



Westworld **a la estela de *Juego de tronos* y de la HBO**

María Huertas Pérez
al313992@uji.es



I. Resumen

«It's not TV. It's HBO». Este eslogan de la HBO revela con contundencia cómo el canal trata de distanciarse de un modo tradicional de entender la televisión. Sus series se caracterizan por una calidad que no se pliega a los criterios de éxito inmediato; cuando apuestan por una producción, le conceden tiempo y no la cancelan según criterios económicos, sino que saben cerrarlas a nivel discursivo. Así, permiten la experimentación, el riesgo creativo y construyen una audiencia paciente. Con *Los Soprano* (David Chase, 1999-2007) y *A dos metros bajo tierra* (Alan Ball, 2001-2005), mostraron que se podía abordar lo familiar desde esquemas complejos. Con *The Wire* (David Simon, 2002-2008), mostraron que podía hacerse televisión sin espectáculo ni sentimentalidad. Seducidos por el éxito global de *Perdidos* (J. J. Abrams, Jeffrey Lieber, Damon Lindelof, 2004-2010) de la ABC, la HBO apostó por *Juego de tronos* (David Benioff, D. B. Weiss, 2011-), que se ha convertido en la serie de mayor popularidad global desde la violencia y el erotismo: al ser un canal de pago, la HBO puede permitirse trascender los límites de la representación. Esta investigación pretende estudiar cómo *Juego de tronos*, siguiendo la estela de la marca HBO, preparó las condiciones de aparición de otra serie aún más trascendente: *Westworld* (Jonathan Nolan, Lisa Joy, 2016-). Si en *Juego de tronos* hay luchas de poder desde un medievo fantástico donde se le da la fuerza a la mujer, en *Westworld* hay una rebelión de las máquinas en un wéstern poshumanista que lidera una mujer.

Palabras clave: *Juego de tronos*, *Westworld*, HBO, narrativa, análisis textual, audiencia.

II. Introducción

Los Soprano (*The Sopranos*, David Chase, HBO, 1999-2007) o *Bajo escucha* (*The Wire*, David Simon, HBO, 2002-2008) fueron algunas de las culpables de posicionar la cadena por cable HBO en la cima del Olimpo del mundo televisivo. La conexión con sus públicos, así como su alta calidad de producción, provocaron que, en efecto, estas series cumplieran la razón de ser de HBO y siguieran su eslogan «No es televisión, es HBO», de modo que se acercaba más a la calidad de la gran pantalla y se desvinculaba de la televisión tradicional mediante una propuesta innovadora.

Paralelamente, la cadena norteamericana ABC sorprendería a la audiencia con una historia, o más de una, que marcaría un antes y un después en lo que respecta a la relación de relatos audiovisuales con sus públicos. Esta serie es *Perdidos* (*Lost*, J. J. Abrams, ABC, 2004-2010), que supuso toda una revolución no solo en la forma de contar historias, sino también en la de consumirlas e interpretarlas. En cierta medida, HBO y Netflix le deben a *Lost* la concepción maratónica de consumir series, pues la producción de J. J. Abrams consiguió tal conexión con sus públicos que estos, ansiosos ante la



espera de la nueva temporada, comenzaron a organizar congregaciones de seguidores e incluso maratones para un visionado en común de la serie. Este fenómeno no habría tenido cabida sin el desarrollo de Internet, lo cual propició no solo una conversación entre el *fandom*, sino también una relación íntima entre relato y espectadores, quienes no se conformaron con el simple visionado de la ficción y se implicaron en ella hasta el punto de convertirse en partícipes del relato.

Durante el éxito de *Lost*, HBO pasó por una pequeña crisis, no tanto en calidad sino más bien en notoriedad, pues los espectadores preferían seguir con el sueño de la sorprendente *Lost* o comenzar una nueva ficción posapocalíptica que volvería a poner de moda a los zombies, *The Walking Dead* (Robert Kirkman, Frank Darabont, AMC, 2010—). Fue entonces *Juego de tronos* (*Game of Thrones*, David Benioff, D. B. Weiss, HBO, 2011-) quien revivió HBO y encandiló a los espectadores con una ficción que no solo aprovecharía las características que ofrece internet para conectarse estrechamente con sus públicos, sino que además destruyó tópicos narrativos tradicionales empoderando a las mujeres, quienes pronto se convierten en el centro de atención en un relato sobre las luchas de poder desde una perspectiva medieval fantástica.

