

LAS SERIES DE TELEVISIÓN: 'MULTIVERSO' OBJETO DE ESTUDIO EN COMUNICACIÓN

TV SERIES: A 'MULTIVERSE' OBJECT OF STUDY IN COMMUNICATION

ELPIDIO DEL CAMPO | BELÉN PUEBLA | BEGOÑA IVARS
 edelcampo@umh.es | belen.puebla@urjc.es | bivars@umh.es

Universidad Miguel Hernández de Elche
 y Universidad Rey Juan Carlos

Resumen: Desde hace ya bastantes años las series de televisión se han convertido en objeto de estudio por parte de la comunidad académica. Esto es así porque, en las dos últimas décadas, las ficciones seriadas creadas por la industria televisiva han alcanzado tres objetivos importantes: por un lado, el respaldo de un nuevo público que hoy encuentra en ellas la calidad antes presente únicamente en producciones cinematográficas; en segundo lugar, los elogios de la crítica especializada que reconoce importantes valores narrativos y artísticos en gran número de títulos y, en último lugar, han contribuido a vehicular fuertes transformaciones tanto en la propia industria televisiva como en sus formas de exhibición y consumo. Este monográfico es un compendio de trabajos de especialistas universitarios que con sus trabajos dirigen su atención a los tres ámbitos mencionados. **Palabras clave:** series de televisión; estudios académicos; narrativa cinematográfica; comunicación; *showrunner*.

Abstract: For many years, television series have become subject of study by academics. This is because, in the past two decades, serial fictions created by the television industry have reached three important goals: by one hand, the support nowadays of a new audience that finds standards of quality present before only in the cinema; secondly, the praise from critics that recognizes important narrative and artistic values in many titles and, ultimately, television series have contributed to push important changes in the television industry itself and in its forms of exhibition and consumption. This monograph is a compendium of university specialists who are working on these subjects and turn their attention to particular aspects in these three areas. **Keywords:** Television Series, Scholar Research, Film Narrative, Communication, Showrunner.

Referenciar como: del Campo Cañizares, E., Puebla Martínez, B., & Ivars, B. (2016). Las series de televisión: 'multiverso' objeto de estudio en Comunicación. *index.comunicación*, 6(2), 13-19. Recuperado de <http://journals.sfu.ca/indexcommunication/index.php/indexcommunication/article/view/257/222>

EL MONOGRÁFICO que aquí presentamos es una muestra más entre los recientes trabajos académicos que certifican la posición de prestigio alcanzada por la ficción televisiva contemporánea. La riqueza de enfoques reunidos en este volumen subraya que las series en televisión propician su estudio desde múltiples perspectivas: su importancia como transmisores de valores multiculturales y perspectivas de género, el transmedia y la multipantalla, la innovación narrativa, el fenómeno *fan*, la función pedagógica del género histórico, sus consecuencias sobre el funcionamiento de la industria productora audiovisual, su difusión... ¿Cómo se ha llegado a este punto? Para entender en qué lugar nos encontramos podemos tomar como referencia el título del ya clásico libro de Concepción Cascajosa publicado en 2007: *La caja lista: Televisión norteamericana de culto* (Laertes). Este nos sirve de excusa para revisar el tópico apocalíptico, innumerables veces repetido, del fin de la televisión. Mientras por un lado, no dejamos de oír las habituales predicciones que anuncian el fin del medio de comunicación de turno –sea la prensa, la radio o la televisión–, por otro, nos encontramos con numerosos fenómenos culturales que demuestran no sólo la excelente salud de cada medio, sino su capacidad para reinventarse, captar audiencias y crear dinámicas de regeneración. Sin duda, aquella metafórica caja es ya historia; trasmutada en pantalla plana, extrafina y flexible en un futuro próximo, finalmente la televisión como medio de comunicación goza de excelente salud. ¿Hay mejor señal de ello que el título del libro mencionado? La sustitución del habitual epíteto gravoso que acompañaba a la caja –tonta– por el apelativo opuesto –lista–, subraya otra renovación en la ficción televisiva que ha conseguido atraer la atención de un público, no sólo masivo, sino también exigente con la calidad, en lo que se ha venido a catalogar como la ‘Tercera Edad de Oro de la Televisión’.

