan las audiencias de cuatro*, en *Fórmula TV*, 24 de mayo de 2010 [Consulta: 12 de marzo de 2015]
[URL=<http://www.formulatv.com/noticias/15181/audiencias-los-fans-de-perdidos-madrugan-y-disparan-las-audiencias-de-cuatro/>]

Como dice Greenwald, las series se convierten en el «last auteur-driven mass medium», el autor gana relevancia gracias a esta nueva era televisiva que, según Sepinwall, inauguró *Los Soprano* (*The Sopranos*, David Chase, HBO: 1999-2007). Sobre la serie de Chase, asegura:

“This was an auteur vision”, he says, “and it belonged to the auteur to say. And that didn’t happen before. [...] thanks to the commercial and artistic success of *The Sopranos*, television had finally entered its own age of the auteur (Sepinwall: 2013, 67-68).

De este modo, el autor goza de mayor libertad creativa y de decisión sobre su obra. A este respecto, creemos que se está fraguando una nueva relación entre autoría y *fandom* que difumina las barreras entre ambos y favorece la retroalimentación. Todo este contexto anima el interés de nuestra investigación en la que estudiaremos la relación entre instancia autoral y comunidad fan, el modo en que ésta afecta y contribuye a la obra y, a su vez, cómo se construye el *fandom* desde la obra, constituyendo esto último el punto clave de nuestro trabajo final de grado (que abreviaremos como TFG a partir de ahora).

Research’s justification and opportunity

Kickstarter campaign of *Veronica Mars* creator collected 5.702.153 dollars in 2013 (Rob Thomas, UPN: 2004-2006, CW: 2006-2007) in order to film a sequel for the TV show. A total of 91,585 *backers*⁵ made a donation to finance it. They reached the two millions targets in less than eleven hours.

This is just a sample of the passion and devotion that characterizes a *fandom*, that is a community of fans that shares the same object of admiration and that identifies itself as a community. It also shows that has generated what Henry Jenkins calls ‘participatory culture’ in the production processes and in the relationship with the fan community. Regarding this, he states the following:

Rather than talking about media producers and consumers as occupying separate roles, we might now see them as participants who interact with each other according to a new set of rules that none of us fully understands. Jenkins (2008, 15)

⁵ Nombre designado por *Kickstarter* para referir a los donantes.

Therefore, the lines that separate production from reception are each time more blurred in this age of media convergence. Participatory culture appeals to the new viewer's active nature. This was already a fact for fans communities before this digital society. However, this new outlook increases the possibilities and modalities of internal interaction in the fandom itself and the external interaction with the author.

In addition to that, the distribution channels multiplication and the changes in habits consumption, plus the significant improvement what Alan Sepinwall calls the "new golden age of TV" (2013, 3) meant, has forever transformed the world TV horizon. Spinewall states that fragmented audience was an impulse to this golden age:

[...] many Smart executives realized that they could do very well making shows those smaller audiences would care a passionate about. You can make money on a show watched by three million people, if they're the "right" three million people, paying close attention (Sepinwall: 2013, 4).

Taking care of this passionate -each time more global- massive viewers is the new priority in the television industry. Thanks to this good times for TV broadcasters one can say that this is a great moment to declare yourself as a member of what Mark Duffet (2013, 2) calls *media fandom*. This golden age seems to have vanished the associated stigma to television cause, as Andy Greenwald puts it, TV has made its way from «cinema's idiot brother» to «the last auteur-driven mass medium» (2012).

You can see now how a lot of TV shows are followed in a massive way. As is the case of *Lost*, (J.J. Abrams, Jeffrey Lieber, Damon Lindelof, ABC: 2004-2010) which was a true precedent of this phenomenon. Its final episode congregated more than 400.000 viewers at 6.30 a.m. in Spain, three hours after it was aired in the U.S.

Tom Vanderbilt affirms that this quality improvement isn't quite a "fortunate accident" but the result of broadcast companies using new guidelines in order to design TV shows:

«Under these new rules, Twitter feeds are as important as ratings, fresh ideas beat tired formulas, and niche stars can be as valuable as big names» (2013).

This new media environment allows new seasons of a show looking at its magnitude in internet. This being so, the *fandom* and its activity acquire new transcendence.

Being said that TV shows become the «last auteur-driven mass medium», the author becomes more relevant thanks to this golden age that, according to Sepinwall, started with *The Sopranos* (David Chase, HBO: 1999-2007). About this show Chase says:

“This was an auteur vision”, he says, “and it belonged to the auteur to say. And that didn’t happen before. [...] thanks to the commercial and artistic success of *The Sopranos*, television had finally entered its own age of the auteur (Sepinwall: 2013, 67-68).

Now the autor has more creative freedom and power to decide about its own piece of art. Regarding this, we believe that a new relationship between authorship and *fandom* that blurs the lines of barriers between them and helps the process of feedback. This context encourages the interest of our investigation, in which we’ll study the relationship between the authorial instance and fans community, the way the last one affects and contributes to the show and, at the same time, how the show itself builds the *fandom*. This last consideration is the key of our Trabajo de Fin de Grado (TFG).

Objeto de estudio

En este marco de novedosas relaciones entre las series de televisión y las audiencias centraremos nuestro TFG en *Community* (Dan Harmon, NBC: 2009-2014, Yahoo! Screen: 2015-), que es una comedia de situación (a partir de ahora *sitcom*) de seis temporadas que se ha emitido este año a través de Yahoo! Screen, que la rescató después de que NBC la cancelara al final de su quinta temporada.

La serie relata las desventuras de un grupo de estudio durante sus años universitarios. El ecléctico conjunto protagonista consta, originalmente, de siete personajes cuyas motivaciones y personalidades poco tienen que ver entre sí: un treintañero narcisista (Jeff); una inconformista (Britta); una mujer casada y cristiana (Shirley); un sexagenario millonario y racista (Pierce); un ex popular jugador de fútbol de instituto (Troy); una ambiciosa y neurótica estudiante (Annie) y un joven aprendiz de cine, obsesionado con la cultura pop (Abed).

El enclave que une a estos peculiares personajes es Greendale, una universidad nada convencional cuyos ínfimos estándares de exigencia y calidad se intuyen en su lema promocional: “*You’re already accepted*”. Es el hogar de perdedores e inadaptados cuyo único requisito de acceso para formar parte de Greendale es querer pertenecer a ella. Esto remite al título de la serie, que por una parte alude a la universidad, *community college* y por otra al concepto de comunidad, muy concomitante con el de *fandom* y con la familiaridad propia de las series. Además, conforma una marca metatextual que proporciona al espectador un sentimiento de pertenencia.

6

La metatextualidad, como decía, ya está en el requisito de acceso y esta naturaleza autoconsciente, así como la intertextualidad mediante homenajes, parodias y pastiches, conforman las características claves de la serie. La elevada cantidad de estos capítulos temáticos y de otros que realizan alguna vuelta de tuerca en cuestiones narrativas provoca que el espectador experimente, en palabras de Matt Zoller (2012), la sensación de «expecting the unexpected» y le convierte en «tv’s most ambitious show». Así, aunque ha sido

ninguneada por la academia⁶, disfruta del reconocimiento de la crítica: ha sido galardonada con premios como el *Critic's Choice Television Awards* a mejor sitcom en 2012, laureada por los críticos e incluida en multitud de listados entre las mejores series.⁷

A pesar de esto, los índices de audiencia nunca le han sido favorables, lo que ha provocado que su renovación haya sido puesta en duda tras cada fin de temporada. En palabras del creador de la serie:

Everything's been over with this show since the back nine of Season 1. It's *always* been on the bubble. [...] The show has always been well acquainted with death. It's the Six Feet Under of sitcoms. It works in its own funeral parlor, embalming itself (en Eric Goldman: 2015).

Y es que a lo largo de su andadura en la NBC, *Community* ha sobrevivido a tres cancelaciones, al despido del creador y *showrunner* después de la tercera temporada y a la marcha de tres de los protagonistas. El carácter ególatra, obsesivo y perfeccionista⁸ de éste, su mala relación con Chevy Chase (actor que encarna a Pierce en la serie) y sus malos hábitos promovieron su salida de su propia creación. Después de un resultado mediocre en su ausencia, fue nuevamente contratado para la quinta temporada y al final de la misma NBC canceló la serie.

7

La razón principal por la que *Community* haya sobrevivido a todas estas circunstancias y de que Yahoo haya hecho posible la sexta temporada es su entregado *fandom*. Éste es reconocido por su devoción, a pesar de no ser especialmente numeroso: «*Community's* audience has never tipped over 5

⁶ Nunca ha sido nominada en las principales categorías de los Primetime Emmy Award.

⁷ Entre otros:

Emily Nussbaum, *The Year in TV*, en New York Magazine, 5 de diciembre de 2010. [Consulta: 13 de marzo de 2015]

[URL=<http://nymag.com/arts/cultureawards/2010/69901/>]

Morgan Glennon, *Best Television Shows in 2011*, en Huffington Post. 14 de diciembre de 2011. [Consulta: 13 de marzo de 2015]

[URL=http://www.huffingtonpost.com/morgan-glennon/best-television-shows-of-2011-2_b_1144881.html]

Alan Sepinwall, *TV TOP on 2011: The best ten returning shows*, en Hitfix, 14 de diciembre de 2011. [Consulta: 13 de marzo de 2015]

[URL=<http://www.hitfix.com/blogs/whats-alan-watching/posts/tv-top-10-of-2011-the-best-10-returning-shows>]

⁸ «I'm not saying you can't make a good version of *Community* without me, but I am definitely saying that you can't make my version of it unless I have the option of saying 'it has to be like this or I quit' roughly 8 times a day» (Harmon en EW, 2012).

million, but nearly every viewer is a true Fan who is poised to the storm the NBC gates if the network decides never to aire the limbo'd fourth season» (Adalian et al., 2012).



Posters del artista Jon Defreest para la revista Vulture, en campaña para su renovación (2011).

Tras la segunda temporada los fans comienzan a utilizar en Twitter el *hashtag* #sixseasonsandamovie⁹, para impulsar la renovación de la serie. Esta frase es pronunciada por primera vez en la serie por Abed¹⁰ cuando, caracterizado como el héroe de *The Cape* (Tom Wheeler, NBC: 2010-2011), es advertido por Jeff que el «*show's gonna last three weeks*» y él responde «*six seasons and a movie*». Tanto el creador, como los actores de la serie e incluso la crítica han apoyado la iniciativa y recompensaron esta lucha al final de la tercera temporada con un rótulo que rezaba: #sixseasonsandamovie. Así, se convierte en el mantra oficial del *fandom* y de la misma serie en su lucha constante por la renovación y constituye un ejemplo, entre muchos, de la sinergia existente entre ambos.

8

En conclusión, las particulares características de la serie nos permiten plantearnos muchas cuestiones que pretendemos responder mediante el análisis textual: las causas de tal devoción por parte de la comunidad fan, la influencia de ésta en la obra y cómo ha estado presente ésta en la serie.

⁹ Michelle Haworski, *Six seasons and a movie: A history of how Community beat the odds*, The Daily Dot, 9 de mayo de 2014. [Consulta: 14 de marzo de 2015]
[URL=<http://www.dailydot.com/geek/community-saved-fans/>]

¹⁰ *Los paradigmas de la memoria humana* (#02x21: *Paradigms of human memory*, Tristram Shapeero, Duke Johnson, NBC: 2011).

Hipótesis

Con todo, la hipótesis que anima este TFG es la siguiente:

La metatextualidad y la intertextualidad de *Community* determinan su efecto *fandom*, que a su vez retroalimenta su autoconsciencia.

Esta hipótesis de partida se sostiene en la subhipótesis siguiente: *Community* resulta paradigmática de una nueva relación entre las series de televisión y su públicos en la que el efecto fan cobra cada vez más importancia.

Hypothesis

The hypothesis that encourages this TFG is the following:

The metatextuality and intertextuality of *Community* determine its fandom effect, that at the same time, feed its self-conscience back.

This initial hypothesis is based on the next subhypothesis: *Community* results a paradigm of a new relationship between the TV series and their public, on which is increasing the fan effect.

Objetivos

Con esta investigación pretendemos alcanzar los objetivos que siguen:

1. Clasificar y estudiar las huellas meta e intertextuales del objeto de estudio y elucidar su función en relación con la hipótesis.
2. Explorar y analizar la construcción del lector modelo en la serie y, por consecuencia, de su *fandom*.
3. Profundizar en la relación de las instancias autorales y la comunidad fan de *Community*.

Goals

With this research we want to achieve the following objectives:

1. Classify and study metatextual and intertextual traces within the object of study and elucidate its role in relation to the hypothesis.
2. Explore and analyze the construction of the model reader in the series and, consequently, of their fandom.
3. Deepen the relationship between the authorial instances and *Community's* fan community.

Estructura

En pos de verificar la hipótesis y alcanzar los objetivos hemos decidido organizar el trabajo en las siguientes partes:

Marco teórico

Dividimos este marco en cuatro grandes apartados. El capítulo 1, *serialidad*, nos sirve para recoger las características que afectan a la naturaleza de nuestro objeto de estudio. En los capítulos 2 y 3, respectivamente, tratamos el concepto de *intertextualidad* y *metatextualidad* mediante una concisa revisión sobre los términos para su puesta en práctica en el análisis aplicado. Por último, en el capítulo 4 hablamos de la cuestión principal de este trabajo: el *fandom*, con el subcapítulo 4.1 dedicado al *Lector modelo*.

Análisis aplicado

Hemos organizado el análisis del corpus aplicado en las siguientes categorías: 6. *Intertextualidad* (6.1 *Homenajes*, 6.2 *Intertextualidad entre series* y 6.3 *intertextualidad falsa*) y 7. *Metatextualidad* (7.1 *Autorreferencialidad*, 7.2 *Interacción directa con el fandom* y 7.3 *Ruptura de la cuarta pared*). A través de la metodología del análisis textual la obra en pos de verificar o refutar nuestra hipótesis.

Conclusiones

Tras el análisis recogemos las principales *conclusiones*, que nos conducen a la *verificación o refutación e hipótesis*, y a las *futuras vías de investigación* que abren este trabajo.

Bibliografía

Por último referimos todas las fuentes consultadas en nuestra investigación.

Metodología

La aproximación al objeto de estudio la realizamos mediante el análisis textual del corpus y se completará, en los casos que lo precisen, mediante cuestiones contextuales que afectan al mismo. De este modo, ponemos a prueba nuestra hipótesis mediante el análisis textual, que abordamos bajo la propuesta de Marzal Felici y Gomez Tarín (2007: 35) de « 1) descomponer el film en sus elementos constituyentes (deconstruir = describir) y 2) establecer relaciones entre tales elementos para comprender y explicar los mecanismos que les permiten constituir un “todo significativo” (reconstruir = interpretar)».

La elección del corpus responde a nuestra intención de verificar o refutar la hipótesis. Así, los episodios analizados resultan paradigmáticos de diferentes tipos de huellas intertextuales y metatextuales que especificamos en el análisis aplicado. Cabe destacar que aunque delitemos el corpus a unos episodios como muestra, no perdemos de vista el conjunto del objeto de estudio. Los capítulos que configuran el corpus son los que listamos a continuación:

12

- *Fútbol americano, feminismo y tú* (#01x06: *Football, Feminism and You*, Joe Russo, NBC: 2009).
- *Economía Doméstica* (#1x08: *Home Economics*, Anthony Russo, NBC: 2009)
- *Debate 109* (#01x09, Joe Russo, NBC: 2009)
- *El arte de la guerra moderna* (#01x23: *Modern Warfare*, Justin Lin, NBC: 2010)
- *Caligrafía cooperativa* (#02x08: *Cooperative Calligraphy*, Joe Russo, NBC: 2010)
- *Clase de crítico de cine* (#02x19: *Critical Films Studies*, Richard Ayoade, NBC: 2011)
- *Los paradigmas de la memoria humana* (#02x21: *Paradigms of human memory*, Tristram Shapeero, Duke Johnson, NBC: 2011).
- *Por unos pocos paintballs más* (#02x24: *A few paintballs more*).
- *Biología 101* (#03x01: *Biology 101*, Anthony Russo, NBC: 2011).
- *Concurso musical de regionales* (#03x10: *Regional Holiday Music*, Tristram Shapeero, NBC: 2011).
- *Análisis de sistemas virtuales* (#3x16: *Virtual Systems Analysis*, Tristram Shapeero, NBC: 2012).
- *Convención espacio temporal* (#04x03: *Conventions of Space and Time*, Michael Patrick Jann, NBC: 2013).
- *Basic story* (#05x12, Jay Chandrasekhar, NBC: 2014).
- *Emotional Consequences of Broadcast Television* (#06x13, Rob Schrab, Yahoo! Screen: 2015).

MARCO TEÓRICO

Para la consecución de nuestros objetivos, queremos realizar una contextualización conceptual que abarque los cuatro puntos clave del trabajo, a saber: serialidad, intertextualidad, metatextualidad y, por último, *fandom*. Por medio de la revisión de estos términos, establecemos los principios en los que nos basamos en la parte aplicada del trabajo y a través de la cual llegaremos a la verificación o refutación de nuestra hipótesis.

1. Serialidad

El origen del término de serialidad proviene del proceso de producción en serie, lo que deriva a su carácter generador por medio de la repetición. Las estrategias por las que se producen estas repeticiones que estructuran las producciones seriadas remiten a su carácter intertextual inherente e ineludible y a su vocación vinculadora respecto a la audiencia.