Un guión cuidado, personajes profundos que evolucionan, erotismo, sangre, complejidad de varias tramas son algunas de las promesas de *Juego de tronos*. Su éxito prepara a HBO para su nueva ficción heredera, *Westworld* (Jonathan Nolan, Lisa Joy, 2016-), el western tecnológico basado en la película homónima de 1973 dirigida por Michael Crichton que trae de vuelta una historia sobre robots que se revelan ante sus creadores y realizan un viaje de descubrimiento y empoderamiento basado en la consciencia de los seres humanos. Ubicada en un parque temático como si de *Parque Jurásico* (*Jurassic Park*, Steven Spielberg, 1993) se tratase, *Westworld*, invita a sus huéspedes a viajar donde se cuestionan su propia existencia, lo que provoca, paralelamente, que sus seguidores se cuestionen la condición humana y entablen una conversación en redes sociales que, junto a las acciones de comunicación transmedia de su estrategia de publicidad, elevan a *Westworld* como una de las series por excelencia del momento.

Esta investigación trata de establecer una conversación entre ambas ficciones, llegando a *Westworld* desde *Westeros* (nombre que recibe el mundo de *Juego de tronos*) desde un punto de vista transversal donde la comunicación publicitaria y la audiovisual van de la mano. Además, para ello, tomaremos como base el despertar del *fandom* gracias al fenómeno de *Lost* y analizaremos cómo HBO se nutre del éxito de *Juego de tronos* para seguir su estela con su nueva heredera: *Westworld*.

III. Objetivos, material y metodología

Los objetivos de esta investigación son: 1) Señalar cómo *Juego de tronos* ha seguido la estela de la HBO como marca y, al tiempo, cómo ha apostado por la espectacularización, algo que no la caracterizaba hasta entonces; 2) detectar las deudas que tiene *Westworld* con *Juego de tronos* y 3) analizar las similitudes y diferencias en la complejidad narrativa y en la construcción del mundo y los personajes que caracteriza a ambas series.

La propuesta de investigación de este artículo plantea un estudio no solo de los cambios de producir series de ficción actualmente, sino también un análisis del recorrido diegético de las series de HBO, concretamente *Juego de tronos* y *Westworld* en pos de estudiar los factores de producción y las decisiones narrativas que guían el éxito de estas.

El interés de este estudio surge a partir del crecimiento innegable de las cadenas privadas de televisión y concretamente de aquellas que ofrecen su servicio en *streaming* lo que, debido al panorama convergente comunicativo en el que nos encontramos, permite una conexión más cercana con los espectadores, quienes participan en una realidad transmedia que construye un *fandom* potente capaz de entablar conversaciones y crear contenido que contribuye al posicionamiento de las ficciones audiovisuales.

A partir de los estudios de audiencia realizados por Nielsen Media Research, la fuente de información y medición de audiencias televisiva globalmente por excelencia, comprobamos cómo la audiencia de *Juego de tronos* ha ido incrementándose exponencialmente conforme las temporadas han ido avanzando hasta llegar a día de hoy, cuando tiene aproximadamente doce millones de espectadores. HBO ya apostó por *Juego de tronos* sabiendo que tendría éxito al proponer a la audiencia una serie de fantasía medieval transgresora con calidad de película en cada uno de sus capítulos. La decisión de compra de derechos y de producción vemos que ha sido una apuesta ganadora que ha ayudado a que HBO se alce como cadena, por lo que tras su éxito innegable, HBO necesitaba alguna otra apuesta con la que aguantar esta hegemonía. En el año 2016, con la sexta temporada de *Juego de tronos* en marcha, HBO decidió apostar por una nueva serie de ciencia ficción, *Westworld*, la cual pretendían que se convirtiera en la heredera de *Juego de tronos*. Comparando los *ratings* de inicio de la temporada uno, vemos que ambas ficciones comparten cifras, que rondan en ambos casos los 2 millones de espectadores en su arranque diegético. Sin embargo, mientras que la audiencia de *Juego de tronos* no ha cesado de crecer, *Westworld* parece que ha caído en su segunda temporada y ha perdido audiencia.