La televisión ya no es el objeto de contemplación frente al que la audiencia permanece pasiva: televidentes sin posibilidad de responder –más allá de mostrar su opinión mediante los únicos gestos de apagar y encender el aparato o cambiar de canal–, a los mensajes que las cadenas deciden emitir. Por tanto, su metamorfosis ha sido mucho más profunda que el mero rediseño del dispositivo receptor: la pantalla ya no es única sino múltiple, no es estática sino móvil, no es pasiva sino interactiva, ya no está *offline* sino *online*... La televisión se reinventa como fenómeno social y cultural, y las métricas, que tradicionalmente servían para mensurar su impacto, deben redefinirse puesto que su visionado ya no tiene lugar exclusivamente en directo frente al televisor. Así, los *ratings* medidores de audiencias son ahora complementados y sustituidos por el complejo y exhaustivo análisis de *Big Data* que es posible obtener de las interacciones en Internet; lo único que puede recoger y medir la actividad de los *millennials* en sus múlti-

ples pantallas. Por tanto, el vídeo bajo demanda, la televisión a la carta, se solapan con la televisión lineal trasformando definitivamente la programación de las parrillas y el consumo televisivo. El fenómeno actual del *binge-watching* (también llamado *binge-viewing* o *marathon-viewing*), –consistente en ver múltiples capítulos de una serie de televisión seguidos (en DVD, en VoD o mediante descargas)–, es un buen ejemplo de cómo el (tele)espectador no se ajusta a la programación lineal, semanal o mensual de las cadenas.

Independientemente de los enfoques de estudio recogidos, estructuralmente este volumen lo conforman cuatro epígrafes: Firmas invitadas, Artículos, Comunicaciones y Reseñas. Los tres textos iniciales pertenecen, en este orden, a las generosas colaboraciones de: Concepción Cascajosa, especialista en series norteamericanas; la guionista y presentadora del programa de televisión en Canal + ‘Escríbeme una serie’, Isabel Vázquez; y los profesores Víctor Hernández-Santolalla y Alberto Hermida. Los dos primeros ensayos ponen el acento en cómo las series norteamericanas producidas a finales del siglo pasado por las cadenas por cable en EEUU, especialmente HBO y AMC, crearon ficciones donde el espectador podía encontrar numerosas referencias culturales y cuyos personajes conversan habitualmente con diálogos ágiles y lúcidos. Este cuidado universo creativo fue posible gracias al ascenso de los guionistas en la jerárquica pirámide del proceso de producción. Aquellos Hombres Difíciles –así calificados estos brillantes guionistas en otro texto canónico, *Difficult Men: Behind the Scenes of a Creative Revolution: From the Sopranos and the Wire to Mad Men and Breaking Bad*, Brett Martin, Penguin, 2013–, cambiaron por completo el modo de escribir para la pequeña pantalla. David Chase (*Los Soprano*, HBO, 1999-2007), David Simon (*The Wire*, 2002-2008), Matthew Weiner (*Mad Men*, AMC, 2007-2015), Vince Gillian (*Breaking Bad*, AMC, 2008-2013), por citar sólo algunos de los más conocidos, asumieron, desde su labor creativa, la función de productores ejecutivos (*showrunners*) con total responsabilidad sobre la realización de la serie. El ensayo de Cascajosa, ‘El ascenso de los Showrunners: Creación y prestigio crítico en la televisión contemporánea’, es una perfecta introducción, ampliamente documentada, para aquellos lectores que quieran conocer las condiciones que fueron necesarias en la industria audiovisual norteamericana para que este proceso tuviera lugar.

Por su parte, el trabajo de Isabel Vázquez, ‘The Pursuit of Excellence: Nerds and Geeks in Aaron Sorkin’s Works’, nos presenta el paradigma del *showrunner* cuyas obras demandan un público que empatice con sus personajes especialmente cultos. Aaron Sorkin trabaja con protagonistas altamente cualificados que habitualmente ocupan puestos de responsabilidad en distintos entornos profesionales –el caso más extremo es *The West Wind*, NBC, 1999-2006, que trata

con los dirigentes del país más poderoso del planeta—. No obstante, quizás lo más significativo en la actitud de estos personajes es su auto-exigencia por dar lo mejor de sí mismos en su trabajo. Quizás por esto su universo ficcional se ha tildado en ocasiones de ejemplarizante desde su perfección ideal, cercano a la utopía si se quiere —aquí *The Newsroom* (HBO, 2012-2014), es sin duda la mejor muestra—. Ello no es un impedimento para que el espectador se distancie de la ficción puesto que, aun cuestionando su cercanía con lo real, disfruta de la contemplación de una sociedad y unos personajes cuya inteligencia no es una excepción y nunca, por supuesto, motivo de mofa.