13

Para delimitar el término, partimos del trabajo de Jordi Balló y Xavier Pérez, que trata de forma exhaustiva la serialidad y sus formas. Los comienzos de la repetición en las ficciones literarias los sitúan en las narraciones clásicas griegas y lo ejemplifican con el canto VIII de la Odisea en el que un rapsoda narra un relato conocido por todos sin poner en antecedentes al público, dado que «son personajes familiares en un marco de ficción estable». De este modo:

[...] alimenta un placer distinto al del resto del poema: el del reconocimiento de las historias sabidas de antemano, el de la economía narrativa, el del descubrimiento de los pequeños detalles innovadores en la manera de narrar. Es el fundamento del placer por la repetición (Balló y Pérez, 2005: 16).

En este camino hacia la serialidad destacan las estrategias de cohesión en las que basarán las narraciones seriadas sus cimientos: la filiación entre un grupo con un objetivo común, o profesión, como el caso de las aventuras artúricas de Materia de Bretaña sería el germen para la producción seriada basada en un

personaje concreto sacado de una primera obra. Ejemplos posteriores de esto en la literatura son las obras sobre Sherlock Holmes o Hércules Poirot, que cuentan con un universo propio con su persona, personajes secundarios y varios escenarios conocidos como elementos cohesivos.

Otra de estas herramientas relevantes para la serialidad y la construcción de una «cotidianeidad estable» es el uso del núcleo familiar como punto de partida y retorno de las tramas. Balló y Pérez destacan la novela de Louise May Alcott, *Mujercitas* por «haber contribuido a fijar un modelo narrativo de gran repercusión en las ficciones audiovisuales» (2005: 26). En efecto, desde las *soap opera* como *Bonanza*, (David Dortort, Fred Hamilton, NBC: 1959-1973) al boom de las *sitcom* familiares de la década de los noventa como *El príncipe de Bel Air* (*The Fresh Prince of Bel-Air*, Andy Borowitz, NBC: 1990-1996), hasta las dramédias actuales como *Parenthood* (Ron Howard, NBC: 2010-2015), han sido influidas por este principio unificador de la familia como enclave narrativo.

No es necesario, sin embargo, que sea una familia propiamente dicha el elemento de enlace, pero sí es prioritario que exista un universo reconocible habitado por personajes que conforman un núcleo, puesto que «es el hábito, la convivencia habitual, la presencia reiterada, lo que acaba fortaleciendo la condición familiar de cada grupo ficticio» (Balló y Pérez, 2005: 29). Esta cercanía y familiaridad entre los personajes recalca en los espectadores provocando una sensación vicarial de reconocimiento e identificación que los implica en la trama. De este modo, la condición de familia, la otorga en algunos casos los lugares transitados de forma cotidiana como: el lugar de trabajo, *The Office* (Ricky Gervais, Stephen Merchant, NBC: 2005-2013), *Cheers* (James Burrows, Glen Charles, Les Charles, NBC: 1982-1993), o, en la universidad en el caso que nos ocupa, Greendale.

Omar Calabrese establece un paralelismo entre la relación de producción de los replicantes de *Blade Runner* (*Blade Runner*, Ridley Scott, 1982) y el proceso de producción seriada. Según Calabrese, del mismo modo que los replicantes —aunque nacen como versión del hombre, con algunas mejoras— consiguen una autonomía respecto a este, en televisión:

[...] los replicantes (films de serie, telefilms, remakes, novelas de consumo, cómics, canciones etc.) nacen como producto de mecánica repetición y optimización del trabajo, pero su perfeccionamiento produce más o menos involuntariamente una estética. Exactamente una estética de la repetición (1989: 44).

Queremos, también, abarcar el género en el que se incluye por defecto la serie que vamos a analizar: las *sitcom*. Afirman Gonzalo Toledano y Nuria Verde que es un «género basado en el humor, que se desarrolla en dos, tres o máximo cuatro decorados. La *sitcom* se graba, habitualmente, con público y se escenifica como si fuera un pequeño teatro» (2007: 44). Aunque esta definición podría ser válida para las primeras *sitcom*, tal es el modelo de *I love Lucy* (CBS: 1951-1957), la primera del género, se ha producido una hibridación tal en los últimos años que queremos ampliar esta explicación.

Algunas de las características tradicionales de este formato son la presencia de público, con el consecuente fondo de risas enlatadas y el uso de multicámara. Estas son algunas de los elementos de los que han ido renegando muchas de las *sitcoms* actuales, entre ellas *Community*. Como resalta Garret Martin: «The cinematic, single-camera style has signified a classier, smarter brand of comedy since the turn of the century. It's hard to think of an acclaimed *sitcom* from the 2000's that wasn't single-camera» (2015).

Antonio Savorelli añade sobre esta evolución dentro de las *sitcom* una nueva cualidad que es de relevancia especial para este trabajo: la incrementada incidencia metatextual de las nuevas comedias:

One common element among these texts is the metatextual and metasemiotic inclination, which is explicit and constant, albeit different in each series, at both the enunciative and the utterative levels. (2010: 14).

Esta nueva característica autoconsciente será más desarrollada en los puntos que continúan, por lo que no nos detenemos ahora en la definición ni en las implicaciones de la afirmación de Savorelli, aunque recordamos que *Community* es paradigmática de esta constante inclinación metatextual.

In order to achieve our targets, we want to make a conceptual contextualization where you can find the four key points of the present work: seriality, intertextuality, metatextuality and finally, fandom. Reconsidering these terms, we establish the principles in which we base our conclusions in the applied part of our work and that will guide us to the verification or refutation of the hypothesis.

1. Seriality

The origin of the seriality concept is the serial production process, which comes from its generator character caused by the repetition of an activity. The strategies that make this repetitions happen, talk about its inherent and unavoidable intertextual nature and its binding vocation regarding the audience.

In order to establish the nature of the term 'seriality', let's take a look to the exhaustive works about seriality and its forms of Jordi Balló and Xavier Pérez. They set the beginning of repetition in literature in the classic greek tales and they illustrate this with the seventh chant of the Odyssey where a poet tells a story already known by everybody without bringing the audience up to date, given that «they are known characters in a steady fiction setting»:

[...] feeds a different pleasure compared to the rest of the poem: the one of recognizing stories already known, of storytelling economy, of discovering the little innovative details in the way of narrating something. It's the foundation of pleasure by repetition (Balló and Pérez, 2005:16).

In the path towards seriality, the cohesion strategies which will be the basis of serial narratives, are resembling: the filiation between a group with a common pursuit, or profession, as is the case in the arthurian adventures de Materia de Bretaña would be the germ for the serial production based on a specific character that appears in a original book. Late literary examples of this are the works about Sherlock Holmes or Hercules Poirot, both containing an own universe with a main character, some secondary characters and several known scenes as cohesive elements.

Another one of these relevant tools for seriality and for the construction of a stable everyday knowledge is using the family as the start and comeback place for the plot. Balló and Pérez remark Louise May Alcott's *Little Women* for «having contributed in fixing a narrative model of great repercussion in audiovisual fiction» (2005: 26). Indeed, from soap operas like *Bonanza*, (David Dortort, Fred Hamilton, NBC: 1959-1973) till sitcom booms like *The Fresh Prince of Bel-Air* (Andy Borowitz, NBC: 1990-1996), or the nowadays dramedies like *Parenthood* (Ron Howard, NBC: 2010-2015), have been influenced by this unifying principle of family as a narrative place.

However, is not necessary to set a family as the connection element, but it is a priority that a recognizable universe inhabited by characters forming a group exists, cause «is the habit, the regular cohabitation, the repeated presence, what ends up strengthen a fictitious group familiar condition» (Balló and Pérez, 2005: 29). This proximity and familiarity between characters has its effect in the audience provoking a vicarious sensation of recognizing and identification that makes them being involved with the plot. This way the family condition is given, in some cases, by an everyday place for the characters like: the place of work (*The Office* - Ricky Gervais, Stephen Merchant, NBC: 2005-2013; *Cheers* - James Burrows, Glen Charles, Les Charles, NBC: 1982-1993) or, in the case that concerns us, the university, Greendale.

Omar Calabrese sets a similarity between the production relationship of 'replicants' in *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982) and the serial process. As Calabrese puts it, the same way replicants, though they are born as a version of a specific human being with improvements, get an autonomy regarding the original, in TV:

[...] replicants (movies based on a show, TV movies, remakes, comics, songs, etc.) are born as a product of a mechanic repetition and optimization of work, but its perfection produces more o les involuntary an aesthetic. Specifically, an aesthetic of repetition (1989: 44).

We want also to examine the genre of the show we're going to analyze: sitcoms. Gonzalo Toledano and Nuria Verde say that it's a «humor based genre that involves two, three or, the most, four scenes. Sitcoms are usually filmed in

front of an audience and it's dramatized as a little theater piece» (2007: 44). Although this definition could be valid for the first sitcoms –that is the case of *I love Lucy* (CBS: 1951-1957), first in its genre- the following hybridization is so remarkable that we want to enlarge it.

Some of the traditional characteristics of this model are the presence of an audience –with the subsequent laugh tracks- and the use of multiple-camera. These are some of the elements not present in many contemporary sitcoms, between them *Community*. As emphasizes Garret Martin: «The cinematic, single-camera style has signified a classier, smarter brand of comedy since the turn of the century. It's hard to think of an acclaimed sitcom from the 2000's that wasn't single-camera» (2015).

Regarding this sitcoms model evolution, Antonio Savorelli adds a specially important new quality for this work, the increased metatextual incidence of new comedies:

One common element among these texts is the metatextual and metasemiotic inclination, wich is explicit and constant, albeit different in each series, at both the enunciative and the utterative levels (2010: 14).

This new self-conscious characteristic will be developed lately. That's why we don't stop now nor in the definition, nor in the implications Savorelli's statement, though it's obligatory to remember that *Community* is paradigmatic about that repeated metatextual inclination.

2. Intertextualidad

El término intertextualidad se gestó pensado para su aplicación en el ámbito literario y es un aporte de Julia Kristeva, quien afirma que «todo texto se construye como mosaico de citas, todo texto es absorción y transformación de otro texto. En lugar de la noción de la intersubjetividad se instala la de la intertextualidad y el lenguaje poético se lee, al menos, como doble» (1978: 190). Así, todo texto es un texto de textos y cualquiera tiene inevitablemente huellas de otros anteriores. Por tanto, aunque una obra sea una combinación única de influencias, añade Roland Barthes que «no es en sí misma más que un diccionario ya compuesto, en el que las palabras no pueden explicarse sino a través de otras palabras» (1994: 69) .

Gerard Genette, por su parte, engloba el término dentro del de transtextualidad: «todo lo que pone al texto en relación, manifiesta o secreta, con otros textos» (1989: 9-10). Además, el autor reconoce cinco relaciones transtextuales: intertextualidad, paratextualidad, metatextualidad, hipertextualidad y architextualidad. Para el propósito de este escrito, recogemos no sólo la definición de intertextualidad sino también la de hipertextualidad, amén de retornar al concepto de metatextualidad en el siguiente punto.

Genette se diferencia del punto de vista de Kristeva afirmando que concibe «la intertextualidad de una manera más restrictiva, como una relación de copresencia entre dos o más textos, es decir, eidéticamente y frecuentemente, como la presencia efectiva de un texto en otro» (Genette, 1989: 10). Así, la condición de la «presencia efectiva» de otros textos en el texto aleja su concepción de la definición abierta de la filósofa, que comprendía todas las posibles relaciones entre textos. Los distintos tipos que reconoce son «*la cita* (con comillas, con o sin referencia precisa); en una forma más explícita y menos canónica, el *plagio* (...), que es una copia no declarada pero literal; en forma todavía menos explícita y menos literal, la *alusión*» (Genette, 1989: 10).

Para ejemplificar estas tipologías acudimos a otra serie televisiva con múltiples

marcas intertextuales: *Las chicas Gilmore*¹¹. En *Esa dichosa Donna Reed* (01x14: *That damn Donna Reed*, Michael Katleman, The WB: 2001), el título sirve como muestra de *cita*, puesto que refiere a la serie *The Donna Reed Show* (William Roberts, ABC: 1958-1966). Una muestra de *alusión* es la escena en la que uno de los personajes secundarios, Babette, menciona “*those four girls talking dirty*” haciendo referencia a *Sexo en Nueva York* (*Sex and the city*, Darren Star, HBO: 1998-2004)

Para la aplicación efectiva de estos términos al análisis audiovisual encontramos de gran ayuda la lectura que sobre los mismos realizan Robert Stam, Robert Burgoyne y Sandy Flitterman-Lewis. Distinguen una clasificación en cinco categorías:

INTERTEXTUALIDAD DE CELEBRIDADES, es decir, situaciones cinematográficas en las que la presencia de una estrella de cine o televisión o una celebridad intelectual evoca un género o un ambiente cultural. [...] La **INTERTEXTUALIDAD GENÉTICA** evocaría los procesos mediante los cuales la aparición de los hijos y las hijas de actores y actrices famosos [...] evocan el recuerdo de sus famosos padres. La **INTRATEXTUALIDAD** se referiría a los procesos mediante los que las películas se refieren a sí mismas mediante estructuras especulares, microcósmicas, y *mise-en-abyme* mientras que la **AUTOCITA** se referiría a la cita a cargo de un mismo autor [...]. La **INTERTEXTUALIDAD FALSA** evocaría esos textos] que crean una referencia pseudointertextual. (1999: 236)

De esta clasificación nos parecen más interesantes para la aplicación a nuestro trabajo los de *intratextualidad* (muy concomitante con la noción de *mise en abîme* que recogemos en el punto de metatextualidad), *autocita* (cuando se cita en el discurso otros discursos del mismo autor) e *intertextualidad falsa*, que alude a la inclusión en la ficción de otras ficciones que no existen fuera de la obra, pero que remiten, en estilo o género, a otras obras existentes.

Volviendo a la clasificación de Genette, éste describe hipertextualidad como “toda relación que une un texto B (que llamaré hipertexto) a un texto anterior A

¹¹ *Las chicas Gilmore* (*Gilmore Girls*, Amy Sherman-Palladino, The WB: 2000-2006, The CW: 2006-2007).

(al que llamaré *hipotexto*) en el que se injerta de una manera que no es la del comentario.” (Genette: 1989:14). Por tanto, una obra es hipertextual cuando su existencia no es posible sin la existencia previa de su hipotexto. Cuando el hipertexto transpone directamente elementos del hipotexto, como la acción, se da una *transformación* mientras que si se realiza una transformación genérica, como la emulación del estilo, equivale a la *imitación*. Y dentro de estas dos categorías, Genette (1989:41) distingue las siguientes prácticas hipertextuales:

	Lúdico	Satírico	Serio
Transformación	PARODIA	TRAVESTIMIENTO	TRANSPOSICIÓN
Imitación	PASTICHE	IMITACIÓN SATÍRICA [charge]	IMITACIÓN SERIA [forgerie]

Así, cuando una transformación se realiza con un fin general de divertimento se le llama parodia, travestimiento si posee una intención crítica y, en su versión pura, transposición. Esto es igualmente aplicable a las categorías de imitación. Respecto a la categoría de parodia, que consideramos de especial relevancia en este trabajo, al igual que la de pastiche, nos hacemos eco de las palabras de Iván Bort sobre los episodios paródicos en las series de televisión, que define como:

Aquellos normalmente independientes y autoconclusivos [...] cuyo acometimiento de un importante grado de madurez y autoconsciencia de sí misma a través del tiempo (...) deriva la creación de un capítulo “especial” en el que se pervierten, transfiguran, deforman o, en definitiva, delinquen sus patrones formales y/o narrativos característicos. (en Álvarez, 2013: 256-257)

Observamos que en *Community* el carácter “extraordinario” de estos capítulos, por la elevada cantidad de esta clase de episodios en la serie, no lo es tanto. Bort señala que con estas parodias «se delinquen los patrones formales», pero en el caso de nuestro objeto de estudio, su fórmula es distorsionada tan a menudo que lo “especial” comienza a integrarse en la misma. El espectador, como comentamos en el planteamiento, espera lo inesperado.

Para concluir este epígrafe rescatamos postura de Michael Riffaterre, quien interpreta el concepto haciendo hincapié en el papel del lector, en el que radica el interés de nuestro trabajo, esto es, en la descodificación y lectura del texto:

«Intertextuality is a modality of perception, the deciphering of the text by the reader in such a way that he identifies the structures to which the text owes its quality of work of art» (1980: 625). De este modo, si consideramos la intertextualidad un proceso perceptivo del lector, incita más a reflexionar sobre el diálogo entre autoría y espectador y cómo esto ayuda a construir el lector y el *fandom* de *Community*.

2. Intertextuality

The concept of 'intertextuality' appeared in the literary world created by Julia Kristeva. She states that «every text is constructed as a quote mosaic, every text is another text's absorption and transformation. The place where the notion of intersubjectivity was is now the intertextuality, and the poetic language is read, at least, as double» (1978: 90). Thus, every text is a text of texts, and any of them has unavoidably prints of others previous to itself. Then, even if a work is an unique combination of influences, Roland Barthes affirms that "it's not in itself more than a dictionary already written, where words cannot be explained but through other words» (1994: 69).

Gerard Genette, on his behalf, sets the term inside the notion of 'transtextuality': «everything that puts the text in an explicit or secret relationship with other texts» (1989: 9-10). In addition, this author recognizes five transtextual relationships: intertextuality, paratextuality, architextuality, metatextuality and hypertextuality. For the purpose of this TFG, we recollect not only the definition of intertextuality but also the definition of hypertextuality. We will also come back to analyze the concept of metatextuality in the next item.