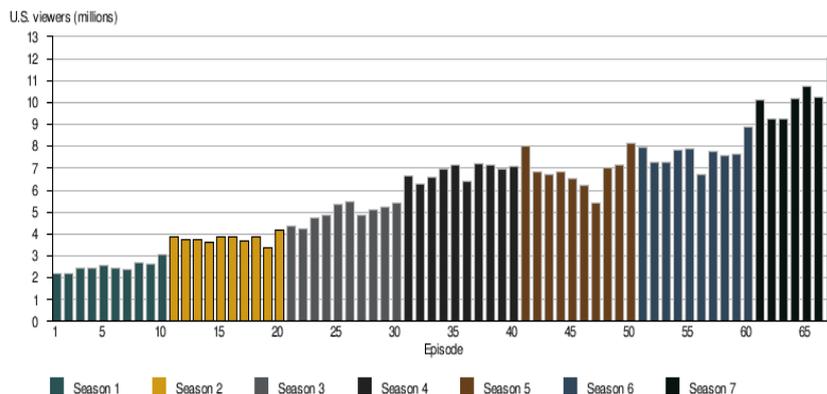


Figura 1. Evolución audiencia *Juego de tronos* a lo largo de sus siete temporadas. Fuente: Nielsen

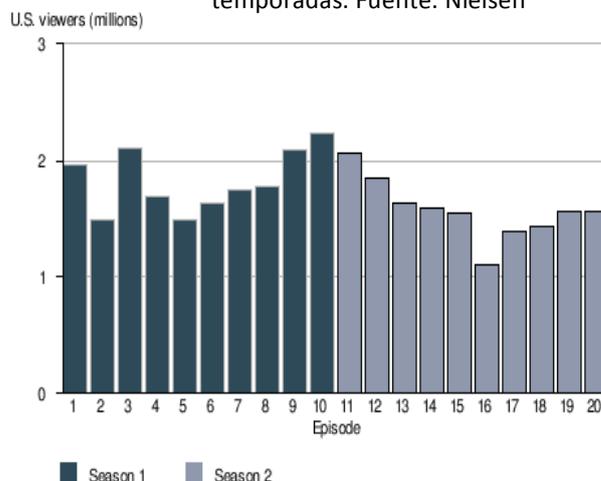


Figura 2. Evolución audiencia *Westworld* a lo largo de sus dos temporadas. Fuente: Nielsen

Pese a estas cifras, *Westworld* ha sido revolucionaria con su forma de narrar –por sus giros de guión además de por su carácter transgresor y explícito– cuestiones que encontramos también en su predecesora, *Juego de tronos*. Así pues, tras plantear la hipótesis de que HBO, mediante *Juego de tronos*, prepara la apuesta discursiva de *Westworld*, tomaremos como base de análisis y metodología de investigación el análisis textual de ambas ficciones, y destacaremos no solo sus puntos en común, sino también la conversación transversal y los mecanismos de identificación que traza el *target* con ellas. De esta forma, a través de un análisis textual basado en la estética y el tratamiento de la diégesis, investigaremos y determinaremos las cuestiones clave que han acompañado al éxito, o no éxito, de la producción de *Westworld*.

IV. Resultados

«It's not tv, it's HBO»

La cadena norteamericana HBO se distancia del modelo tradicional de las series acercándose más al modelo cinematográfico en tanto que sus propuestas cuentan con mayor calidad y presupuesto, algo propio de la gran pantalla hasta la edad dorada de las series. Esta cuestión no es meramente estética, pues HBO ya lanza su promesa desde su propio eslogan: «It's not TV, it's HBO», que garantiza al público un contenido de calidad y convierte, gracias a su cuidada imagen de marca, las series en elementos de la cultura de prestigio.

En plena era de las series y las cadenas en *streaming* como HBO, Netflix o Movistar +, la oferta de ficciones es cada vez más amplia y las cadenas deben posicionarse y conseguir distinguirse. En 1988, HBO demostró que las ficciones con palabrotas, violencia y sexo no solo podían existir, sino que los espectadores eran capaces de amar a personajes corruptos como Tony Soprano, y superar en *engagement* y resultados a la TV pública estadounidense con una ideología más bien conservadora. El tratamiento del nuevo (anti)héroe originó que muchas series le siguieran, como *House of Cards*, *Mad Men*, *Breaking Bad* o *Broadwalk Empire*. Pero, en el año 2011, HBO apostó por la serie que le ayudaría a mantenerse en la cima: *Juego de tronos*. La prioridad de HBO es crear fenómenos seriales con un alto presupuesto que sean capaces de incitar una conversación vital para consolidar un *fandom*.