La última de las colaboraciones invitadas es el ensayo titulado ‘Más allá de la distopía tecnológica: videovigilancia y activismo en *Black Mirror* y *Mr. Robot*’, firmado por Alberto Hermida y Víctor Hernández-Santaolalla. Si los dos textos anteriores incidían en la brillantez del trabajo de los guionistas, éste es otro perfecto ejemplo de por qué hoy las series de televisión se han convertido en el referente de los aficionados a la narración cinematográfica de calidad. Charlie Brooker creador de *Black Mirror* (Channel 4, 2012-2013) y Sam Esmail creador de *Mr. Robot* (USA Network, 2015-) construyen sendos relatos de ciencia ficción que son, sin duda, dos de las más inteligentes reflexiones sobre la sociedad contemporánea llevadas a cabo en los últimos años. Por encima incluso de sus brillantes puestas en escena y el excelente ritmo narrativo que exhiben, ambos relatos resultan imprescindibles para el espectador que desee repensar la transformación individual y social que el ser humano ha experimentado en los últimos años como consecuencia de los avances tecnológicos. Las cámaras, la vigilancia, la exposición pública de información personal y cómo nos convertimos en actores y espectadores de nuestra propia ficción, son la metáfora una vez más que nos propone los límites entre la realidad y la ficción, lo real y su proyección.

A continuación, el núcleo del monográfico lo forman doce artículos —*peer-reviewed*—, que representan la multidisciplinaridad desde la que es posible efectuar los análisis académicos. En primer lugar, el texto de Horacio Muñoz es un necesario ejercicio de cuestionamiento crítico del estatus alcanzado por las series de televisión como producto artístico. Si bien, como hemos señalado anteriormente, estos relatos audiovisuales han superado los límites del mero entretenimiento y alcanzado el prestigio entre la crítica y los estudiosos, es lícito contrastarlo, desde conceptualizaciones rigurosas, por ejemplo, frente a los mejores ejemplos de la narrativa cinematográfica coetánea. Así, resulta pertinente destacar el empleo que las series televisivas hacen de los mecanismos del drama aristotélico para fidelizar a la audiencia y, de este modo, cuestionar la canonización de las series como alta cultura que Jorge Carrión lleva a cabo en su obra *Teleshakespeare* (Errata Naturae, 2011). De igual modo, el

autor contextualiza las series en el complejo mercado cultural y recalca que sus narrativas jamás desafían al medio, es decir, carecen de aquella voluntad transgresora que siempre han poseído las creaciones artísticas de vanguardia.

Igualmente pertinente para expandir las posibilidades de investigación se revela el segundo artículo incluido en este monográfico: 'Perspectivas de las teorías clásicas de la comunicación frente a las "olvidadas" referencias a la actualidad en la telecomedia española', escrito por Belén Puebla y Nuria Navarro. Es indudable el interés que tiene su propuesta para utilizar marcos teóricos –como la *Agenda-Setting* de McComb y Shaw, la Espiral del Silencio de Noelle-Neumann y la teoría del Cultivo de Gerbner–, en el análisis de la actualidad mediática y sus efectos perceptivos en los receptores individualmente y sus consecuencias sociológicas en el plano colectivo. Como señalan las autoras, la teoría de la comunicación ha focalizado su objeto de estudio en los formatos informativos, dejando de lado formatos ficcionales, considerando que únicamente aquellos generan opinión y determinan los temas que tratarán los medios de comunicación. Sin embargo, el infoentretenimiento también recoge los mismos temas que son actualidad en los medios. ¿Son percibidos de la misma forma? ¿Tienen la misma repercusión? Como destacan las autoras, este campo de trabajo es perfecto para contrastar los resultados obtenidos en los estudios llevados a cabo exclusivamente en formatos informativos.

Los dos artículos siguientes abordan el fenómeno *fan* contemporáneo y las narrativas transmedia generadas por los aficionados en torno a una serie que ya es icono cultural: '*Fannibals* ministéricos: el poder del *fandom*', de Raquel Crisóstomo y 'El rol del prosumidor en la expansión narrativa transmedia de las historias de ficción en TV: El caso de *El Ministerio del Tiempo*', de Javier Figuro y Jorge Miranda. Esta aclamada serie producida para La 1 de Televisión Española es un absoluto fenómeno social, dando lugar a un extenso abanico de estrategias y formatos que expanden el relato original. Esta serie, y todas las producciones *amateurs* de los *fans* en torno a ella, han generado un volumen de literatura a la altura de las más reputadas series norteamericanas.

El resto de artículos incluidos en el monográfico abordan una amplia variedad temática que recogemos a continuación: 'Fotografía y series de televisión. Metodología para el análisis del estilo visual televisivo', de Laura Cortés propone un análisis del estilo visual en las series, enmarcado en el ámbito de las humanidades digitales; hibridando datos técnicos y cuantitativos con el análisis cualitativo. El siguiente texto: 'La ficción histórica en la televisión española. El caso de *Isabel*', de Lucía Salvador presenta un estudio que confronta los datos históricos aportados por el relato ficcional con las fuentes históricas conservadas más ciertas. El resultado demuestra un alto grado de fidelidad y, por tanto, la autora

propone valorar las series televisivas como medio educativo en temas históricos para amplias audiencias. Las series de dibujos animados son estudiadas mediante un análisis de contenido en el siguiente artículo: ‘La calidad de los dibujos animados en Internet. Clan RTVE, Neox Kidz y Boing: plataformas de entretenimiento para el público infantil’, de Inmaculada Sánchez-Labela. El análisis contempla, además de valores correspondientes a la finalidad o la usabilidad, aspectos muy pertinentes relativos a la calidad del discurso como el fomento de la diversidad cultural, el fomento de la igualdad de género o la inclusión de la violencia; valores todos ellos fundamentales por su factor educativo en la infancia.