Genette differentiates from Kristeva's point of view stating he conceives intertextuality «in a more restrictive way, as a co-presence relationship between at least two texts, this meaning, 'eidetically' and frequently, as the effective presence of a text inside another one» (Genette, 1962: 10). Thus, the 'effective presence' of other texts in another one condition sets far away his conception from the philosophical one, comprehending every possible relationship between texts. He only kind of relationship he recognizes are «the *quote* (with quotation marks, with or without a precise reference); in a more explicit and less canonic

way, the *plagiarism* (...), a non recognised but literal copy; and in an even less explicit and literal way, the *allusion*» (Genette, 1962: 10).

In order to exemplify these typologies it's good to remember another TV show, this one with a lot of intertextual marks: *Gilmore Girls*. In *That damn Donna Reed* (Michael Katleman, The WB: 2001) the title itself serves as a *quote* example, cause it's referred to *The Donna Reed Show* (William Roberts, ABC: 1958-1966). In addition, the Rory character personifies herself as Donna Reed, what is a *plagiarism* example. We also find an example of allusion in a scene where one of the secondary characters, Babette, mentions "*those four girls talking dirty*" in a clear reference to the TV show *Sex and the city* (Darren Star, HBO: 1998-2004).

For the effective application of the mentioned terms to audiovisual analysis, we believe it's a great help what Robert Stam, Robert Burgoyne and Sandy Flitterman-Lewis think about them:

CELEBRITIES INTERTEXTUALITY, this meaning, cinematographic situations where the presence of a movie, TV or intellectual celebrity recalls a genre or a cultural environment. [...] **GENETIC INTERTEXTUALITY** recalls the processes through whom famous actors children's apparition [...] recalls their parents. **INTRATEXTUALITY** refers to the processes through whom films refer to themselves by speculated, microcosmic and *mise-en-abyme* structures. While as the **SELFQUOTE** would be referred to a quote done by the same author [...]. **FALSE INTERTEXTUALITY** recalls those texts creating a pseudointertextual reference (1999: 236).

Intratextuality appears as the most interesting concept in order to be applied to our work (associated with the *mise-en-abyme* notion we will reflect about in the metatextuality item) along with selfquote (when in a discourse another discourses of the same author are quoted) and *false intertextuality* (which refers to the inclusion in a fiction of another fictions that doesn't exist outside that fiction but are recalling us –in genre or style- another preexistent fictions).

Returning to Genette's classification, he describes hypertextuality as "every relationship uniting a B text (that we'll call hypertext) to a previous one called A

(referred as *hypotext*) in which is inserted not as a comment” (Genette: 1962:14). With that train of thought in mind, a work is hypertextual when its existence is not possible without the previous existence of its hypotext. When hypertext directly transposes hypotext elements, as the action, there’s a *transformation*; while if there’s a generic transformation, as the style emulation, that’s equivalent to *imitation*. Inside those two categories, Genette distinguishes the following hypertextual practices:

	Ludic	Satirical	Serious
Transformation	PARODY	BURLESQUE TRAVESTY	TRANSPOSITION
Imitation	PASTICHE	SATIRICAL PASTICHE [<i>charge</i>]	SERIOUS IMITATION [<i>forgery</i>]

This way, when a transformation is done looking for a general aim of fun time, then it’s called *parody*, *burlesque travesty* if it’s a critical purpose and, in its most pure version, *transposition*. That’s applicable to imitation categories. Regarding the *parody* one –that we consider specially relevant in this work, as it also happens with the *pastiche* one- we want to recall what Iván Bort said about the parodic episodes in TV shows, defined by him as:

Those usually independent and self-conclusive [...] which accomplishment of a significant degree of maturity and self-awareness of itself over time (...) derives into the creation of a "special" episode in which their formal patterns are perverted, transfigured, distorted or ultimately, offended. (in Álvarez, 2013:256-57)

We notice that in *Community*, the “extraordinary” character of this episodes, given the high amount of these kind of episodes in the serie, it’s not so much. Bort said that with these parodies "formal patterns are offended" but in the case of our object of study, its formula is distorted so often that the "special" begins to become parte of it. The viewer, as discussed in the approach, expect the unexpected.

To conclude this section we rescued Michael Riffaterre's position, who read the concept emphasizing the role of the reader, in which lies the interest of our work, that is, decoding and text reading: «Intertextuality is a modality of perception, the deciphering of the text by the reader in such a way that he identifies the structures to which the text owes its quality of work of art» (1980: 625). Thus, if we consider intertextuality as a perceptual of the reader, encourages more to reflect about the dialogue between author and audience and how this helps build the reader and fandom of *Community*.

3. Metatextualidad

La noción de metatextualidad hace referencia al carácter autorreflexivo y autorreferencial que acusan ciertas obras al observarse a sí mismas, a su medio o a elementos propios como el género y sus características. Genette la define como «la relación —generalmente denominada ‘comentario’— que une un texto a otro texto que habla de él sin citarlo (convocarlo), e incluso, en el límite, sin nombrarlo. [...] La metatextualidad es por excelencia la relación crítica» (1989: 13). Aunque esto habla específicamente de la relación crítica de un texto sobre otro, se ha expandido el concepto a la crítica de una obra hacia y sobre sí misma.

Lucien Dallenbach, por su parte, no habla de metatextualidad pero analiza un concepto que está relacionado: la *mise en abîme*. Este término fue iniciado por el escritor Andrés Gide, cuya etimología deriva de los tratados heráldicos que reconocían *Abîme* como «Corazón del escudo. Se afirma que una figura está abismada cuando se halla con otras en el centro del escudo, pero sin contacto con ninguna de ellas» (Dallenbach, 1991: 16). Así, el término alude a la integración dentro de un escudo, una obra, otro escudo, otra obra. De este modo «es mise en abyme todo enclave que guarde relación de similitud con la obra que lo contiene» (1991: 16).

Dallenbach distingue tres *mise en abîme* elementales:

1. Del enunciado, textual o ficcional: «cita de contenido, o resumen intertextual» (1991: 73).

2. De la enunciación:

- 1) la «presentificación» diegética del producto o del receptor del relato,
- 2) la puesta en evidencia de la producción o la recepción como tales,
- 3) la manifestación del contexto que condiciona (o ha condicionado) tal producción-recepción» (1991: 95).

3. Del código o metatextual: la característica que la distingue consiste en «revelar el principio de funcionamiento —pero sin copiar el texto que a éste se ajusta» (1991: 120).

No obstante esta clasificación, el teórico aclara que «su distinción es

puramente teórica y que ninguna de ellas se da nunca en solitario, pura y libre de todo compromiso» (1991: 131). Todas estas tipologías convergen en algún punto y lo frecuente es que sean difícilmente divisibles en el análisis práctico.

Respecto a la noción de *mise en abîme*, recogemos la de Gómez Tarín (2005: 23), quien siguiendo a Christian Metz reflexiona acerca de una nueva organización en su aplicación al campo audiovisual con: «*Marcos procedentes de la ficción diegética que se manifiestan en la imagen por inclusión, compresión o mise en abîme*», y distingue entre:

- *A través de un filme en el filme*
 - o *Inclusión diegética de un filme 2º en el principal*
 - o *Inclusión como cita*
 - o *Inclusión de filme en el filme siendo el mismo (múltiples niveles)*
- *A través de otros medios audiovisuales (pintura, teatro, cómic, televisión, guiñol, ordenadores, etc.)*
- *A través de espejos: Reduplicación múltiple (hasta infinito)*

Pasando ya de la *mise an abîme* al término conocido como metaficción, Patricia Wough explica cómo el concepto le es atribuido al crítico americano William H. Gass y brinda su versión del mismo:

Metafiction is a term given to fictional writing which self-consciously and systematically draws attention to its status as an artefact in order to pose questions about the relationship between fiction and reality. In providing a critique of their own methods of construction, such writings not only examine the fundamental structures of narrative fiction, they also explore the possible fictionality of the world outside the literary fictional text. (1984: 2)

Esta definición otorga a la metaficción la cualidad de autoconsciente con voluntariedad y nos devuelve a la figura del espectador que recibe una ficción que se reconoce, en mayor o menor grado, como ficticia y que requiere una interpretación activa. Además, Waugh reflexiona acerca del porqué del auge de la metaficción y afirma que la sociedad y la cultura han entrado en una fase de autoconciencia que «it also reflects a greater awareness within contemporary culture of the function of language in constructing and maintaining our sense of every day 'reality'» (1984: 3). El incremento de concienciación social sobre las herramientas de configuración y sostén de la realidad hace reflexionar de nuevo sobre la figura del espectador y la convergencia entre producción y recepción de la que hablábamos en el planteamiento.

Si hablamos de técnicas mostrativas y de marcas enunciativas consideramos que, como dice Gómez Tarín (2013: 29) «la herencia proveniente de la teoría literaria [...] ha sido asumida por la teoría fílmica con escasas matizaciones, encuentra problemas para su aplicación en los análisis de los discursos audiovisuales». Así, es esencial, dado que la metadiscursividad supone, con mayor o menor evidencia, una ruptura de la transparencia enunciativa, recoger la manifestación del meganarrador o autor implícito a través de procesos significantes o como instancia narradora.

Para ello nos remitimos a la siguiente clasificación (sobre el *punto de vista*):

NARRADORES		FOCALIZACIÓN	OCULARIZACIÓN	PROCEDIMIENTO
MEGANARRADOR	ENUNCIACIONES DELEGADAS			
Oculto		Omnisciente	Omnisciente	Transparencia
Manifiesto	Procesos Significante	Omnisciente o según combinaciones	Omnisciente o según combinaciones	Extrañamiento
Manifiesto	Instancia narradora: Rótulos	Omnisciente o según combinaciones	Omnisciente o según combinaciones	Informaciones e índices
Materializado	Instancia Narradora: <i>Voz Over</i>	Omnisciente	Omnisciente	Enunciación Delegada Heterodiegética
Materializado	Instancia Narradora: <i>Voz Off</i>	Interna gradual hasta autodiegética	Omnisciente	Enunciación delegada según Grado
Personalizado	Primer Nivel	Interna	Omnisciente / Interna	Homodiegética/ Heterodiegética
Personalizado	Segundo Nivel	Interna	Omnisciente / Interna	Homodiegética/ Heterodiegética

(Gómez Tarín en Álvarez, 2013: 36).

Además de estas consideraciones, creemos oportuno incluir la clasificación de Lauro Zavala sobre tipos de estrategias metadiscursivas, que aunque muy exhaustiva, consideramos útil para la acepción de algunas huellas que encontramos en el análisis aplicado:

TIPOLOGÍA DE ESTRATEGIAS METAFICCIONALES EN CINE				
	Hiperbolización	Minimización	Subversión	Tematización
Inicio	Título tematizado en los créditos	Inicio en medias	Final en reversa	Suspense explícito
Imagen	Saturación de imágenes	Blanco y negro estilizado	Color tematizado	Recursos anacrónicos
Sonido	Mitificación	Silencios	Asincronía	Metaforización
Edición	Profusión de hechos sin conexión	Fragmentos	Narración no plausible	Yuxtaposición diegética
Narrador	Múltiples voces	Narrador ausente	Narración sospechosa	Tematización del director
Estructura	Mise en abyme 8 ½) Esquema impuesto parcialmente	Escala: una o dos imágenes	Secuela alterna de lectura	Biografía de personaje inexistente
Género	Alusión a género extracinematográfico	Reseña de película inexistentes	Lo banal y lo extraordinario	Ficción como un juego
Estilo	Ejercicios de estilo	Título sin película	Lipocine	Película como juego
Puesta en escena	Exceso de detalles Descripción contradictoria	Descripción ausente o mínima	Mundos paralelos o simultáneos	Espacio como personaje
Personajes	Sin una función particular	Nombres grotescos o letra inicial o sin nombre	Doppelganger	Personaje habla al espectador: metalepsis
Intertexto	Metaparodia	Citación textual	Cambio de contexto	Tematizar intertexto
Final	Finales alternos	Ausencia de final	Finales simulados	Final tematizado

(Zavala en Álvarez, 2013: 81).

Para concluir, queremos hacer una sucinta alusión a una estrategia que en su autoconsciencia interpela directamente al espectador: la ruptura de la cuarta pared. Este término, originalmente teatral, alude a cuando se traspasa «the invisible barrier between the audience and the performers» (McMahon, Fisher, 2007: 110). Por ejemplo, en el medio audiovisual esto sucede cuando un personaje rompe las leyes de la transparencia enunciativa y se dirige a los

espectadores mediante acciones como miradas a la cámara o interpelación directa. La modernidad cinematográfica en la Nouvelle Vague insiste en esta ruptura aunque poco a poco ha ido normalizándose y se utiliza como recurso narrativo desde algunos films de Woody Allen como *Annie Hall* (Woody Allen, 1977), a la más actual *El lobo de Wall Street* (*The wolf of Wall Street*, Martin Scorsese, 2013) o la serie *House of Cards* (Beau Willimon, Netflix: 2013-).

En definitiva, tras esta revisión al término, mantenemos que mediante la metatextualidad y la ruptura de la cuarta pared, al alejarse la obra de sí misma —y plantear su ficticia naturaleza— se aproxima al espectador, al fan, al que invita a participar. Esta cuestión, la elucidaremos y argumentaremos mediante los ejemplos analizados.

3. Metatextuality

The notion of metatextuality refers to the self-reflective and self-referential character who accuse certain works by observing themselves, their environment or elements such as gender and features. Genette defines it as «the relationship —usually named 'commentary'— that links a text to another text that speaks about him without quoting it (summon it), and even, at the limit, without naming it. The metatextuality is par excellence the critical relationship» (1989: 13). Although this is specifically about the critical relationship of a text on another, it has expanded the concept to criticism of a work to and on itself.

Meanwhile, Lucien Dallenbach, does not speak of metatextuality, but analyzes a concept that is related: the *mise en abîme*. This term was initiated by writer Andrew Gide, whose etymology derives from the heraldic treaties which recognize *Abîme* as «Heart of the shield. It is claimed that a figure is sunken when it is with others in the center of the shield, but without contact with any of them» (Dallenbach, 1991: 16). This way, the term refers to the integration within a shield, a play, another shield, another play. Thus "mise en abyme is all that which relates similarity with the work that contains it" (1991: 16).

Dallenbach distinguishes three basic *mise en abîme*:

1. About the statement, textual or fictional "content quote or summary intertextual" (1991: 73).

2. Of enunciation:

1) the «diegetic presentification" of the product or narrative receptor, 2) the demonstration of production or reception as such, 3) the manifestation of the context that determines (or has conditioned) such production-reception» (1991: 95).

3. Of code or metatextual: the characteristic that distinguishes it is "to reveal the principle of performance -but without copying the text to which it is set» (1991: 120).

Despite this classification the author clarifies that "the distinction is purely theoretical and that none of them is never given alone, pure and free of any commitment" (1991: 131). All these types converge at some point and often they are hardly divisible into practical analysis.

Regarding the notion of *mise en abyme*, we collect Tarín Gomez's (2005: 23), who according to Christian Metz reflects on a new organization in its application to the audiovisual field with: «*frameworks from the diegetic fiction that appear in the image for inclusion, compression or mise en abîme*», and distinguishes between:

- *Through a film in the film*
 - o *Diegetic inclusion of a 2nd film into the main film.*
 - o *Inclusion as a quote.*
 - o *Inclusion of film in the film being the same. (multilevel)*
- *Through other media (painting, theater, comic books, television, puppets, computers, etc.)*
- *Through mirrors: multiple reduplication (to infinity)*

Moving from *mise en abîme* to the term known as metafiction, Patricia Wough explains how the notion how the concept is attributed to American critic William H. Gass and gives her own version:

Metafiction is a term given to fictional writing which self-consciously and systematically draws attention to its status as an artefact in order to pose questions about the relationship between fiction and reality. In providing a critique of their own methods of construction, such writings not only examine the fundamental structures of narrative fiction, they also explore the possible fictionality of the world outside the literary fictional text. (1984: 2)

This definition gives to metafiction the quality of voluntary self-conscious and returns us to the figure of the spectator who receives a fiction that is recognized, in varying degrees, as fictional and requires an active interpretation. Moreover, Waugh reflects about the reasons of the rise of metafiction and asserts that society and culture have entered a phase of self-consciousness that «it also reflects a greater awareness within contemporary culture of the function of language in constructing and maintaining our sense of every day 'reality'» (1984: 3). The increasing social awareness about the configuration tools and support of reality does reflect back on the figure of the spectator and the convergence between production and reception of which we spoke in the approach.

If we talk about enunciation signs we consider that, as Tarín Gomez says, "the heritage from literary theory [...] has been taken up by film theory with few qualifications, and encounter problems for application in the analysis of the speeches audiovisual». (2013: 29) Thus, it is essential, since the metadiscursive implies, with more or less evidence, a rupture of the transparency in the enunciation, collect the manifestation of the meganarrador or implied author through significant processes or as narrator instance. For this we refer to the following classification (on view):

NARRADORES		FOCALIZACIÓN	OCULARIZACIÓN	PROCEDIMIENTO
<i>MEGANARRADOR</i>	<i>ENUNCIACIONES DELEGADAS</i>			
Oculto		Omnisciente	Omnisciente	Transparencia
Manifiesto	Procesos Significante	Omnisciente o según combinaciones	Omnisciente o según combinaciones	Extrañamiento
Manifiesto	Instancia narradora: Rótulos	Omnisciente o según combinaciones	Omnisciente o según combinaciones	Informaciones e índices
Materializado	Instancia Narradora: <i>Voz Over</i>	Omnisciente	Omnisciente	Enunciación Delegada Heterodiegética
Materializado	Instancia Narradora: <i>Voz Off</i>	Interna gradual hasta autodiegética	Omnisciente	Enunciación delegada según Grado
Personalizado	Primer Nivel	Interna	Omnisciente /	Homodiegética/

			Interna	Heterodiegética
Personalizado	Segundo Nivel	Interna	Omnisciente / Interna	Homodiegética/ Heterodiegética

(Gómez Tarín in Álvarez, 2013: 36).