A pesar de que la oferta de HBO es mucho más limitada que la de Netflix, la estrategia seguida por la primera se centra en el mantra de que «más no es mejor, solo mejor es mejor». Es decir, frente a la producción masiva de Netflix, HBO propone un catálogo más escueto pero de mayor calidad, lo cual es su prioridad. Sin embargo, en los últimos años, Netflix se ha posicionado como una de las cadenas en *streaming* más queridas por los seguidores por lo que HBO ha comenzado a crecer para no quedarse atrás con propuestas que se salen del lenguaje catódico tradicional como *Big Little Lies*, *Sharp Objects* o *Westworld*.

Sin duda, lo que distingue a HBO no es tanto la temática de sus ficciones, sino más bien la forma de contarlos, es decir, su narrativa. Con *Juego de tronos* vemos que le dedican tiempo a una serie con un ritmo lento que permite construir unos personajes cuidados con conflictos internos, lo que les hace más humanos, y unas tramas elaboradas y cocinadas a fuego lento que obligan a que el espectador se plantee cuestiones existenciales. Se trata de una experiencia íntima, pues es una serie a la que el espectador debe dedicarle un tiempo para asimilar y reflexionar. Esta cuestión está bien

relacionada con *Westworld*, el wéstern tecnológico de HBO cuyas narrativas comparten un protagonismo coral, roles femeninos empoderados, diferentes líneas temporales y superan los límites de la representación al mostrar el sexo y la violencia en su estado más primitivo. Además, el uso de las partículas espectaculares y los *cliffhangers* que atrapan al espectador es fundamental para conseguir *engagement*.

HBO plantea estos ejercicios seriales a raíz de la paciencia del espectador, quien busca la construcción de su propia identidad a través de las historias que la ficción le ofrece. Si *Juego de tronos* ya construyó una audiencia paciente gracias a su complejidad narrativa y el tratamiento de la lucha por el poder, *Westworld* continúa la estela de su predecesor en tanto que propone una complejidad narrativa que provoca que el espectador empatice con los anfitriones (robots), proponiendo una metáfora sobre el arte de contar historias.

La apuesta de Abrams: *Perdidos*

La figura del *fan* se encuentra perfectamente integrada en la realidad catódica actual donde el panorama tecnológico y las diversas plataformas de Internet crean un espacio de comunicación y diálogo que integra a estos espectadores en el relato tanto que se convierten en partícipes del mismo. La figura del *fan* se refuerza en la actualidad gracias a la comunicación digital e Internet, donde se sienten escuchados y se acercan a la historia, y esto es impulsado por los cambios en la forma de sentarse frente a las pantallas y consumir contenido audiovisual.

Alan Sepinwall apunta en su libro *The Revolution was Televised* que *Perdidos* se establece como la precursora de esta nueva concepción a la hora de consumir series, precisamente por nacer junto al alzamiento de las redes sociales como por ejemplo Facebook, que había nacido un par de meses antes que la serie. Pero, ¿qué significa esto? Significa que los seguidores comenzaron a generar conversación en Internet mediante foros y páginas web, antes incluso del desarrollo completo de las redes sociales. De esta forma apareció uno de los primeros grandes movimientos *fan*, donde el *fandom* se preocupaba no solo por comentar la serie, sino también por hacerse preguntas más allá de la diégesis, e incluso intentar adelantarse a esta mediante teorías.

Perdidos marcó indudablemente una diferencia de la concepción de las series de televisión, no solo por su trama sino también por el fenómeno fan que la acompañó y le hizo convertirse en, según Bort Gual (2013: 52):

una de las series de televisión más emblemáticas y adictivas de la historia catódica e, indudablemente, uno de los hitos televisivos de la primera década del nuevo milenio, serie de culto, fenómeno en

Internet, tema recurrente de conversación, polo de influencia de las nuevas narrativas contemporáneas surgidas a su estela.

