

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/360825050>

Autoficción y poshumor en Malasaña: la irracionalidad del mercado como recurso cómico en El fin de la comedia de Ignatius Farray

Article in *Journal of Spanish Cultural Studies* · May 2022

DOI: 10.1080/14636204.2022.2070706

CITATION

1

READS

58

1 author:

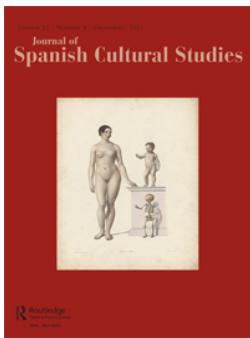


Álvaro Martín Sanz

University Carlos III de Madrid

37 PUBLICATIONS 17 CITATIONS

SEE PROFILE



Autoficción y poshumor en Malasaña: la irracionalidad del mercado como recurso cómico en *El fin de la comedia* de Ignatius Farray

Álvaro Martín Sanz

To cite this article: Álvaro Martín Sanz (2022): Autoficción y poshumor en Malasaña: la irracionalidad del mercado como recurso cómico en *El fin de la comedia* de Ignatius Farray, Journal of Spanish Cultural Studies, DOI: [10.1080/14636204.2022.2070706](https://doi.org/10.1080/14636204.2022.2070706)

To link to this article: <https://doi.org/10.1080/14636204.2022.2070706>



Published online: 24 May 2022.



Submit your article to this journal [↗](#)



Article views: 2



View related articles [↗](#)



View Crossmark data [↗](#)



Autoficción y poshumor en Malasaña: la irracionalidad del mercado como recurso cómico en *El fin de la comedia* de Ignatius Farray

Álvaro Martín Sanz 

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad de Valladolid, Valladolid, España

RESUMEN

El fin de la comedia es el nombre que lleva por título la serie creada por el cómico Ignatius Farray y producida por Comedy Central y Movistar+. Siguiendo otras obras similares como *Seinfeld*, *Louie* o la española *¿Qué fue de Jorge Sanz?*, la serie desarrolla su trama en clave de autoficción en la que el humorista canario como creador total recompone su vida mostrando tanto su conocida faceta de bufón en la esfera pública como el desarrollo de algunos episodios y momentos de su vida privada. La obra constituye uno de los más firmes desarrollos en ficción española del denominado poshumor, el cual no se centra tanto en provocar momentos de comicidad instantánea como en generar situaciones de incomodidad y nerviosismo. Este artículo estudia como este poshumor se basa en el doble telón que la serie plantea como fondo: por un lado, una representación caricaturizada de Malasaña, barrio gentrificado y sin ningún atractivo particular, y por el otro, una juventud, la española, atada a trabajos no cualificados para sobrevivir en entornos competitivos. *El fin de la comedia* es una serie paradigmática para estudiar cómo se transforman los mecanismos del humor al crear una representación de España en el siglo XXI.

PALABRAS CLAVE

Cine español; Madrid; precariedad; humor; gentrificación

Introducción, una autoficción audiovisual

La comedia por naturaleza es transgresora. Un cómico no solo tiene el privilegio de poder pasarse de la raya, sino que también tiene la obligación de hacerlo. Alguien que se quede en una postura más conservadora, convencional y cliché, realmente no está haciendo bien su trabajo. Si eres cómico y te refugias en eso, no estás aprovechando la oportunidad que te da la gente. Es mi manera de ver la comedia. (Farray citado en Zorrilla 2017)

Estas palabras del cómico tinerfeño Ignatius Farray (Juan Ignacio Delgado Alemany) sirven como perfecta conceptualización de una dinámica de trabajo basada en la sorpresa y la inconformidad que han caracterizado el estilo del humorista desde sus primeras actuaciones dentro del *stand-up comedy*. Adoptando un posicionamiento de inferioridad con respecto a su público que le permite desarrollar asuntos personales (Rodríguez Santos 2019, 1308), sus monólogos están impregnados de un cierto patetismo que fomenta la

CONTACT Álvaro Martín Sanz  alvaro.martin.sanz@uva.es

This article was originally published with errors, which have now been corrected in the online version. Please see Correction (<http://dx.doi.org/10.1080/14636204.2022.2083252>).

© 2022 Informa UK Limited, trading as Taylor & Francis Group