In addition to these considerations, we want to include the classification of Lauro Zavala about typologies of metadiscursive strategies, that, although very exhaustive, we consider it is useful to the meaning of some traces found in the analysis applied:

TIPOLOGÍA DE ESTRATEGIAS METAFICCIONALES EN CINE				
	Hiperbolización	Minimización	Subversión	Tematización
Inicio	Título tematizado en los créditos	Inicio en medias	Final en reversa	Suspense explícito
Imagen	Saturación de imágenes	Blanco y negro estilizado	Color tematizado	Recursos anacrónicos
Sonido	Mitificación	Silencios	Asincronía	Metaforización
Edición	Profusión de hechos sin conexión	Fragmentos	Narración no plausible	Yuxtaposición diegética
Narrador	Múltiples voces	Narrador ausente	Narración sospechosa	Tematización del director
Estructura	Mise en abyme 8 ½) Esquema impuesto parcialmente	Escala: una o dos imágenes	Secuela alterna de lectura	Biografía de personaje inexistente
Género	Alusión a género extracinematográfico	Reseña de película inexistentes	Lo banal y lo extraordinario	Ficción como un juego
Estilo	Ejercicios de estilo	Título sin película	Lipocine	Película como juego
Puesta en escena	Exceso de detalles Descripción contradictoria	Descripción ausente o mínima	Mundos paralelos o simultáneos	Espacio como personaje
Personajes	Sin una función particular	Nombres grotescos o letra inicial o sin nombre	Doppelganger	Personaje habla al espectador: metalepsis
Intertexto	Metaparodia	Citación textual	Cambio de contexto	Tematizar intertexto
Final	Finales alternos	Ausencia de final	Finales simulados	Final tematizado

(Zavala en Álvarez, 2013: 81).

In conclusion, we make a short reference to an strategy which in its self-awareness directly challenges the viewer: the breaking of the fourth wall. This term, originally theatrical, refers to when it transferred "the unseen barrier Between the audience and the performers" (McMahon, Fisher, 2007: 110). For example, it happens in the audiovisual medium when a person breaks the laws of the enunciation transparency and addresses the audience through actions as looking into the camera or direct questioning. The modern cinema in the Nouvelle Vague insists in this break but gradually has been normalized and it is used as a narrative device since some Woody Allen films as *Annie Hall* (Woody Allen, 1977), to more actual works as *The Wolf of Wall Street* (the Wolf of Wall Street, Martin Scorsese, 2013) or the *House of Cards* (Beau Willimon, Netflix series: 2013-).

In short, after this review of the term, we maintain that by metatextuality and breaking the fourth wall, the work, by moving away from itself by acknowledging its fictional nature, it approaches the viewer, the fan, who invited to participate. We will argue and elucidate this question by the examples analyzed.

4. *Fandom*

Las figuras del fan y del *fandom* han coexistido junto a un estigma tanto social como académico. Sobre el estigma social, Jordi Busquet i Duran asegura que el ser fan «se presenta como una pasión irracional e inútil» (2008: 13) y Joli Jenson, que esta percepción es construida mediante su representación en los medios en los que el *fandom* «is seen as excessive, bordering on deranged, behaviour» (en Lewis, 1992: 9) y el fan es dibujado, en palabras de Henry Jenkins (2013: 9), como un inadaptado social que compensa la ausencia de una vida propia y de relaciones adultas, con obsesiones infantiles sobre sus programas favoritos.

Por otra parte, Lisa A. Lewis defiende que el ostracismo académico en torno a los fans responde a una «historical propensity to treat media audiences as passive and controlled, its tendency to privilege aesthetic superiority in programming, its reluctance to support consumerism, its belief in media industry manipulation» (2001: 1). De este modo, sugiere que la figura del fan resulta inconveniente a los intereses de una industria que prefiere a sus espectadores como meros consumidores.

Así, el estudio profundizado del fan *per se*, no del espectador ni la audiencia, no se aborda hasta principios de los 90. En 1992 se publican tres obras de referencia en este campo: *Piratas de textos: Fans, cultura participativa y televisión*, de Henry Jenkins, *Enterprising Women: television fandom and the creation of popular myth*, de Camille Bacon Smith y *The adoring audience* de Lisa A. Lewis.

Camille Bacon Smith ofrece una visión pormenorizada de uno de los fandom más devotos de la historia, los *trekkies* o *trekkers*, como prefieren ser denominados: los seguidores de la saga *Star Trek*. Su aportación permite una primera inmersión en el interior de una comunidad de fans que culmina con una definición del fandom como «term used by members of the related groups self-identified by their interest in written science fiction, in science fiction and

action adventure televisión and film, in comic books, Japanese animation and costuming» (Bacon Smith, 1994: 309).

Esta concepción es muy específica puesto que alude a un *fandom* concreto, aunque sus características concuerdan con el perfil estereotipado de fan existente en el imaginario colectivo. Lisa A. Lewis (1992:1) propone una conceptualización mucho más abierta cuando afirma que todos somos fans de algo, puesto que todos respetamos, admiramos o deseamos algo y mantenemos un compromiso respecto al mismo. Por el contrario, Jenkins hace distinción entre un fan y un espectador habitual de una serie cuando sostiene que:

La diferencia entre ver una serie y convertirse en fan reside en la intensidad de la implicación emocional e intelectual. Mirar la televisión como fan implica diferentes niveles de atención y pone en marcha unas capacidades diferentes a las de un espectador ocasional que ve el mismo programa (2010:76).

Además, Jenkins hace hincapié en el papel activo de los fans al afirmar que «media fans are consumers who also produce, readers who also write, spectators who also participate» (en Lewis, 2001: 11). Respecto a esa faceta productiva y de retroalimentación, sugiere el uso del término de piratas de textos de Michael Certau, por la apropiación cultural de textos ajenos e interpretación y, en algunos casos, producción en base a éstos.

Tras la revolución digital y las nuevas formas de consumo de televisión, con la interactividad y retroalimentación constante que suponen, los márgenes están cada vez más difusos y la pregunta no es tanto quién es fan, sino, en palabras de Jenkins, quién no lo es. Como ya comentamos en el planteamiento el panorama mediático, comunicativo y social parece ser propicio para esta proliferación fan, pues como mantienen Lee, Gray y Sandvoss «these changing communication technologies and media texts contribute to and reflect the increasing entrenchment of fan consumption in the structure of our every day life» (2007: 8).

De este modo, ésta parece estar impulsada por los medios, como asegura Jenkins, así como antes el consumidor ideal veía la televisión, compraba productos y era pasivo, el de hoy habla de los programas y ayuda a difundir la marca. Además, en el consumo de contenidos audiovisuales la mirada ahora no es tan cautiva ni exclusivamente centrada en un solo medio sino dispersa entre otros medios y redes sociales: conversa en red al mismo tiempo que ve. «The old ideal might have been the couch potato; the new ideal is almost certainly a fan» (en Gray, Sandvoss y Harrington, 2007: 361). El fan, antes ignorado o denostado por los medios, es ahora un sujeto deseable que cuenta con más presencia en las series, desde una perspectiva más simpática, como indica Suzanne Collins «fans have moved from the margins to the mainstream within convergence culture and, echein this shift, we've seen a proliferation of fan and geek characters within popular culture» (en Jenkins, 2013: 15).

Esto ha supuesto un empoderamiento del colectivo fan y del fan como individuo, quien, aunque no se ha hecho con el control del proceso productivo, tiene cada vez más influencia en el proceso vital del producto:

These writers are predicting, and documenting, a world where what we are calling “fan culture” has a real economic and cultural impact; where fan tastes are ruling at the box office (witness all of the superhero and fantasy blockbusters of recent years); where fan tastes are dominating television [...]; where fan practices are shaping the games industry (where today's modders quickly get recruited by the big companies). (En Gray, Sandvoss y Harrington, 2007: 360)

Además de su rol en el proceso productivo de la serie, también queremos apuntar la existencia de productos, audiovisuales y literarios, creados por y para fans, puesto que forma parte de la naturaleza de vocación de reciclaje textual que caracteriza a los fans. Además, podremos observar más adelante cómo se puede dar la convergencia de estos productos con el original. A este respecto, Jenkins subraya que los fans «leen tanto intertextual como textualmente, y su placer procede de la yuxtaposición que crean entre el contenido concreto de un programa y otros materiales culturales» (2010: 53).

Acerca de la idea de que los fans disfrutan y hacen uso de la intertextualidad en sus creaciones fans, podemos mantener que, del mismo modo, es posible el uso de la intertextualidad para atraer a un tipo de fan que pueda actualizar lo que denomina Umberto Eco como lector modelo: un pirata textual de muchos textos, con un universo nutrido por múltiples referencias. En el siguiente apartado nos dedicamos a profundizar en ello.

4. 1 Lector modelo

A fin de ayudarnos a esbozar el modo de construcción del *fandom* en el texto vamos a basarnos en este concepto de Eco aplicándolo del campo literario al audiovisual. Afirma el semiótico italiano que «un texto es un producto cuya suerte interpretativa debe formar parte de su propio mecanismo generativo» (1993: 79). Así, el autor debe generar el texto pensando en la interpretación que de él va a hacer su lector, anticipando sus acciones.

De este modo, mantiene que «deberá prever un Lector Modelo capaz de cooperar en la actualización textual de la manera prevista por él y de moverse interpretativamente, igual que él se ha movido generativamente» (1993: 80). Por tanto al espectador se le prevé unas competencias específicas para la correcta descodificación y, de este modo, la inclusión de elementos que necesiten de una enciclopedia particular serán muestra de la construcción del lector modelo. Sin embargo, de querer un espectador activo, no puede ser eso únicamente lo que lo configura puesto que de ser así se convertiría en un simple target, «y una "diana" no coopera demasiado: sólo espera ser alcanzada» (1993: 82). Teniendo en cuenta el carácter activo, apasionado y desafiante que caracteriza a un fan, suponemos que el lector modelo que actualicen los integrantes de un fandom es más proclive a un desafío que a una captación.

Añade Eco que «un texto no sólo se apoya sobre una competencia: también contribuye a producirla» (1993: 81). Esto es, poniendo el ejemplo que nos ocupa, un espectador de *Community* puede actualizar el lector modelo al integrar a su enciclopedia elementos que no estaban en ella gracias a la serie,

siendo esto muy probable dada la elevada cantidad de referencias intertextuales que aglutinan muchos de sus episodios.

Además, hay que tener en cuenta que tanto lector modelo como autor modelo deben de ser tratados como instancias narrativas y que «el Lector Modelo es un conjunto de *condiciones de felicidad*, establecidas textualmente, que deben satisfacerse para que el contenido potencial de un texto quede plenamente actualizado» (1993: 89).

Con todo esto, creemos que esta teoría es especialmente útil para la comprobación de nuestra hipótesis y queremos poner a prueba estas premisas teóricas en el análisis textual que sigue a este capítulo.

4. Fandom

The notion of the fan and the fandom have coexisted with an social and academic stigma. On the social stigma, Jordi Duran i Busquet ensures that the being a fan is «presented as an irrational and useless passion» (2008: 13) and Joli Jensen maintains that this perception is built through their representation in the media, in wich the fandom «is seen as excessive, bordering on deranged, behaviour» (en Lewis, 1992: 9), and the fan, in the words of Henry Jenkins (2013: 9), as a social misfit who compensates for the absence of a life and of adult relationships with childish obsessions about their favorite TV shows.

On the other hand, Lisa A. Lewis argues that the academic ostracism around the fans responds to «historical propensity to treat media audiences as passive and controlled, its tendency to privilege aesthetic superiority in programming, its reluctance to support consumerism, its belief in media industry manipulation» (2001: 1). Thus, she suggests that the fan is inconvenient to the interests of an industry that prefers its viewers as just consumers.

Thereby, the depth study of fan per se, not the viewer or the audience, is not addressed until the early 90's. In 1992, three reference Works are published in

this field: *Textual poachers: televisión fans and participatory culture*, by Henry Jenkins, *Enterprising Women: television fandom and the creation of popular myth*, de Camille Bacon Smith y *The adoring audience* de Lisa A. Lewis.

Camille Bacon Smith provides a detailed view of one of the most devoted fandom in the history: *Trekkies*, the most widespread term, or *Trekkers*, as they prefer to be called: the followers of *Star Trek's* saga. Her contribution allows a first dive within a community of fans, who approaches the study terms, which define the fandom as «term used by members of the related groups self-identified by their interest in written science fiction, in science fiction and action adventure televisión and film, in comic books, Japanese animation and costuming» (Bacon Smith, 1994: 309).

This definition is very specific because it refers to a particular fandom, although its characteristics are consistent with the stereotype of a fan in the collective imagination. Lisa A. Lewis (1992:1) proposes a much more open conceptualization when she says that we are all fans of something, since we all respect, admire or want something and we maintain a commitment to it. Conversely, Jenkins distinguishes between a fan and a regular viewer when states that:

The difference between watching a show and becoming a fan resides on the intensity of the emotional and intellectual implication. Watching TV as a fan implies different levels of attention and it launches different capabilities to a casual viewer who sees the same program (2010:76).

In addition, Jenkins emphasizes the active role of fans by stating that «media fans are consumers who also produce, readers who also write, spectators who also participate» (en Lewis, 2001: 11). Regarding this productive and feedback facet suggests the use of Michael Certau's term, textual poachers, for the cultural appropriation of foreign texts, its interpretation and, in some cases, its production based on these.

After the digital revolution and new forms of consumption of television with its interactivity and constant feedback, margins are increasingly blurred and the question is not so much who is a fan, but, in the words of Jenkins, who is not . As we discussed in the media approach, communicative and social landscape seems to be conducive to the fan proliferation, because as keep Lee, Gray and Sandvoss «these changing communication technologies and media texts contribute to and reflect the increasing entrenchment of fan consumption in the structure of our every day life» (2007: 8).

Thus, the fandom it is appears to be driven by the media, as Jenkins says, as well as the old ideal consumer would watch television, bought products and was passive, today speaks about the shows and helps spread the brand. In addition, within consumption of audiovisual content, the look now is not as captive nor exclusively focused on a single medium but dispersed among other media and social networks: it talks on the network while watching. «The old ideal might have been the couch potato; the new ideal is almost certainly a fan» (en Gray, Sandvoss y Harrington, 2007: 361). The fan, previously ignored or vilified by the media, is now a desirable subject that has more presence in the series, from a more friendly perspective, as indicated by Suzanne Collins «fans have moved from the margins to the mainstream within convergence culture and, echain this shift, we've seen a proliferation of fan and geek characters within popular culture» (en Jenkins, 2013: 15).

This has meant a collective empowerment of the fandom and of the fan as an individual, who although have not taken control of the production process has increasingly influence into the processes of the product:

These writers are predicting, and documenting, a world where what we are calling “fan culture” has a real economic and cultural impact; where fan tastes are ruling at the box office (witness all of the superhero and fantasy blockbusters of recent years); where fan tastes are dominating television [...]; where fan practices are shaping the games industry (where today's modders quickly get recruited by the big companies) (En Gray, Sandvoss y Harrington, 2007: 360).

In addition to its role in the production process of the series, we want to point the existence of audiovisual and literary products, created by and for fans, since it's a part of the nature of textual recycling vocation that characterizes the fans. In addition, we will see later how it can be given the convergence of these products with the original. In this respect, Jenkins points out that the fans «read both intertextual as textually and its pleasure comes from the juxtaposition created between the specific content of a program and other cultural materials » (2010: 53).

Because of the idea that the fans enjoy and make use of intertextuality in their fans creations, we can maintain that it is possible the use of intertextuality to attract a type of fan that can upgrade what it calls Umberto Eco as a reader model: a textual poacher of many texts, with a large universe of multiple references. In the next section we are dedicated to deepen it.

4. 1 Model Reader

To help us outline the construction mode of fandom within the text we will base on Eco's concept, applying it from the literary to the audiovisual field. The Italian semiotician says that «a text is a product whose interpretive fate must be part of its own generative mechanism» (1993: 79). Thus, the author must create the text thinking on the interpretation of it will make the reader, anticipating its actions.

Thereby, he maintains that "it should provide a model reader able to cooperate in the textual update in the way provided by the author and move interpretively, as the creator has moved generatively" (1993: 80). Therefore the spectator must have specific competencies for proper decoding and thus, the inclusion of elements that need a particular encyclopedia will build the model reader. However, if it intends to get an active viewer, competences can not be the only thing taken into account, because if so would become a simple target, «and a "target" not cooperate too: just waits to be reached)» (1993: 82). Given the

active, passionate and challenging nature that characterizes a fan, we assume that the model reader that a fandom will update is more prone to a challenge than to uptake.

Eco adds that «a text not only relies on competition: also contributes to produce it» (1993: 81). That is, setting the example at hand, a viewer of Community can update the model reader by integrating into their encyclopedia elements that were not in it thanks to the series, this would be probably the case, due to the high amount of intertextual references that bring together many of its episodes.

Also, there is to keep in mind that both reader and author model should be treated as narrative instances and that "the Model Reader is a set of conditions of happiness, textually established, that must be satisfied for the potential content of a text is fully updated "(1993: 89).

With all this, we believe that this theory is especially useful for testing our hypothesis and we want to test these theoretical premises in textual analysis that follows this chapter.