Este fenómeno fan ocasionó que aparecieran lo que vulgarmente se conoce como *consumo maratoniano*, pues los fans, impacientes y ansiosos ante los nuevos capítulos, comenzaron a reunirse para ver todos los capítulos de una mientras esperaban al estreno de la nueva temporada. En mayo de 2010 ABC tomó una decisión estratégica, que sería clave para las políticas de las cadenas televisivas que existen actualmente, en la que apostó por el estreno mundial y simultáneo del último capítulo. Este experimento fue exitoso, pues dejó ver a las cadenas que los seguidores de la serie trasnochaban con tal de no encontrarse con *spoilers* en Internet por no ver el capítulo a la hora del estreno. Esta cuestión ha servido de inspiración a cadenas privadas actuales como HBO, Netflix o Movistar+, que o bien plantean un estreno simultáneo de todos los capítulos de la temporada, en pos de favorecer el consumo maratoniano, o por el contrario lo hacen progresivamente pero a la misma hora en cualquier parte del mundo de modo que evitan así los enfados de los seguidores de la serie ante posibles *spoilers*. Queda demostrado, pues, que la importancia de *Perdidos* reside en que fue la primera ficción televisiva en generar tal movimiento de masas que impulsó la expansión del *fandom* en unas plataformas digitales incipientes, lo cual ha ocasionado que actualmente la mayoría de ficciones televisivas sigan una estrategia transmedia que permite que los espectadores se sientan incluidos a tiempo real y generen contenidos en redes sociales que impulsan y otorgan poder, precisamente, a dicho *fandom*.

En cuanto al ámbito narrativo, *Perdidos* supuso una novedad en su época gracias a los eternos *cliffhangers*, los giros inesperados de guión, *flashbacks*, *flashforwards* y, fundamentalmente, el tratamiento del tiempo entre otros. HBO toma de *Perdidos* no solo su comunicación y distribución transmedia, sino también sus características narrativas que le hacen alejarse de lo canónico y probar nuevas propuestas discursivas. Además HBO también se influencia de esta ficción con el tratamiento de los *héroes*, quienes más bien se transforman en *antihéroes*, ya que sus protagonistas cuentan con características e imperfecciones humanas que les hacen más realistas y hacen la que audiencia, inevitablemente, se identifique con ellos.

Juego de tronos

Juego de tronos (David Benioff, D. B. Weiss, 2011-) es una serie de ficción contemporánea norteamericana de HBO dirigida por David Benioff y D. B. Weiss y tutelada por el escritor de la saga *Canción de Hielo y Fuego*, George R. R. Martin, que propone una alegoría

medieval sobre la lucha por el poder. La historia tiene lugar en el mundo ficticio de Poniente, dividido en Siete Reinos, cada uno de los cuales está liderado o controlado por una familia, que acabarán enfrentándose para alcanzar el poder absoluto y sentarse en el Trono de Hierro. En esta serie confluyen varias líneas argumentales, de las que tres son las principales: la lucha por el trono, la amenaza de más allá del muro y el viaje de Daenerys –última Targaryen exiliada tras la guerra que derrocó a su familia del poder– a Poniente para reclamar su posición.

Canción de Hielo y Fuego ya fue todo un éxito de ventas en su lanzamiento, pero además fue HBO quien lo impulsó gracias a la creación de la ficción televisiva hasta llegar a posicionarse hoy en día como una de las sagas mejor valoradas por el público y amantes de las sagas fantásticas. El cuidado universo creado por George R. R. Martin propone grandes dosis de fantasía a sus seguidores, que, a su vez, contribuyen a la expansión. Pero, ¿por qué gusta tanto? Aunque resultaría prácticamente imposible enumerar y clasificar cada uno de los factores que determinan su éxito, sí que podemos señalar ciertas cuestiones narrativas que encaminan el mismo.

Westworld

Westworld (Jonathan Nolan, Lisa Joy, 2016-) es una serie norteamericana contemporánea producida por HBO, creada por Jonathan Nolan y Lisa Joy y bajo la tutela de J. J. Abrams calificada como *western tecnológico*. La historia se sitúa en un futuro no muy lejano, concretamente en un parque de atracciones futurista donde prima la alta tecnología y las atracciones no son montañas rusas ni casas del terror, sino historias y aventuras que ofrecen autómatas del parque conocidos bajo el nombre de anfitriones. La apariencia física de estos robots es humana, y la diferencia es casi imperceptible a ojos humanos, lo que permite que los huéspedes (o visitantes del parque) puedan dejarse llevar por sus instintos y acciones más primitivas en pos de vivir aventuras y fantasías que no serían posible en el mundo real bajo la certeza de que, en teoría, los anfitriones no pueden dañarles.