El artículo de Elvira Canós y José Martínez: ‘La ficción seriada en TVE entre 1956 y 1989’, es un exhaustivo repaso a los inicios de las series en la televisión española antes de la aparición de los canales privados. La categorización de los casos recogidos servirá, sin duda, de referencia para futuros trabajos que aborden el mismo corpus de estudio. ‘White is the New Black. Entrelazando ejes de discriminación en Orange is the New Black’, texto firmado por Delicia Aguado y Patricia Martínez se pregunta si el auge de las series de ficción ha servido para ampliar y mostrar con cierto rigor la diversidad cultural y sexual de las mujeres en pantalla. Lo llevan a cabo focalizando el estudio sobre el caso concreto de su representación en una serie: *Orange is the New Black*, Netflix, (2013-) que, a primera vista, propone rupturas con los patrones de discriminación y normatividad simbólica. El texto de José María Lozano: ‘Río, fuga, reloj, materia, espejo: el apogeo de la ficción en serie para televisión en el laberinto del tiempo’ trata las múltiples funciones del tiempo en los relatos audiovisuales seriados y las estrategias narrativas asociadas a ellos. El último de los artículos recogidos: ‘*Branded webseries*. Acciones estratégicas del anunciante basadas en la ficción *online* corporativa y el *marketing* de contenidos’, firmado por Jesús Segarra, Tatiana Hidalgo y Victoria Tur, estudia cómo se emplean los relatos de ficción seriados en la web por parte de las compañías comerciales para crear imagen de marca y *engagement* entre su audiencia.

El apartado dedicado a comunicaciones recoge cuatro aportaciones que fueron presentadas los días 4 y 5 de noviembre de 2015 en la universidad Miguel Hernández de Elche durante la tercera edición del Congreso Internacional de Comunicación Audiovisual y Publicidad; centrado en la temática de las series de ficción en televisión e Internet. Los que entonces compartimos la responsabilidad de seleccionar el eje sobre el que vertebrar las conferencias, comunicaciones y talleres del mismo, utilizamos dos criterios: debía ser relevante para la formación y el futuro profesional de los alumnos de la titulación de Comunicación Audiovisual y, al mismo tiempo, debía generar empatía y promover su participación. A partir de aquí la decisión fue sencilla: las series de

ficción televisiva comparten ambos requisitos; por una parte son, sin duda, uno de los productos más demandados a los productores de la industria audiovisual hoy día y, por otro, también son los que generan mayor *engagement* entre la audiencia o, dicho de otro modo, atraen nutridos grupos de *fans*. Las series de televisión son actualmente el único producto audiovisual capaz de competir con los video-juegos en el tiempo de ocio de los jóvenes. No es de extrañar, por tanto, que estas ficciones salten desde las plataformas tradicionales del videojuego a la pantalla y viceversa, como recoge una de las cuatro comunicaciones que fueron allí presentadas: 'Series de ficción y videojuegos: Interconexiones y transmediatización de los discursos audiovisuales contemporáneos', del profesor Francisco Martínez Cano. Las otras tres comunicaciones recogidas en este monográfico bajo el correspondiente epígrafe son: 'De la web del millón de dólares a SeriesPepito ¿Burbuja 2.0?', de Francisco José García; 'Adaptaciones (in)necesarias en las series históricas españolas recientes', de Rocío Ruiz y 'El Ministerio del Tiempo, la introducción de nuevos conceptos en las series españolas', de Víctor Martínez.

Cierra el monográfico un breve apartado de reseñas bibliográficas que incluye cinco publicaciones clave en torno a las series de televisión en 2015: *Ficciónando en el siglo XXI. La ficción televisiva en España*, Belén Puebla Martínez, Nuria Navarro Sierra y Elena Carrillo Pascual (coords.), Icono 14 (2015); *Asesinos en serie(s)*, Alberto Hermida y Víctor Hernández-Santaolalla (coords.), Síntesis, (2015); *Mad Men o la frágil belleza de los sueños en Madison Avenue*, Raquel Crisóstomo y Enric Ros (coords.), Errata Naturae (2015); *La política en las series de televisión. Entre el cinismo y la utopía*, Ana Tous (ed.), UOC, 2015; *Dentro de El Ministerio del tiempo*, Concepción Cascajosa (Coord.), Léeme, 2015.