ANÁLISIS APLICADO

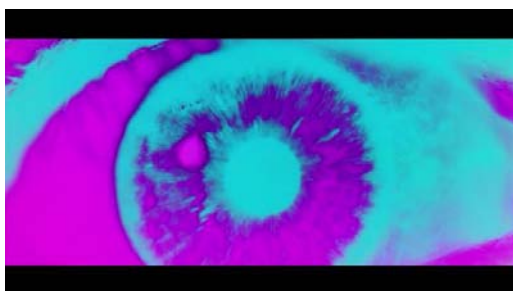
Tras haber establecido las bases teóricas, abordamos a continuación el análisis aplicado que está dividido en dos categorías principales: intertextualidad y metatextualidad. A su vez, éstas se subdividen en diferentes tipologías en base a las que hemos organizado los análisis del corpus. A saber, dentro de intertextualidad: homenaje, intertextualidad falsa e intertextualidad entre series, y en metatextualidad: autorreferencias, interacción directa con el *fandom* y ruptura de la cuarta pared. El objetivo de esta parte del trabajo es explicar cómo contribuye cada estrategia a la construcción de la comunidad fan.

5. Intertextualidad

5.1 HOMENAJE

44

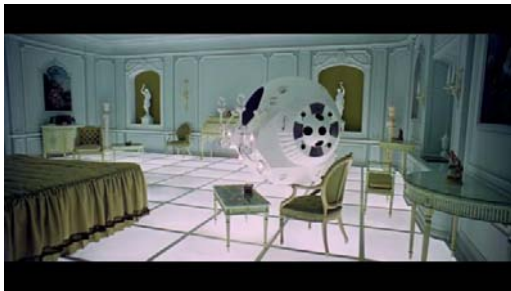
Biología 101 (#03x01: *Biology 101*, Anthony Russo, NBC: 2011) registra una secuencia que mimetiza algunas de las condiciones de la última secuencia de *2001: Una odisea del espacio* (*2001: A space odyssey*, Stanley Kubrick, 1968). Previamente a esta secuencia, Jeff se resiste a aceptar de nuevo a Pierce en el grupo, lo que, tras una sucesión de acontecimientos, acaba suponiendo su propio distanciamiento del mismo. Mientras recorre los conductos de aire de la facultad, aspira gas y sufre una alucinación que da lugar a este homenaje. A continuación, exponemos las imágenes que muestran las similitudes entre las dos secuencias.



2001: Una odisea del espacio



#03x01 Biología 101



2001: Una odisea del espacio



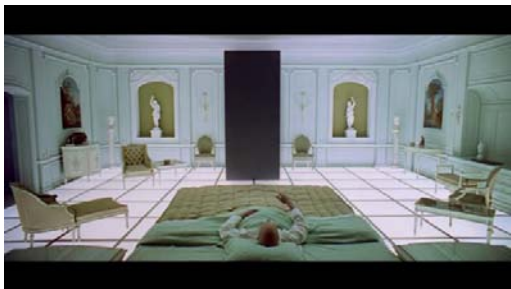
#03x01 Biología 101



2001: Una odisea del espacio



#03x01 Biología 101



2001: Una odisea del espacio



#03x01 Biología 101

El plano detalle inicial del ¹²ojo de Jeff ya transporta al conocido plano de la película de Stanley Kubrik. En ambas secuencias la imagen va cambiando de color, aunque en la original el ojo aparece en horizontal y en el homenaje en vertical. Este detalle diferenciador lo interpretamos como una marca que denota la naturaleza mímica de la secuencia de *Community*.

La pista sonora de la secuencia de *Biología 101* imita también a la del film, con un fondo de reverberación, que extradiegéticamente acompaña la acción. Además, hay relevantes similitudes en cuanto a la iluminación, con predominancia de tonos blancos y grises, creando un ambiente frío, onírico y futurista que remite también a lo tecnológico y al universo *THX 1138* (George Lucas, 1971). Observamos varias recreaciones respecto a *2001: Una odisea*

¹² A su vez referencia a la filmografía de Hitchcock, desde los títulos de crédito de *c: de entre los muertos* (*Vertigo*, Alfred Hitchcock, 1958) a *Psicosis* (*Psycho*, Alfred Hitchcock, 1960)

en el espacio, en cuanto a elementos de la escenografía: las baldosas del suelo, la ropa de cama y el estilo barroco del sillón, aunque la comprensión visual que supone el techo nos remite también al agobiante escenario de *El apartamento* (*The apartment*, Billy Wilder, 1960)



El techo de #03x01 guarda similitudes con el de *El apartamento*

A pesar de que las angulaciones y los movimientos de cámara cambian, todos estos elementos son suficientes para la evocación y reconocimiento de su, en palabras de Genette, hipotexto. Si en *2001: Una Odisea en el espacio* David Bowman está atrapado de por vida en ese espacio, en *Biology 101* Jeff se encuentra atrapado en su ostracismo. Se ha convertido en Pierce y es lo que en la alucinación se le presenta: David Bowman se veía a sí mismo como un anciano y Jeff se ve convertido en Pierce, alejado del grupo y de la mesa. La mesa se representa como el monolito particular de *Community*, incluso gráficamente y es calificada al principio del episodio por Pierce de mágica, aunque la magia que posee no es otra que la de mantener al grupo unido, darles una razón para estar juntos a pesar de las evidentes incompatibilidades que existen entre ellos. De este modo, la mesa comparte la función del monolito, que al reunir a los monos desde el arranque de *2001: Una odisea en el espacio*, constituye el símbolo de civilización.

La realización de un homenaje a esta obra de culto del cine de ciencia de ficción habla, si nos basamos en competencias, de un espectador modelo que cuente en su enciclopedia elementos que le ayudan a identificar la obra de Kubrick y el juego intertextual de *Community*. Pero, como argumenta Eco, la elaboración no solo depende de la previsión de competencias, sino que puede instituir las, de modo que no es obligatoria la posesión de ese conocimiento para poder actualizar la figura del espectador modelo de la serie.

Los homenajes son una opción recurrente a lo largo de la serie, pero el uno de los más paradigmáticos es *El arte de la guerra moderna* (#01x23: *Modern Warfare*, Justin Lin, NBC: 2010) que constituye un pastiche del cine de acción. El panorama cuasi postapocalíptico que se le presenta a Jeff tras su siesta en el coche recuerda al despertar de Jim en *28 días después* (*28 days later*, Danny Boyle, 2002). El campus desierto, el cielo tintado con tonalidad ocre y el perturbador silencio marcan el tinte épico que lo caracteriza.



28 días después



Community #1x23

Otra de las muchas escenas homenaje del capítulo que observamos en el episodio tiene lugar cuando Chang denota la bomba de pintura mientras se ríe imitando el final de *Depredador* (*Predator*, John McTiernan, 1987) y posteriormente se muestra como Jeff huye de la explosión de pintura del mismo modo que Schwarzenegger en la película de McTiernan.



Depredador



Community #1x23



Depredador



Community #1x23

Reconocer estas referencias puede agudizar «el placer de la repetición» del que hablan Balló y Pérez. El espectador encuentra en el marco referencial conocido ciertos elementos que le recuerdan a otros marcos conocidos, incluso aunque no sepa identificarlas, podría extraerlas. El hecho de localizar estas referencias suma al sentimiento de satisfacción, un sentido de pertenencia hacia la serie, de complicidad y de comunidad.

Como hemos adelantado, estos guiños, a modo de intertextos, al espectador hablan del lector modelo que se construye desde la serie. Desde el punto de vista de competencias que prevé *Community*, su lector modelo cuenta con amplios conocimientos sobre diversas esferas de la cultura popular. Son incontables las referencias a películas, series o figuras del mundo audiovisual. De todos modos y aunque, como decíamos la trama puede ser entendida sin reconocer los hipotextos, si no se descodifican no se alcanza el pleno potencial de la obra, lo que llama Umberto Eco “condiciones de felicidad” (1993: 29), es decir no se actualiza el lector modelo.

Sin embargo, es fútil tratar de esbozar el lector modelo de *Community* aglutinando únicamente las competencias que por medio de intertextos se le prevén al mismo. Lo que se puede extraer de esto, más que por las competencias previstas por la cantidad de éstas, es la naturaleza de este espectador modelo: un fan. Así, creemos que el lector modelo de *Community* es, ante todo, un fan. Como hemos establecido en el marco teórico, el fan se involucra emocionalmente y degusta, disecciona la obra. Un “pirata de muchos textos” puede condensar lo que requiere la serie, por la complejidad de estas referencias y muchas otras cuestiones narrativas, para actualizar las denominadas “condiciones de felicidad”.

5.2 INTERTEXTUALIDAD ENTRE SERIES

Las huellas intertextuales referentes a otras series tienen un marcado punto metatextual en cuanto se encuentran en el mismo medio. Un ejemplo es la relación que construyen a lo largo de la serie con *Glee* (Ryan Murphy, FOX: 2009-2015), que se estrenó el mismo año que la serie de la NBC, cosechó mucha más atención por parte de la industria televisiva y hacia la que Dan Harmon ha expresado más de una vez su antipatía¹³. Como ejemplo aportamos esta cita de *El arte de la guerra moderna*:

TROY

*They say the Glee Club is luring stragglers into snip
traps with cheery renditions of hits songs*

JEFF

Really? And people fall for that?

Además, Annie echa en cara al grupo del coro de la universidad ser “so *uninspired*”, al tiempo que Jeff les insta a “*write some original songs*”. Este *running gag*¹⁴ acerca de la serie de FOX es otro elemento que permite la construcción del lector modelo y la potenciación de la unidad del fandom. La inquina hacia *Glee* alcanza su máxima cota en un capítulo musical específico que parodia la serie: *Concurso musical de regionales* (#03x10: *Regional Holiday Music*, Tristram Shapeero, NBC: 2011).

49

En el polo opuesto se encuentra la relación intertextual casi fraternal que mantienen con *Cougar Town* (ABC: 2009-2012, TBS:2013-2015). También comenzó en el 2009 y tampoco ha sido una favorita de la industria televisiva. Abed la menciona con frecuencia y en *Clase de crítico de cine* (#02x19: *Critical Films Studies*, Richard Ayoade, NBC: 2011) afirma haber estado en el set de grabación de la serie como extra. En efecto, en el episodio *Se espera algo bueno* (#02x21: *Something good coming*, Bill Lawrence, Michael McDonald, ABC Studios: 2011) de *Cougar Town* aparece en un segundo plano Abed.

¹³ «I'm just glad *Glee* finally got some recognition, [...] It is hard to be that show. No one meets you half way. They're out there in the wilderness, just trying to get by. I think an Outstanding Comedy Series nomination will finally give them the boost they need to keep it on the air». (Harmon en Nedegog: 2011).

¹⁴ Este concepto hace referencia a los chistes que trazan continuidad a lo largo de una serie u otro discurso audiovisual.

Además en la *season finale*¹⁵ de la segunda temporada de *Community*, *Por unos pocos paintballs más* (#02x24: *A few paintballs more*), dos personajes de *Cougar Town*, Laurie y Travis aparecen de extras.



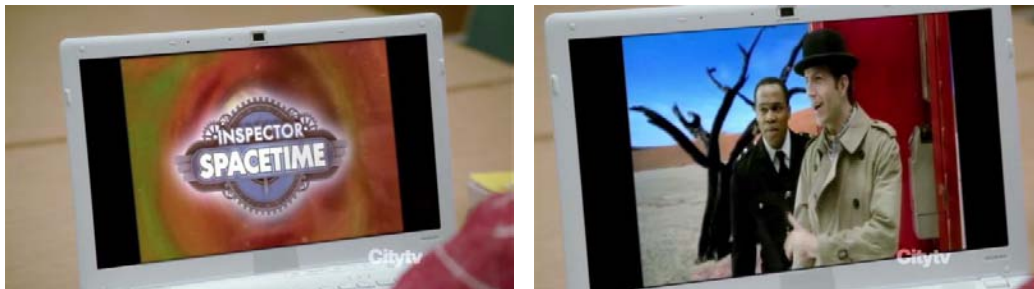
Abed aparece en #02x21 de *Cougar Town* Laurie y Travis en #02x24 de *Community*

Tanto el establecimiento de filias como de fobias mediante la intertextualidad influye en la construcción del *fandom*, puesto que incentiva y genera cultura fan al poder establecer rivalidades y simpatías a nivel de comunidad. Además, el uso de estas dos marcas intertextuales como *running gags* contribuye a la conformación del sentimiento de pertenencia y sirven de modo de recompensa a los veteranos fans. Un espectador casual no se percata de estos detalles y se ve privado de la sonrisa o carcajada que estas situaciones pudieran ocasionarle, no goza de todas las condiciones de felicidad que sí disfruta el miembro del *fandom*.

¹⁵ Término que alude al último episodio de la temporada de una serie.

5.3 INTERTEXTUALIDAD FALSA

El uso de intertextualidad falsa puede llegar a derivar en una obra nueva, que se desvincula de su hipotexto y nutre la cultura fan de la obra. Un ejemplo de esto lo configura la aparición de una serie en *Biología 301*, en una muestra de *mise en abîme*, llamada *Inspector Spacetime*, que es una obvia parodia de *Doctor Who* (C. E. Webber, Donald Wilson, Sydney Newman, BBC One: 1963–1989, 1996, 2005-).



Fotogramas de la paródica serie *Inspector Space Time* en #03x01

Al igual que en la producción de la BBC, *Inspector Space Time* es una serie de ciencia ficción británica que se emite desde los años 60 hasta la actualidad. Y también el protagonista realiza sus viajes en el tiempo a través de una cabina telefónica acompañado de un *associate* humano, en el caso de *Doctor Who* al personaje ayudante se le llama Companion. Además, *Inspector Spacetime* se enfrenta a unos antagonistas llamados Blorgons, muy similares a los daleks de *Doctor Who*, sólo que en vez de decir “exterminate” los blorgons prefieren “erradicate”.



Blorgons en *Doctor Who*.



Daleks en #03x01 de *Community*.

Esta parodia ha tenido continuidad a lo largo de la serie, con especial importancia el capítulo *Análisis de sistemas virtuales*¹⁶ en el que Abed y Annie recrean en el Dreamatorium un episodio de *Inspector Spacetime* y *Convención*

¹⁶ *Análisis de sistemas virtuales* (#3x16: *Virtual Systems Analysis*, Tristram Shapeero, NBC: 2012)

*espacio temporal*¹⁷ que transcurre en una convención fan de la ficcional serie. Además, ha cosechado considerable éxito¹⁸ entre el *fandom* y ha derivado en un producto independiente de la serie: una webserie iniciativa de Travis Richie, actor que protagoniza la parodia y que fue rechazada por la NBC y Sony. La financiación para la webserie corrió a cargo de fans de *Community* en Kickstarter¹⁹, que por el rechazo de Sony²⁰, tanto el título como los nombres y apariencias de los personajes se modificaron, así nació: *Untitled Web Series About A Space Traveler Who Can Also Travel Through Time*. Ha realizado una temporada y tiene prevista el estreno de una película financiada de nuevo por fans y con presencia de actores como Mayim Balik.

El uso de estas estrategias contribuye a nutrir el universo propio de *Community* y su cultura fan al tiempo que constituye un ejemplo de la apasionada entrega del *fandom* de la serie. Además la serie expande sus fronteras, al vincular la obra a una serie de culto, cuya base de fans es muy consolidada y devota.

¹⁷ *Convención espacio temporal* (#04x03: *Conventions of Space and Time*, Michael Patrick Jann, NBC: 2013)

¹⁸ La aceptación de *Inspector Spacetime* se aprecia, por ejemplo, en su presencia en las convenciones fan de *Community*, *Communicon*. [Consulta el 20 de mayo de 2015]
[URL=<http://communiconcentral.com/schedule.html>]

¹⁹ Travis Richey, *Untitled web series about a Time Space Traveler*, en Kickstarter, 20 de febrero de 2012. [Consulta el 20 de mayo de 2015]
[URL=<https://www.kickstarter.com/projects/1878253293/inspector-spacetime-the-webseries>]

²⁰ Laura Prudom, '*Community's* *Inspector Spacetime*, Travis Richey, Producing *'Untitled Web Series About A Space Traveler Who Can Also Travel Through Time*', en Huffington Post, 16 de septiembre de 2012. [Consulta el 20 de mayo de 2015]
[URL=http://www.huffingtonpost.com/2012/09/16/community-inspector-spacetime-travis-richey_n_1888891.html]

6. Metatextualidad

6.1 AUTOREFERENCIALIDAD

Para analizar las huellas autorreferenciales de *Community* vamos a centrarnos en el personaje responsable de protagonizar la mayoría de ellas:

²¹ «*Abed explains it better*»

La cita que bautiza este apartado la pronuncia Annie después de expresar el malestar del grupo producido por la tóxica dinámica de Jeff y Britta. Con esta afirmación, Annie manifiesta la especial naturaleza de este personaje que analiza su alrededor, saca conclusiones y las expresa. Como ejemplo tenemos este diálogo de *Fútbol americano, feminismo y tú* (#01x06: *Football, Feminism and You*, Joe Russo, NBC: 2009). Britta acaba de rechazar una tentativa de Jeff una vez más, cuando la cámara realiza una panorámica horizontal desde el plano conjunto anterior hasta un plano medio de Abed.

ABED

Will they or won't they? Sexual tension.

53

El movimiento de cámara es bastante rápido y hace pensar que se está esperando la opinión de Abed. La respuesta de Jeff se muestra en un plano general del grupo, montado al corte con otro plano medio del ex-abogado.