La idea de este mundo no es novedosa, pues ya la vimos en el siglo pasado con el cortometraje que le sirve de precedente *Almas de metal* (*Westworld*, Michael Crichton, 1973) y que continúa en *Mundo futuro* (*Futureworld*, Richard T. Heffron, 1976), además de la serie de televisión ochentera *Westworld* (*Beyond Westworld*, Rod Holcomb, 1980). Aún así, *Westworld* de HBO tan solo toma la premisa argumental principal de las anteriores y propone un universo mucho más amplio, cuidado y ambicioso.

De *Perdidos* toma como influencia el uso del tiempo, en énfasis en su primera temporada, mediante el cual juega a despistar a los espectadores. Confluyen tres líneas temporales en las que los

flashbacks aparecen tan integrados que tan solo se distinguen mediante pequeños detalles como cambios en los escenarios, vestuarios o visitantes que contrastan con los inalterables anfitriones que aportan continuidad a la historia gracias al exquisito montaje que lo posibilita.

De *Westeros* a *Westworld*

Sin *Juego de tronos* y su universo *Westeros* no podría existir *Westworld*, y es que mientras que la primera impulsó el derrumbe de la televisión lineal al abrir una estela para la fantasía medieval, la segunda insiste en el gusto por el sexo y la violencia que ya vimos en *Juego de tronos* pero desde una perspectiva más futurista y cercana a la ciencia ficción.

Ambas producciones son dos de las más ambiciosas apuestas de HBO, hecho que podemos comprobar no solo a nivel estético y de calidad, sino también tangiblemente en cuanto a su inversión. Mientras que la primera temporada de *Juego de tronos* contó con un presupuesto de aproximadamente 60 millones de dólares, *Westworld* no se quedó atrás: unos 58 millones para su primera temporada (aunque existen rumores de que rondase los 100 millones).

En primer lugar, amantes de sagas fantásticas como *El señor de los Anillos* o incluso *Star Wars*, encuentran en esta serie un buen espacio donde consumir esa fantasía que tanto gusta pero a nivel catódico, y se alimentan así de varias dosis que enriquecen la historia y su universo narrativo, que nunca deja de crecer. HBO apuesta por la espectacularización de sus series con propuestas como *Westworld* y *Juego de tronos*, entre las cuales existe una conexión narrativa indudable desde el tratamiento del género fantástico hasta temas filosóficos y transgresores.

Aunque parezca contradictorio, *Juego de tronos* es una serie realista en el aspecto que plantea situaciones conflictivas, políticas y sentimentales verosímiles perfectamente comparables con la realidad actual, pero en una dimensión medieval épica. Si algo caracteriza a la narrativa de George R. R. Martin es que no tiene miedo a matar a personajes por muy protagonistas que parezcan, lo que no solo genera tensión en cada escena, sino expectación al saber que en cualquier momento cualquiera puede morir.

De igual manera ocurre en *Westworld*, donde los giros en la narrativa de cada personaje son tan potentes que cuesta incluso posicionarse por uno de ellos. Este hecho se relaciona directamente con la condición del héroe, pues no hay ni buenos ni malos, sino que cada personaje sigue su propio código ético para alcanzar sus propósitos, que llegan incluso a traspasar los límites de la razón. Además, ambas ficciones critican el estereotipo de la mujer que acompaña al héroe en segundo plano, mostrando su carácter



feminista alzando a las mujeres, quienes se convierten en las protagonistas indudables del relato.

Aunque, sin duda alguna, *Juego de tronos* toma de *Perdidos* los impredecibles cambios de guión y giros narrativos que ocasionan que el público enloquezca y se confunda. El método que utiliza George R. R. Martin se basa en predecir la predicción, es decir, pensar en qué se esperarían los espectadores que ocurriera y darle la vuelta para convertirse en impredecible, de modo que lo dota así de una magia narrativa increíble. Otro de los mecanismos discursivos que más destaca de esta serie es el uso continuo de *cliffhangers* para crear expectación e interés, tanto al final de cada capítulo como en los finales de temporada. El uso de esta herramienta es posible gracias a una buena gestión del tiempo diegético a través no solo de cada capítulo, sino también de las temporadas. De igual manera, *Westworld* supone un quebradero de cabeza para sus espectadores, quienes se confunden y sorprenden ante los continuos cambios de guión en cada capítulo.