JEFF

Abed, it makes the group uncomfortable when you talk about us like we're characters in a show you're watching.

ABED

Well, that's sort of my gimmick. But we did lean on it pretty hard last week. I can lay low for an episode.

Jeff expresa una de las particularidades de este personaje, aunque es consciente de que vive en el mundo real, habla e interpreta lo que sucede a su alrededor como si de un episodio de una serie televisiva se tratase. Abed, ve y decodifica lo que le rodea en función del imaginario del mundo que le proporcionan el cine y la televisión, puesto que le cuesta conectar con los que

²¹ Cita de *El arte de la guerra moderna* (#01x23: *Modern Warfare*, Justin Lin, NBC: 2010).

le rodean. La razón de esto, aunque no es confirmado en la serie, podría ser lo que se insinúa continuamente que tiene el síndrome de Asperger.²²

La complejidad y la relevancia de este personaje han provocado que profundicemos en su análisis y hayamos encontrado dos funciones que creemos cumple y que, a su vez, contribuyen a la construcción del lector modelo y del *fandom* de *Community*:

1. El observador.

2. Representación y personificación del lector modelo.

El observador

Como hemos mencionado, en ocasiones, Abed hace las veces de espectador, de observador, reconociendo el mundo como ficticio, en el que él mismo es ficción y realizando comentarios y observaciones que a punto están de romper la cuarta pared.

En este papel, ostenta una enunciación delegada del meganarrador, quien expresa a través de Abed reflexiones sobre el medio televisivo, la obra, las tramas, o los personajes. Así, contribuye a la elaboración de un espectador modelo activo, versado en términos audiovisuales (cinematográficos y televisivos) y que puede apreciar esta interacción y participar de la misma.

Por ilustrar este argumento, en *Caligrafía cooperativa* (#02x08: *Cooperative Calligraphy*, Joe Russo, NBC: 2010) Annie insiste al grupo en que alguien le ha quitado su bolígrafo y que nadie debe irse hasta que haya aparecido. Ante eso, Abed afirma en un plano medio, que «*this is a bottle episode*», haciendo referencia a los clásicos capítulos de las sitcom que suceden en un solo espacio. Afirma, además, que «*I hate bottle episodes. They're wall-to-wall facial*

²² Síndrome que implica anomalías en cuanto a:

- Conexiones y habilidades sociales .
- Uso del lenguaje con fines comunicativos.
- Características de comportamiento relacionados con rasgos repetitivos o perseverantes.

(en Federación Asperger España)

expressions and emotional nuance». Jeff, se irrita por estas alusiones de Abed a que están realizando un episodio embotellado, pero tras ser acusado de robar el bolígrafo, también afirma «*I'm doing a bottle episode*». Es decir, el episodio, que es, en efecto, un *bottle episode*, se reconoce a sí mismo como tal y se lo hace saber a sus espectadores por Abed.

Un amante de la televisión, como sería el lector modelo de *Community*, puede reconocer el tipo de episodio y los clichés que lo. De este modo, se construye la complicidad con el mismo mediante Abed, que al alejarse de la obra al identificar sus mecanismos, se aproxima al espectador. Tanto el espectador como Abed saben. No comparte Abed la focalización que el espectador posee respecto a todo lo que sucede, pero reconoce lo que está teniendo lugar. Esta caracterización psicológica del personaje, que en un principio llama la atención y puede repeler o extrañar a parte de la audiencia, pasa posteriormente a formar parte del código de la serie. La función de Abed como vehículo de autoconsciencia en *Community* es tan inherente a la naturaleza de la serie como la propia manifestación de la metatextualidad.

En la trama C de *Debate 109* (#01x09, Joe Russo, NBC: 2009), juegan con la idea de que Abed “tiene poderes”, sabe lo que va a ocurrir, en definitiva: sabe. En este capítulo, parece que se le otorga un extra de capital de conocimiento de lo que acontece, o acontecerá, además de una posible intuición de su “ser personaje”, asunto que retomaremos más adelante. Analizaremos una de estas escenas a continuación.

Troy entra en la sala de estudio en un plano conjunto que acoge también a Jeff y a Britta. Pregunta si alguno ha entrado en el departamento de cine de la web de la universidad.



#01x09 Plano conjunto de Troy, Jeff y Britta.

Ante la negativa del grupo, Troy explica que todas las películas de Abed son sobre ellos y reproduce en su portátil uno de estos films. Otro plano conjunto de Annie, Shirley y Pierce muestran la sorpresa al recibir esta noticia.

A continuación, a través de una *mise en abyme*, se visualiza el film, mostrado en un plano detalle del ordenador. La cabecera que precede al contenido, de la “productora” de Abed, *Cool Abed Films*, es ecléctica, con reminiscencias a las producciones videográficas de los años 90: fusión de colores, parpadeo en flash y una sintonía electrónica.



#01x09. Cabecera de Cool ABED FILMS.

El gancho final de la escena de *Debate 109* es que la película fue grabada antes de que, en efecto, los personajes descubrieran que Jeff vivía en su coche. Por lo tanto, se plantean distintas cuestiones: ¿sabe más que el resto de personajes?, ¿hasta qué punto es consciente de su ser personaje? Para responder a esto, procedemos a comparar las dos escenas de los diferentes episodios, en pos de sacar conclusiones del valor y la función de esta capacidad anticipatoria y creadora de Abed. Para facilitar la lectura, dividimos el análisis de las dos escenas en tres partes: Entrada de Jeff, confrontación del problema y debate del problema.

Además, cabe destacar que la escena original, la correspondiente a *Economía Doméstica*, es más larga y con mayor número de planos. La versión de Abed, que es interrumpida por los comentarios de Britta, Troy, Jeff y Pierce, consta de 11 planos y dura 20 segundos. La versión original, aunque posterior en la cronología diegética, consta de 27 planos y dura 50 segundos. Por ello, no hemos incluido gráficamente todos los planos de la escena de *Economía doméstica*, si no sólo los que tienen equivalencia con los mostrados en la película de Abed. En la columna de la izquierda mostramos las del capítulo

Economía Doméstica, #01x08, y en la de la derecha las de *Debate 109*, #01x09.

1. ENTRADA DE JEFF



#01x08 *Economía Doméstica*



#01x09 *Debate 109*



#01x08 *Economía Doméstica*



#01x09 *Debate 109*



#01x08 *Economía Doméstica*



#01x09 *Debate*



#01x08 *Economía Doméstica*



#01x09 *Debate*

La entrada de Jeff en *Economía doméstica* es acompañada con una panorámica de seguimiento, intercalando ésta con planos medios de Britta y Shirley, que se exhortan a intervenir con la mirada. En la escena mostrada en *Debate 109*, un plano general estático de Jeff, se intercala con las expresiones

de admiración del resto de integrantes del grupo. La representación de Jeff y del resto de personajes resulta paródica en la recreación. Jeff aparece con gafas de sol, llamando la atención sobre si mismo, aunque no está tan lejos de su aparición en la escena de *Economía Doméstica*, que realiza haciendo un chiste a costa de Pierce. Así, las virtudes, defectos y dinámicas de grupo, aparecen exageradas en la metaparodia²³ de Abed, como el elevado ego en el caso de Jeff, o la veneración y dependencia del grupo hacia él.

2. CONFRONTACIÓN DEL PROBLEMA



#01x08 *Economía Doméstica*



#01x09 *Debate*



#01x08 *Economía Doméstica*



#01x09 *Debate*



#01x08 *Economía Doméstica*



#01x09 *Debate*

²³ Término utilizado por Lauro Zavala para designar una de las formas de intertextualidad.

La interpretación de los actores en el episodio parodiado es deliberadamente mala, plana y unidimensional, del mismo modo que el guión es robótico, estereotipado y falto de los matices originales. «*Jeff stop being so relaxed, we need to talk about*», advierte Britta en *Debate 109*, mientras que en la versión original, Britta intenta suavizar la introducción del problema: «*Oh hi Jeff, we were just talking about how in today's economy...*»

3. DEBATE DEL PROBLEMA



#01x08 *Economía Doméstica*



#01x09 *Debate*



#01x08 *Economía Doméstica*



#01x09 *Debate*



#01x08 *Economía Doméstica*



#01x09 *Debate*

El final cambia ligeramente de una escena a otra, en la original, *Economía Doméstica*, Jeff simplemente los hace callar con una amenaza: «*the next person that offers me pity will be mentioned by name in my suicide note*». En el film de Abed, Jeff se marcha airado después de anunciar que no quiere la ayuda de nadie. Además del guión exagerado y esquemático, la enunciación

también es más simple, en el episodio de Abed: los planos son fijos, sin los movimientos de cámara del original y hay menor variedad de éstos.

En adición, en otra escena diferente de *Debate 109*, cuando Abed ve el horror en los rostros de sus amigos al verle, deduce que han visto sus películas y al ser acusado de ser un brujo, responde que sólo es un «*student of human character*» y que, gracias a sus virtudes como analista, puede predecir sus comportamientos. Para demostrar su argumento, toma como ejemplo a Shirley, de la que sabe que es una mujer cristiana, dulce y generosa, pero con problemas de ira, a lo que ambos responden, con idéntico gesto «*careful boy*».



#01x09. Abed anticipa las palabras de Shirley

Entonces, Abed le dice: «*see, that's your character*». La dicotomía semántica de la palabra *character*, hace que pueda interpretarse que, por un lado, Abed refiera a su carácter, su personalidad y, al mismo tiempo, a su naturaleza de personaje. Si observamos las dos escenas comparadas de nuevo, encontraremos que la coincidencia es sólo en la trama, no son idénticas en punto de vista o enunciación. En definitiva, aunque Abed es capaz de anticipar, ante los otros personajes, acontecimientos y tiene una cierta de consciencia de su idiosincrasia, no comparte la focalización y auricularización del meganarrador. Es sólo un enunciatario delegado del mismo, con la probable intención de establecer un vínculo con el lector modelo, que identifica estos mecanismos y participa, por tanto, de los mismos.

Además, estos episodios de Abed, de una serie que denomina *Community College Chronicles*, conforman un curioso ejemplo de intertextualidad falsa y

de intratextualidad²⁴ al mismo tiempo, por tratarse de una obra B sobre la propia obra A que, además, se visualiza dentro de la obra A, creada por un personaje de la obra A.

Los episodios, además, encontraron continuidad en una página creada por NBC, que imitaba la apariencia de una web corporativa de la universidad ficticia, homónima a la existente en *Community* ---*Greendale Community College*—²⁵ y se encontraban, en efecto, en el departamento de cine de la web, como dice Troy en *Debate 109*. Con este tipo de estrategia de retroalimentación mediante la metatextualidad contribuye a la nutrición de la cultura fan de la propia serie.

2. Representación y personificación del lector modelo

Por una parte, queremos hablar del rol que ejerce Abed, en ocasiones, como una suerte de “altavoz” de opinión del espectador, de representante del *fandom*. En *El arte de la guerra moderna*, saca un tema que gran parte de la audiencia piensa.

ABED

To be blunt, Jeff and Britta is no Ross and Rachel. Your sexual tensión and lack of chemistry are putting us all on edge, wich is why, ironically – and hear this on every level- you’re keeping us from being friends.

Abed verbaliza lo que algunos críticos y parte de la audiencia ha manifestado²⁶: no hay química entre Jeff y Britta, es una trama que aburre al espectador de *Community*. Abed descarta que Jeff y Britta sean como Ross y Rachel, pareja icónica de *Friends* (David Crane, Marta Kauffman, NBC: 1994-2004), cuya relación amorosa era un reclamo importante de la serie. Por eso, Abed especifica: «*hear this on every level*», haciendo referencia al doble sentido de su afirmación «*you’re keeping us from being Friends*» el juego que se traen Jeff

²⁴ Refiere al concepto de intratextualidad de Stam, Burgoyne y Flitterman-Lewis

²⁵ Esta página ya no existe, tras la mudanza de la serie a Yahoo.

²⁶ Dan Harmon en Alan Sepinwall, *Interview: Community creator Dan Harmon*, en Hitfix, 4 de septiembre de 2010. [Consulta: 16 de mayo de 2015]

[URL=<http://www.hitfix.com/blogs/whats-alan-watching/posts/interview-community-creator-dan-harmon>]

y Britta les está impidiendo ser, por una parte, amigos, porque entorpecen la dinámica grupal y, por otra, *Friends*, puesto que la falta de química entre ambos no permite recrear el éxito de la *sitcom* de Crane y Kauffman. El fenómeno fan masivo que supuso *Friends* y que marcó un referente en la construcción de la siguiente generación de *sitcoms*, contrasta en efecto con el de *Community*, cuya devota comunidad de fans es reducida pero tiene una mayor repercusión en el contenido de la obra.

Con este tipo de recursos, el personaje de Abed se acerca al fan, ya que tanto en su papel de observador como de representante de la audiencia establece una relación cómplice con la misma, lo que está vinculado con la otra vertiente de este rol: la personificación del lector modelo.

Sobre este respecto, aunque somos conscientes de que el lector modelo es sólo una instancia narrativa, creemos que Abed es el paradigma de lector modelo de *Community*: su personificación en la serie. Como ya hemos comentado, Abed utiliza el cine y las series como anclaje al mundo. Como consecuencia de ello, es un cúmulo interminable de conocimientos filmicos y televisivos, la mayoría de referencias se vehiculan a través suyo, por lo que aglutina potencialmente las competencias previstas para el lector modelo. Además, se postula como modelo de fan dentro de la historia, entregado a diferentes series. Un caso que ilustra esto es el de una escena de *Biología 301*, en la que Abed está preocupado por el futuro de *Cougar Town*, cuya fecha de vuelta ha sido pospuesta. Para espantar los fantasmas de la cancelación, Troy y Abed repiten el mencionado lema que ya se pronunció respecto a *The Cape* en el #02x23: «Six seasons and a movie». Como ya adelantamos en el planteamiento, esta frase es un mantra para el *fandom* y un elemento de continuidad en la propia serie. Por este tipo de interacciones, consideramos que en esta relación de Abed y Troy se proporciona también un ejemplo de *fandom*.

6.2 INTERACCIÓN DIRECTA CON EL FANDOM

La integración de elementos extradiegéticos referentes al *fandom* en la diégesis es algo que ocurre varias veces a lo largo de la serie. En *Los paradigmas de la memoria humana* (#02x21: *Paradigms of human memory*, Tristram Shapeero, Duke Johnson, NBC: 2011), se realiza en la serie un homenaje²⁷ a un video²⁸ fan que realizó una seguidora de la pareja romántica entre Jeff y Annie. Respecto a los vídeos realizados por fans, Jenkins apunta que

El vídeo hecho por los fans es un arte de la cita que extrae sus imágenes de un referente, tanto si éste procede de la comprensión metatextual de los personajes de la serie y su universo [...] como si éste se utiliza para crear una nueva narración. (Jenkins, 2010: 267)

En este caso, la nueva narración creada a base de la comprensión metatextual de la autora del montaje, implica una fuerte conexión romántica entre los dos personajes, cuando apenas había habido interacción de esa naturaleza entre ambos. Para la construcción de esta narración y dotar sentido romántico a las escenas que compartían, utiliza recursos propios del lenguaje cinematográfico como la cámara lenta, fundidos a negro y un montaje rítmico con la canción *Gravity* (Sara Bareilles, 2004). Dan Harmon vio el vídeo y decidió realizar un afectuoso homenaje.

Así, el homenaje tiene lugar en *Los paradigmas de la memoria humana*, después de que Annie eche en cara a Jeff que haya estado acostándose con Britta después de «todo lo que ha pasado entre ellos todo este año». Ante la acusación de que está todo en su cabeza, vemos en *flashback* cómo recuerda Annie momentos irrelevantes y amistosos entre ella y Jeff: en cámara lenta y acompañados de la canción *Gravity*. Las escenas son intencionadamente cómicas e irrelevantes, como una en la que Annie se atraganta y Jeff le hace la

²⁷ Helen A. S. Popkin, *Why 'Community' is the only Internet crossover that matters*, en Today Monday, 8 de diciembre de 2011. [Consulta: 8 de mayo de 2015]

[URL=<http://www.today.com/money/why-community-only-internet-crossover-matters-118672>]

²⁸ *Gravity (Jeff/Annie)*, Youtube, 14 de noviembre de 2009. [Consulta el 4 de mayo de 2015]

[URL=<https://youtu.be/SsBvqDwVqwc>]

maniobra de *heimlich* hasta que escupe. A esto Jeff le replica que lo mismo se podría hacer con Pierce y Abed, y se suceden imágenes de Pierce y Abed con la misma canción y los mismos recursos.

Con esta broma interna, Harmon²⁹ alimenta la sinergia con los fans y la producción cooperativa, la percepción por parte del *fandom* de que la serie es suya también, propiciando una suerte de fantasía de la autoría. Con esto nos referimos a la asunción por parte del fan de que tiene, más allá de una influencia, voz en la obra.

²⁹ Peter Lloyd Williams, *Screen: The end of Community. Peter Lloyd-Williams mourns the end of genre-bending US meta-sitcom Community*, en *Varsity*, 13 de mayo de 2014. [Consulta: 7 de mayo de 2015]
[URL=<http://www.varsity.co.uk/culture/7190>]

6.3. RUPTURA DE LA CUARTA PARED

La metaficción a menudo concurre en este fenómeno y se da en *Community* en determinadas ocasiones. A este respecto vamos a analizar dos ejemplos que consideramos relevantes para la deducción de su rol en la elaboración de la comunidad fan.

Basic story (#05x12, Jay Chandrasekhar, NBC: 2014)

Cuando el decano entra en la sala de estudio con la noticia de que Greendale va a ser visitada por un inspector y que si encuentra algo en mal estado, cerrará las puertas de la universidad, Abed propone un plan de acción. Jeff le habla en privado e intenta que desista de su plan, le dice que no hay historia: que todo va bien en Greendale. A lo que le responde:

ABED

Everything is a story Jeff. Getting out of bed is a story. Certainly this is a story. I mean, start with the study room. We're content. I'm concerned. Skip the fruit-matching stuff. Dean enters with the insurance appraiser story, call, refusal. You're literally dragging me across a threshold demanding there be no story, which puts me into a whole new world that I'm gonna have to adapt to...

JEFF

Well you have to do it by yourself, please. Okay?. Because if this appraisal is a story that means we're in trouble, and we are not in trouble, because if we are...

ABED

No more stories

JEFF

Ta-da. So we'll see you later

ABED

After no story

JEFF

No story

ABED

So be it. Let the lack of story...

En esta última frase del diálogo la cámara se acerca en *travelling* a Abed hasta que queda encuadrado en primer plano. Cuando Abed anuncia que la «ausencia de historia» comienza y sale de cuadro, la música extradiegética se detiene y la cámara, se mueve bruscamente hacia la izquierda, buscando una historia: sólo hay un chico comiendo sopa ruidosamente.



#05x12. Abed anuncia el comienzo de la «ausencia de historia»



#05x12. Abed sale de cuadro y la cámara queda huérfana.



#05x12. La cámara realiza una panorámica en busca de una nueva historia.

De este modo, la enunciación del meganarrador se manifiesta mediante la revelación del dispositivo: la cámara se queda huérfana, sin historia. También se pronuncia en la repentina detención de la música extradiegética: este silencio encarna la falta de historia. Esto hace reflexionar sobre lo que ya han tratado múltiples obras como *Más extraño que la ficción* (*Stranger than fiction*, Marc Forster, 2006) en el cine, en las que el personaje, al asumir su condición de personaje afecta, de algún modo, a la historia, aunque sigue estando en las manos del autor: no pueden escapar a su naturaleza de ser ficticio.

La mostración, no física pero sí a través de estos comportamientos inusuales, de la disposición fílmica sólo afecta a la trama de Abed en el episodio, que, desde el momento en que determina que “no haya historia”, comienza a ser “perseguido” por la cámara, a través de *travellings* y panorámicas. Abed es consciente de que “la historia” le busca y se le ve huir literalmente de ella en una de las escenas. Abed llega a mirar hacia cámara directamente asustado después de creer que la había despistado.



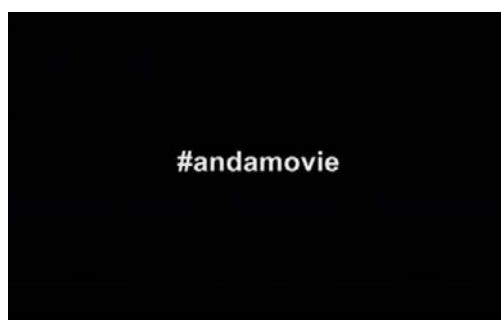
#05x12. Abed huye de la historia, pero ésta le encuentra.

A continuación grita y se lamenta sobre que «*it's always a story. Everything is a story. Wait wait wait. Story feeds on conflict. If I stop resisting it'll stop being a story*». A esta argumentación le rebate una versión de sí mismo caracterizado de dios que le lleva la contraria, dejando a Abed entrando en crisis al no poder conciliar tener razón y estar equivocado al mismo tiempo. En ese momento pasa Leonard y al verlo en esta dicotomía dice: «*unsubscribe*», haciendo un juego de sentidos con la masa de espectadores que no se “suscriben” a la serie por sus excesos y rarezas.

En la otra parte de la trama, el inspector visita la institución y decide que todo está en orden, puesto que, además de otras cosas han “reparado el escape de gas del año pasado”. El escape de gas al que hace referencia el inspector es una broma interna del creador, Dan Harmon, que refiere a la cuarta temporada en la que él no ejerció de *showrunner* por haber sido despedido en la tercera temporada y que supone un *running gag* durante la quinta y sexta temporada. Volviendo a la trama del capítulo, gracias a que el inspector declara a Greendale una propiedad con valor, los miembros de la junta deciden venderla a Subway, como Jeff dice: «*We saved Greendale, and now they gonna sell it*». Esto es una reflexión sobre el futuro de la serie y cómo, a pesar de los

esfuerzos de fans y sus campañas como #Savecommunity, la última palabra la tienen los ejecutivos de la NBC, cuyo fin siempre será proteger su negocio. Con este uso de la metatextualidad, no sólo consigue el autor comunicar su posición a la audiencia, sino a la cadena a la que pertenece. Además, este recurso construye aún más la complicidad entre *fandom* y autoría, al alentar la vinculación entre ambos y la sensación de jugar todos en el mismo equipo.

Emotional Consequences of Broadcast Television (#06x13, Rob Schrab, Yahoo! Screen: 2015)



#06x13. Fundido previo al *tag*

Este capítulo es el último de la anhelada sexta temporada de la serie. Su emisión supone la consecución de la primera parte del lema que acuñó el *fandom* temporada tras temporada para la salvación de la serie de la cancelación, la primera parte de la tierra prometida de *Community*: #sixseasonsandamovie. La penúltima escena del capítulo funde a negro y aparece un rótulo que, como se observa en la imagen superior, reza: #andamovie. La inclusión de este *hashtag* supone un guiño de complicidad hacia el *fandom* acerca de su labor con la serie y una promesa de lo que aún queda por lograr: la película.

A continuación vamos a diseccionar el *tag*³⁰ del capítulo, que probablemente supone, aunque nunca se sabe con *Community*, la despedida de la serie. Queremos destacar que el capítulo está escrito por el creador y Chris Mckenna, productor ejecutivo junto a Harmon y que la *voice over* que se escucha en esta escena está locutada por este último.

³⁰ *Tag* es un término que define una escena corta que aparece tras el final del capítulo, antes de los créditos, sin que sea necesaria guardar relación con la trama del capítulo.

La escena ilustra un falso anuncio, nuevo caso de intertextualidad falsa, de un juego de mesa sobre *Community*. El solo hecho de presentar un juego sobre la serie ya nos remite a las características innatas de las series: su vocación de vinculación e identificación, la noción de familiaridad y nos permite reflexionar sobre esa potencial naturaleza de *Community* y de cualquier obra audiovisual, como un juego. Un juego en el que se incluye al fandom, que actualiza el lector modelo y participa en éste mediante la descodificación, interpretación y degustación de la serie, o mediante la influencia directa en la misma, como ya hemos comentado.

Mediante un *travelling* circular en un plano general picado se nos presenta a la familia que está haciendo uso del juego de mesa, a lo que sigue por montaje por corte planos medios de los personajes que van comentando sus jugadas.



#06x13 La familia jugando al juego de *Community*.

Cuando la *voice over* del anuncio anima a «*be the first in figure out if the game is part of the show or...*», el padre anuncia, en plano medio, que es el show el que está dentro del juego, pero el hijo lo niega al responderle con un argumento irrefutable: la miniatura del guión del episodio en el que se encuentran. En este punto la música extradiegética que sonaba en el fondo sonoro, con acordes similares a las sintonías utilizadas en la serie, se detiene, en una manifestación del meganarrador: se interrumpe el anuncio porque la “realidad” de la ficción es expuesta.



#06x13 El personaje consulta el guión del capítulo presente.

Al regocijarse el niño por su victoria, el padre le mira incrédulo y contesta que nadie gana: «*This means we don't exist, we're not created by God, we're created by a joke. We were never born and we will never actually live*». Por medio de un paulatino *zoom out*, queda en segundo plano la devastada familia después de conocer su ficticia naturaleza y va entrando en el plano la caja del juego de mesa de *Community*.



#06x13 Plano final de la *series finale*.

Como hemos mencionado, el autor, entendido como el creador de la serie y/o *showrunner*, gana peso tras la “nueva era dorada de la televisión”, ya que goza de mayor libertad creativa. En *Community* la presencia del autor es remarcable, puesto que las huellas metatextuales e intertextuales hablan tanto de él como del lector modelo que instaure a través de las mismas. La *voice over* continúa con un discurso del locutor del anuncio, que recordamos que interpreta el propio Harmon, que constituye una despedida y una reflexión por parte del creador sobre la serie: «*Some episodes too conceptual to be funny, some too funny to be immersive, and some so immersive they still aren't funny. Consistency between seasons may vary*».

Además, proporciona una nueva crítica al sistema de medición de audiencias y una revisión histórica sobre las andaduras de *Community* en su paso por la NBC y Yahoo!: «*Show may be canceled and move to the internet, where it turns out tens of millions were watching, may not matter*». Con estas afirmaciones, se postula un uso de la metatextualidad como crítica, como la entiende Genette. Harmon analiza la serie y da razón a las críticas: la fórmula de la serie ha sido rota tan a menudo que la irregularidad de la misma ha sido frecuentemente señalada. Al final de la narración, se produce el momento en el que el creador se identifica como tal:

LOCUTOR DEL ANUNCIO (VOZ)

*Fake commercial may end with a disclaimer gag which may descend into vain
Chuck Lorre-esque rant by narcissistic creator.*

Creator may be unstable.

*Therapist may have told creator this is not how you make yourself a good
person.*

Life may pass by while we ignore or mistreat those close to us.

Those close to us may be watching.

Those people may want to know I love them but I may be incapable of saying it.

Contains pieces the size of a child's esophagus.

Al cambiar el uso de la tercera persona «*creator may be unstable*», se manifiesta como él mismo con una declaración de amor a los fans: «*those people may want to know I love them but I may be incapable of saying it*». Este cambio de persona al final del monólogo, supone la personalización de Harmon como autoría explícita del discurso. Y es significativo que esto se realice para confesar su estima por el fandom, con el que ha mantenido una afectuosa relación tanto dentro como fuera de la obra. Ejemplo de esta curiosa relación es el documental *Harmontown* (Neil Berkeley, 2014), que siguió la gira homónima de los *shows* de Harmon por varios estados de Norteamérica. En estos *shows* realiza números cómicos de improvisación, con presencia de fans. En definitiva, creemos que este monólogo supone un paradigma de la relación construida a lo largo de la serie entre la autoría y su *fandom*, por medio de similares manifestaciones del meganarrador que invitan al fan a participar del juego de *Community*.

CONCLUSIONES

7. Conclusiones de la investigación

Tras el recorrido del marco teórico y el análisis aplicado extraemos las siguientes conclusiones:

1. El espectador modelo de *Community* es un fan.

Las «condiciones de felicidad» del lector modelo son actualizadas por el fan porque:

- Como *pirata de muchos textos*, no sólo reúne muchas competencias previstas —con especial relevancia las relacionadas con la cultura pop, las series y sus mecanismos— sino que desea instituir las y disfruta de la intertextualidad.
- Las peculiares características meta e intertextuales de la serie requieren varias lecturas para alcanzar el completo potencial de la obra y lo que caracteriza al fan es la disección, interpretación y degustación de su objeto de admiración. Además, *Community* retorna sobre sí misma de un modo especular mediante la intratextualidad del mismo modo que haría un fan.

72

2. Abed supone una figura clave para la consolidación del *fandom*.

Abed cumple funciones de “altavoz” de la comunidad *fandom*, de cómplice del meganarrador en su papel de observador —posee mucho más saber que el resto de personajes, la focalización del discurso privilegia su lugar hasta tal punto que a veces incluso juega a equiparar su saber al del autor implícito— y es la personificación del espectador modelo que definimos en la primera conclusión. Todo esto le otorga una posición cómplice hacia el fan, al que se aproxima mediante mecanismos como el de ruptura de la cuarta pared.

3. La relación con el *fandom* teje su consistencia desde los mecanismos metatextuales.

Recursos como los *running gags* repercuten en una recompensa al fan, puesto que gran parte del chiste reside en la continuidad del mismo a lo largo de los capítulos. Por tanto, para disfrutar de éstos se requiere fidelidad. También se construye mediante la generación de cultura fan por medios como la intertextualidad falsa, que expanden el universo del relato y pueden cobrar vida propia desvinculados de su hipotexto original, como es el caso de *Untitled Web Series About A Space Traveler Who Can Also Travel Through Time* (2012-) respecto a *Community*.

4. La serie retroalimenta su autoconsciencia a través del *fandom*.

La serie dialoga con su *fandom* mediante la integración en el discurso de elementos extradiegéticos referidos a su comunidad fan, como el referido caso de *Paradigmas de la memoria humana*, o con las constantes alusiones al lema, originalmente presentado en la serie, de *#sixseasonsandamovie*. Esta interacción incentiva la unidad del *fandom* y el sentimiento de pertenencia al universo creado por *Community: Greendale*. Este punto puede llegar en ocasiones a que el fan tenga una suerte de *fantasía de autoría*.

5. El aumento del poder del creador en la serie contribuye a crear familiaridad e identificación con el *fandom*.

Community es paradigmática del incremento del poder del creador (parte del autor real) avalado por la denominada nueva era dorada de la televisión. Mediante marcas metatextuales personaliza el discurso al exponer los puntos de vista del creador, sus filias y fobias o aspectos de su personalidad y con esto construye el espectador modelo. El *personalismo* de la serie, transmitido, entre otros, por *Emotional*

Consequences of Broadcast Television, permite concluir que mediante la expresión de su visión nutre la vinculación del *fandom* con la serie y alimenta la idea de conformar una familia.

Por todo esto a continuación nos disponemos a refutar o invalidar la hipótesis.

Research's conclusions

After running through the theoretical framework and the applied analysis we draw the following conclusions:

1. The model viewer of *Community* is a fan.

The “happiness conditions” of the model reader are updated by the fan because:

- As a *poacher of many texts*, not only satisfies the expected competences –with great importance to those related to pop culture, series and their mechanisms– but he looks forward to institute them and enjoys his intertextuality.
- For being fulfilled this “happiness conditions” and because of the peculiar characteristics of the series, the work must be read at least several times and the fan is mainly characterized for its dissection, interpretation and experiencing about its worthy object of admiration. Moreover, *Community* takes back to itself in a pondering way through intratextuality in the same way as a fan would do.

2. Abed represents a leading figure for the strengthening of fandom.

Abed fulfills a role of “loudspeaker” of the fandom community, as an ally of the meganarrator with his viewer role –he has much more knowledge than the other characters, the focalization of the speech grants him a privilege in such way that he sometimes plays to equate his knowledge on the same level than the implicit author– and he is the embodiment of the model viewer that we categorize in the first conclusion. These

characteristics bestow an accomplice position upon him towards the fan, to whom he approaches with mechanisms like breaking the fourth wall.

3. The relation with the fandom develops its consistency through the metatextual mechanisms.

Resources like *the running of the gags* have a reward effect on the fan, so that a large part of the joke consists on its going on through the episodes. Because of this reason, faithfulness is required to enjoy them. It is based, as well, on the generation of a fan culture through fake intertextuality and other ways which extend the universe of the story and can come alive dissociated from the original hypotext like in *Untitled Web Series About A Space Traveler Who Can Also Travel Through Time* (2012-) respect to *Community*.

4. The series feed its self-consciency through the fandom.

The series talk to his fandom with their extradiegetic elements referred to his community through integrated on his speech, like in *Paradigms of human memory*, or with the continuous allusions of the mantra: *#sixseasonsandmovie*. This interaction encourages the unity of the fandom and the feeling of belonging to the universe built by *Community: Greendale*. It sometimes brings the fan a *feeling of authorship*.

5. The increasing of the creator's power on the series help to create familiarity and affinity with the fandom.

Community is a paradigm of the increasing of the creator's power (a part of the real author) supported by the new golden age of television. Thanks to its metatextual marcs, it customizes its speech showing the points of view of the creator, his fillias and his phobias or aspects of his personality and with them he builds his model viewer. The partiality of the series, as seen in *Emotional Consequences of Broadcast television*, allows us to conclude that through his expression of his view he feeds up an union between the fandom and the series, creating a sense of family.

8. Verificación o refutación de la hipótesis.

En el arranque de este TFG propusimos la siguiente hipótesis como guía y brújula de nuestra investigación:

La metatextualidad y la intertextualidad de *Community* determinan su efecto *fandom*, que a su vez retroalimenta su autoconsciencia.

Esta hipótesis de partida se sostiene en la subhipótesis siguiente: *Community* resulta paradigmática de una nueva relación entre las series de televisión y su públicos en la que el efecto fan cobra cada vez más importancia.

Las conclusiones extraídas en el anterior apartado nos conducen a verificar nuestra hipótesis. Los mecanismos de la autoconsciencia son clave en la construcción y cohesión de la comunidad fan dentro de la obra —que se nutre del *fandom*— y de la especial relación que mantienen *Community* y su comunidad fan.

76

Verification or disproof of the hypothesis.

In the beginning of this TFG we suggested the next hypothesis as a guide and as compass of our investigation.

The metatextuality and intertextuality of *Community* determine its fandom effect, that at the same time, feed its self-conscience back.

This initial hypothesis is based on the next subhypothesis: *Community* results a paradigm of a new relationship between the TV series and their public, on which is increasing the fan effect.

The conclusions of this section take us to verify our hypothesis. The mechanisms of self-consciency are the clues of the construction and the connection of the fan community in the work- which is fed up by Fandom-and of the special relationship between *Community* and their fan community.