Al ser una cadena privada, HBO puede permitirse traspasar los límites de la realidad mediante el uso excesivo de la violencia y el sexo, propios de la época medieval, pero poco vistos en la televisión pública. Son precisamente estas escenas tan explícitas las que atraen al público adulto amante de la fantasía medieval: sexo brusco, desnudos excesivos y asesinatos y torturas brutales que no dejan nada a la imaginación. Mientras que *Juego de tronos* utiliza el sexo y la violencia normalizada como justificación de la lucha por el poder, *Westworld* expone la consumación de la violencia y el sexo como un acto hedonista.

Ambas propuestas pueden parecer lentas en sus primeros capítulos, pero eso es porque HBO dedica tiempo a sus series; las presenta de manera lenta y cuidada para que los espectadores puedan asimilar sus grandes universos y comprender su narrativa, que se basa en historias que nutren el relato con la evolución y caracterización profunda de los personajes. De esta forma, HBO construye una audiencia paciente y fiel que conecta con el relato y, mediante los pequeños detalles, es capaz de quedar seducida por los secretos de estos mundos.

V. Discusión y conclusiones

- HBO apuesta, con sus nuevas series, por la fantasía y espectacularización en pos de atraer a un público ansioso de historias transgresoras.
- El tratamiento del tiempo es una cuestión importante para HBO, pues propone unas series que necesitan cierto tiempo de visionado para que los espectadores puedan asimilar toda la información.

- El tratamiento de los personajes es fundamental en la narrativa de HBO gracias a la inclusión del (anti)héroe como alguien más humanizado con el que los espectadores pueden entablar mecanismos de identificación.
- La condición privada de HBO, al ser un canal de pago, le permite explorar e ir más allá de lo canónico con propuestas que sobrepasan los límites de la violencia y el sexo.
- La compleja narrativa de *Westworld* no sería posible sin su precedente, *Juego de tronos*, que, a la vez, se nutre de la exitosa *Perdidos*.

VI. Bibliografía

- Abrams, Jeffrey Jacob y Damos Lindelof (productores). 2004-2010. *Perdidos*. Estados Unidos: Bad Robot. Touchstone Television, ABC Studio.
- Abrams, Jeffrey Jacob, et al. (productores). 2016- . *Westworld*. Estados Unidos: HBO Entertainment, Kilter Films, Bad Robot Productions, Jerry Weintraub Productions, Warner Bros. Television.
- Aguilar, José María. 2007. *El cine y la metáfora*. Sevilla: Renacimiento.
- Balló, Jordi y Xavier Pérez. 2005. *Yo ya he estado aquí, acciones de la repetición*. Barcelona: Anagrama.
- Benioff, David, et al. 2011-2019. *Juego de tronos*. Estados Unidos: HBO Entertainment.
- Bourdieu, Pierre. 1996. *Sobre la televisión*. Barcelona: Editorial Anagrama
- Bort Gual, Iván. 2013. *Nuevos paradigmas en los telones del relato audiovisual contemporáneo*. Tesis doctoral. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.
- Cascajosa Virino, Concepción. 2016. *La cultura de las series*. Barcelona: Laertes.
- Filmaffinity. *Juego de tronos*. Filmaffinity. Acceso del 10 de diciembre de 2018. <https://www.filmaffinity.com/es/film874956.html>.
- Inteligencia narrativa. «Las 7 claves del éxito de *Juego de tronos*». Inteligencia Narrativa. Acceso del 10 de diciembre de 2018. <https://www.inteligencianarrativa.com/las-7-claves-del-exito-de-juego-de-tronos/>.
- Juan Penalva, Joaquín. 2017. *Westworld*. El Espectador Imaginario. Acceso del 10 de diciembre de 2018. <http://www.elespectadorimaginario.com/westworld/>.

Luengo Montero, Mónica. 2014. «Cómo “Perdidos” cambió la forma de ver televisión». *El País*, 22 de septiembre. Acceso del 10 de diciembre de 2018.

https://elpais.com/elpais/2014/09/22/icon/1411385965_732438.html.

Sepinwall, Alan. 2013. *The Revolution Was Televised: The Cops, Crooks, Slingers, and Slayers Who Changed TV Drama Forever*. Touchstone.