9. Futuras líneas de investigación.

En este trabajo han surgido múltiples temas transversales en los que no hemos profundizado para no alejar el foco del propósito del mismo, pero que nos interesan de cara a una nueva investigación:

- Las consecuencias de los cambios de los hábitos de consumo de las audiencias en los modos de producción de las nuevas series televisivas.
- *Fantasía de autoría* en el fan. La percepción desde el punto de vista del fan de su aportación en la obra.
- Autoría en las nuevas series. El estudio del incremento de la importancia de la figura del autor y su presencia.

Future research's lines.

A lot of cross issues have appeared on this work, which we haven't paid attention due to the importance of maintaining the focus on the aim of the study. But they are interesting for future new investigations:

77

- The results of changes on habits of consumption on the audience related with the production of new TV series.
- *Feeling of authorship*. The perception from the point of view of the fan about his direct contribution to the work.
- Authorship on new series. The increasing of the importance on the author's figure and his presence.

4. BIBLIOGRAFÍA

28 días después (*28 days later*, Danny Boyle, 2002).

2001: Una odisea del espacio (*2001: A space odyssey*, Stanley Kubrick, 1968).

Alan Sepinwall, *The revolution was televised: the cops, crooks, slingers, and slayers who changed TV Drama Forever*, New York, Touchstone, 2013 [2012], pp. 3, 4, 67, 68.

Alan Sepinwall, *TV TOP on 2011: The best ten returning shows*, en Hitflix, 14 de diciembre de 2011. [Consulta: 13 de marzo de 2015]

[URL=<http://www.hitfix.com/blogs/whats-alan-watching/posts/tv-top-10-of-2011-the-best-10-returning-shows>]

Andy Greenwald, *The return of Mad Men and the end of TV's Golden Age*, Grandland, 2012. [Consulta: 13 de marzo de 2015]

[URL=<http://grantland.com/features/andy-greenwald-don-draper-mad-men-twilight-golden-age-television/>]

Annie Hall (Woody Allen, 1977)

Antonio Savorelli, *Beyond Sitcom: new directions in American television comedy*, Jefferson, McFarland & Company, Inc., 2010 [2010], p. 14.

Blade Runner (*Blade Runner*, Ridley Scott, 1982).

Bonanza, (David Dortort, Fred Hamilton, NBC: 1959-1973).

Camille Bacon Smith, *Enterprising women: television fandom and the creation of popular myth*, Pennsylvania, University of Pennsylvania Press, 1994 [1992], p. 309.

Cheers (James Burrows, Glen Charles, Les Charles, NBC: 1982-1993).

Communicon. [Consulta el 20 de mayo de 2015]

[URL=<http://communiconcentral.com/schedule.html>]

Community (Dan Harmon, NBC: 2009-2014, Yahoo! Screen: 2015-).

- *Fútbol americano, feminismo y tú* (#01x06: *Football, Feminism and You*, Joe Russo, NBC: 2009).
- *Economía Doméstica* (#1x08: *Home Economics*, Anthony Russo, NBC: 2009)
- *Debate 109* (#01x09, Joe Russo, NBC: 2009)
- *El arte de la guerra moderna* (#01x23: *Modern Warfare*, Justin Lin, NBC: 2010)
- *Caligrafía cooperativa* (#02x08: *Cooperative Calligraphy*, Joe Russo, NBC: 2010)
- *Clase de crítico de cine* (#02x19: *Critical Films Studies*, Richard Ayoade, NBC: 2011)
- *Los paradigmas de la memoria humana* (#02x21: *Paradigms of human memory*, Tristram Shapeero, Duke Johnson, NBC: 2011).
- *Por unos pocos paintballs más* (#02x24: *A few paintballs more*).
- *Biología 101* (#03x01: *Biology 101*, Anthony Russo, NBC: 2011).
- *Concurso musical de regionales* (#03x10, *Regional Holiday Music*, Tristram Shapeero, NBC: 2011).
- *Análisis de sistemas virtuales* (#3x16: *Virtual Systems Analysis*, Tristram Shapeero, NBC: 2012).
- *Convención espacio temporal* (#04x03: *Conventions of Space and Time*, Michael Patrick Jann, NBC: 2013).
- *Basic story* (#05x12, Jay Chandrasekhar, NBC: 2014).
- *Emotional Consequences of Broadcast Television* (#06x13, Rob Schrab, Yahoo! Screen: 2015).

79

Cougar Town (ABC: 2009-2012, TBS:2013-2015).

- *Se espera algo bueno* (#02x21: *Something good coming*, Bill Lawrence, Michael McDonald, ABC Studios: 2011).

Dan Harmon en Eric Goldman, *Community: Yahoo discussing a Season 7 while Harmon comments on the Season 6 finale*, IGN, 3 de junio de 2015. [Consulta: 13 de marzo de 2015]

[URL=<http://www.ign.com/articles/2015/06/03/community-yahoo-discussing-a-season-7-while-harmon-comments-on-the-season-6-finale>]

Dan Harmon en EW, *Dan Harmon on 'Community' exit: 'I got fired'*, Entertainment Weekly, 19 de mayo de 2012. [Consulta: 13 de marzo de 2015]

[URL=<http://www.ew.com/article/2012/05/19/dan-harmon-on-community-exit-i-got-fired>]

Dan Harmon en Alan Sepinwall, *Interview: Community creator Dan Harmon*, en Hitfix, 4 de septiembre de 2010. [Consulta: 16 de mayo de 2015]

[URL=<http://www.hitfix.com/blogs/whats-alan-watching/posts/interview-community-creator-dan-harmon>]

Dan Harmon en Jethro Nedegog, *Comic-Con 2011: 'Community's' EP Dan Harmon is Glad 'Glee' got its Emmy nom*, en Hollywood Reporter, 23 de julio de 2011. [Consulta: 10 de mayo de 2015]

[URL=<http://www.hollywoodreporter.com/live-feed/comic-con-2011-communitys-ep-214676>]

Depredador (*Predator*, John McTiernan, 1987).

Doctor Who (C. E. Webber, Donald Wilson, Sydney Newman, BBC One: 1963–1989, 1996, 2005-).

80

El apartamento (*The apartment*, Billy Wilder, 1960).

El lobo de Wall Street (*The wolf of Wall Street*, Martin Scorsese, 2013).

Emily Nussbaum, *The Year in TV*, en New York Magazine, 5 de diciembre de 2010. [Consulta: 13 de marzo de 2015]

[URL=<http://nymag.com/arts/cultureawards/2010/69901/>]

El príncipe de Bel Air (*The Fresh Prince of Bel-Air*, Andy Borowitz, NBC: 1990-1996).

Federación Asperger España, *Características*. [Consulta: 20 de mayo de 2015]

[URL=<http://www.asperger.es/asperger.php?def=3Caracter%EDsticas>]

Friends (David Crane, Marta Kauffman, NBC: 1994-2004).

Francisco Javier Gómez Tarín, *Algunos estilemas en la obra de Theo Angelopoulos: mise en abîme, elipsis y fuera de campo*, en SANDERSON, JOHN D., *Revisión del concepto de autoría cinematográfica*, Alicante, Vicerrectorado de Extensión Universitaria, Universidad de Alicante, 2005.³¹

Francisco Javier Gómez Tarín, *El punto de vista en el audiovisual contemporáneo: una reformulación de conceptos enunciativos y narrativos*, en Marta Álvarez (ed.), *Imágenes conscientes. AutoRepresentaciones #2*, Binges (Francia), Éditions Orbis Tertius, 2013, pp. 29, 36.

Garret Martin, *NBC's Focusing on Multi-camera Comedies, and That's Okay*, en Paste Magazine, 16 de enero de 2015. [Consulta: 5 de abril de 2015]
[URL=<http://www.pastemagazine.com/articles/2015/01/nbcs-focusing-on-multi-cam-comedies-and-thats-okay.html>]

Gerard Genette, *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*, Madrid, Taurus, 1989 [1962], pp. 9,10,13,14,41.

81

Gonzalo Toledano y Nuria Verde, *Cómo crear una serie de televisión*, Madrid, T&B editores, 2007 [2007], p.44.

Glee (Ryan Murphy, FOX: 2009-2015).

Gravity (Jeff/Annie), Youtube, 14 de noviembre de 2009. [Consulta el 4 de mayo de 2015]
[URL=<https://youtu.be/SsBvqDwVqwc>]

Gravity (Sara Bareilles, 2004).

Harmontown (Neil Berkeley, 2014).

³¹ La consulta a este capítulo se ha realizado a través de [URL=<http://apolo.uji.es/fjgt/>]. Por lo tanto carecemos de número de página exacto al que referenciar.

House of Cards (Beau Willimon, Netflix: 2013-).

Helen A. S. Popkin, *Why 'Community' is the only Internet crossover that matters*, en Today Monday, 8 de diciembre de 2011. [Consulta: 08 de mayo de 2015]

[URL=<http://www.today.com/money/why-community-only-internet-crossover-matters-118672>]

Henry Jenkins, *Afterword*, en Jonathan Gray, Cornel Sandvoss, C. Lee Harrington, *Fandom: identities and communities in a mediated world*, New York, New York University Press 2007, pp. 360, 361.

Henry Jenkins, *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, S.A, 2008 [2006], pp. 14, 15.

Henry Jenkins, *Piratas de textos: fans, cultura participativa y televisión*, Madrid, Anaya Multimedia, 2010 [1992], pp. 53, 76, 267.

82

Henry Jenkins, *'Strangers No More, We Sing': Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community*, en Lisa A. Lewis, *The adoring audience: Fan culture and popular media*, New York, Routledge, 2001 [1992], p. 11.

I love Lucy (CBS: 1951-1957).

Internet Movie Database. [Consulta el 07 de junio de 2015]

[URL=<http://www.imdb.com/>]

Iván Bort, *La obra agotada. Autoconsciencia y metadiscursividad en los episodios paródicos de las series de televisión*, en Marta Álvarez (ed.), *Imágenes conscientes. AutoRepresentacioneS #2*, Binges (Francia), Éditions Orbis Tertius, 2013, pp. 256, 257.

Javier Marzal Felici, Francisco Javier Gómez Tarín, *Metodologías de análisis del film*, Madrid, Edipo, 2007, p.35.

Joli Jenson, *Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization*, en Lisa A. Lewis, *The adoring audience: Fan culture and popular media*, New York, Routledge, 2001 [1992], p. 9.

Jonathan Gray, Cornel Sandvoss, C. Lee Harrington, *Fandom: identities and communities in a mediated world*, New York, New York University Press 2007 [2007], p. 8.

Jon Defreest, *Here are three 'Save Community' posters*, en *Vulture*, 17 de noviembre de 2011. [Consulta: 14 de marzo de 2015]

[URL=<http://www.vulture.com/2011/11/see-three-save-community-posters.html>]

Jordi Balló y Xavier Pérez, *Yo ya he estado aquí: ficciones de la repetición*, Barcelona, Anagrama, 2005, pp. 16, 26, 29.

Jordi Busquet, *Lo sublime y lo vulgar: la cultura de masas o la pervivencia de un mito*, Barcelona, Editorial UOC, 2008, p. 13.

Josef Adalian et al., *The 25 Most Devoted Fan Bases*, en *Vulture*, 15 de octubre de 2012. [Consulta el 13 de marzo de 2015]

[URL=<http://www.vulture.com/2012/10/25-most-devoted-fans.html>]

Julia Kristeva, *Semeiotikè: (semiótica 1)*, Madrid, Editorial Fundamentos, 1978 [1966], p. 190.

Las audiencias de los fans de perdidos madrugan y disparan las audiencias de cuatro, en *Fórmula TV*, 24 de mayo de 2010 [Consulta: 12 de marzo de 2015]

[URL=<http://www.formulatv.com/noticias/15181/audiencias-los-fans-de-perdidos-madrugan-y-disparan-las-audiencias-de-cuatro/>]

Las chicas Gilmore (Gilmore Girls, Amy Sherman-Palladino, The WB: 2000-2006, The CW: 2006-2007).

- *Esa dichosa Donna Reed (#01x14: That damn Donna Reed, Michael Katleman, The WB: 2001).*

Laura Prudom, '*Community's*' *Inspector Spacetime*, Travis Richey, *Producing 'Untitled Web Series About A Space Traveler Who Can Also Travel Through Time'*, en Huffington Post, 16 de septiembre de 2012. [Consulta: 20 de mayo de 2015]

[URL=http://www.huffingtonpost.com/2012/09/16/community-inspector-spacetime-travis-richey_n_1888891.html]

Lauro Zavala, *Para analizar la metaficción en cine*, en Marta Álvarez (ed.), *Imágenes conscientes. AutoRepresentaciones #2*, Binges (Francia), Éditions Orbis Tertius, 2013, p. 81.

Lisa A. Lewis, *The adoring audience: Fan culture and popular media*, New York, Routledge, 2001 [1992], p. 1.

Los Soprano (The Sopranos, David Chase, HBO: 1999-2007).

Lucien Dallenbach, *El relato especular*, Madrid, Visor, 1991 [1977], pp. 16, 73, 95, 120, 131.

Mark Duffett, *Understanding fandom: an introduction to the study of media fan culture*, New York, Bloomsbury Publishing Plc, 2013, p. 2.

Más extraño que la ficción (Stranger than fiction, Marc Forster, 2006).

Matt Zoller Seitz, *Seitz: Community Is TV's Most Ambitious Show*, en Vulture, 20 de abril de 2012. [Consulta: 13 de marzo de 2015]

[URL=<http://www.vulture.com/2012/04/seitz-community-is-tvs-most-ambitious-show.html>]

Michael Riffaterre, *Syllepsis*, en *Critical Inquiry*, Chicago, Vol. 6, Número 4, Summer 1980, p. 625.

Michelle Haworski, *Six seasons and a movie: A history of how Community beat the odds*, *The Daily Dot*, 9 de mayo de 2014. [Consulta: 14 de marzo de 2015]
[URL=<http://www.dailydot.com/geek/community-saved-fans/>]

Morgan Glennon, *Best Television Shows in 2011*, en *Huffington Post*. 14 de diciembre de 2011. [Consulta: 13 de marzo de 2015]
[URL=http://www.huffingtonpost.com/morgan-glennon/best-television-shows-of-2011/b_1144881.html]

Omar Calabrese, *La era neobarroca*, Madrid, 1989 [1987], p. 44.

Parenthood (Ron Howard, NBC: 2010-2015).

Patricia Wough, *Metafiction*, New York, Routledge, 2013 [1984], pp. 2, 3.

85

Perdidos (*Lost*, J.J. Abrams, Jeffrey Lieber, Damon Lindelof, ABC: 2004-2010).

Peter Lloyd Williams, *Screen: The end of Community. Peter Lloyd-Williams mourns the end of genre-bending US meta-sitcom Community*, en *Varsity*, 13 de mayo de 2014. [Consulta: 7 de mayo de 2015]
[URL=<http://www.varsity.co.uk/culture/7190>]

Psicosis (*Psychco*, Alfred Hitchcock, 1960).

Robert Stam, Robert Burgoyne y Sandy Flitterman-Lewis, *Nuevos conceptos de la teoría del cine*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, S.A, 1999 [1992], p. 236.

Roland Barthes, *El susurro del lenguaje: más allá de la palabra y de la escritura*, Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, S.A, 1994 [1984], p. 69.

Sexo en Nueva York (*Sex and the city*, Darren Star, HBO: 1998-2004).

Suzanne Collins en Henry Jenkins, *Textual Poachers: televisión fans and participatory culture. Updated twentieth anniversary edition*, New York, Routledge, 2013 [1992], p. 15.

The Donna Reed Show (William Roberts, ABC: 1958-1966).

The Office (Ricky Gervais, Stephen Merchant, NBC: 2005-2013).

THX 1138 (George Lucas, 1971).

Tom Vanderbilt, *The new rules of the hyper-social, data-driven, actor-friendly, super-seductive platinum age of televisión*, en *Wired*, 19 de marzo de 2013. [Consulta: 11 de marzo de 2015]

[URL=<http://www.wired.com/2013/03/nielsen-family-is-dead/>]

Travies Richey, *Untitled web series about a Time Space Traveler*, en Kickstarter, 20 de febrero de 2012. [Consulta: 20 de mayo de 2015]

[URL=<https://www.kickstarter.com/projects/1878253293/inspector-spacetime-the-webseries>]

Umberto Eco, *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*, 1993 [1979], pp. 29, 79, 80, 81, 82, 89.

Untitled Web Series About A Space Traveler Who Can Also Travel Through Time (2012-)

Verónica Mars (Rob Thomas, UPN: 2004-2006, CW: 2006-2007).

Vértigo: de entre los muertos (*Vertigo*, Alfred Hitchcock, 1958).

—Judith Amat Jiménez—

CURRICULUM VITAE

EXPERIENCIA ACADÉMICA

- 2010-2015 Grado en Comunicación Audiovisual, *Universitat Jaume I.*
2007-2009 Grado Superior en Producción de Audiovisuales, Radio y
Espectáculos, *I.E.S. La Marxadella.*

CURSOS Y SEMINARIOS

- 2014-2015 Curso de Montaje y Postproducción de Audiovisuales,
Fundación Pascual Tomás.
2014 IV CURSO DE MARKETING Y COMUNICACIÓN 2.0,
Universitat Jaume I.
2011 IV CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE ANÁLISIS
FÍLMICO. Nuevas tendencias e hibridaciones de los
discursos audiovisuales contemporáneos, *Universitat
Jaume I.*
2010 Curso de Operador de cámara, *Fundación Pascual Tomás.*

87

EXPERIENCIA PROFESIONAL

- 2015 INNOAREA. Prácticas como ayudante de marketing y
editor de vídeo.
2014 GLAUKA FILMS. Prácticas como ayudante de producción.
2009 RTVV. Prácticas como ayudante de producción.