

Ficcionando. Series de televisión a la española

Coordinadoras: Belén PUEBLA MARTÍNEZ, Elena CARRILLO PASCUAL y Ana Isabel ÍÑIGO JURADO.

Madrid: Fragua, 2012.

348 páginas

ISBN: 978-84-7074-527

Ebook: 978-84-7074-528-7



Ricardo REINARES-LARA*

No abundan en nuestro país las obras científicas sobre contenidos televisivos autóctonos. Generalmente, desde ámbitos académicos se ha tratado la industria de la televisión, tan solo, desde sus aspectos económicos o publicitarios. Por ello, cabe aplaudir la publicación de *Ficcionando. Series de televisión a la española*, una completa, compleja y rigurosa aproximación al auge que la ficción española vive en estos momentos en nuestras televisiones.

Completa, por cuanto ofrece un amplio repaso a muchas de las series y temáticas de mayor éxito en nuestros días: desde la ficción histórica hasta la comedia de situación, pasando por la, aun incipiente, ciencia ficción o animación infantil.

Compleja, en tanto que, más allá de la anécdota costumbrista o los lugares comunes tan habituales en las publicaciones sobre la televisión, entra a desvelar el contexto histórico que ha propiciado el auge actual y las

mismas causas de éste, que abarcan una panoplia de razones: el favor del público acompañado por generosas audiencias, un *establishment* asentado y ya habituado al trabajo en circunstancias no siempre amables, gran pluralidad de cadenas con necesidad de atender públicos objetivos distintos, consolidación de ventanas de comercialización alternativas, etc, etc.

Y rigurosa, dado que el trabajo aúna en sus distintos autores (casi una treintena), el punto de vista académico y profesional, constituyendo una obra de obligada referencia en los dos ámbitos.

Hoy, la televisión generalista, como motor del entretenimiento, muestra una fortaleza poco erosionable a medio plazo; con cifras de consumo crecientes, cuando se suponía que ya habían tocado techo (4 horas y 6 minutos de media, por persona y día, en 2012; récord absoluto desde que se miden las audiencias); recuperando, incluso, terreno entre los jóvenes, los más dispersos en su mix de entretenimiento. Como negocio, como vehículo de comunicación publicitaria, la televisión evidencia su capacidad de crecer en entornos favorables y no tan favorables, como el actual, con un mercado publicitario en caída libre (-15% en 2012). Ningún medio se muestra tan rentable para los anunciantes, por la propia notoriedad inherente al medio, por su cobertura, por su bajo coste por impacto, por su amplísima oferta de cadenas y contenidos...Y es que, en los países desarrollados, se hace ahora mismo mejor televisión que nunca. Algunas series concebidas para televisión circulan sin aspavientos ni complejos por territorios argumentales y estéticos hasta hace poco reservados al buen cine (*Mad Men*, *The Wire*, *Boardwalk Empire*, *Homeland*...).

En este contexto, la ficción patria está también viviendo su particular momento dulce. En 2012, entre los 10 programas mas vistos del año, tan solo tres programas han conseguido hacer sombra al omnipresente y todopoderoso fútbol. Y dos de ellos han sido series nacionales: *Águila Roja* y *Cuéntame* (el tercero ha sido el exitoso *talent show* *La Voz*). Ampliando el foco, 21 series (todas nacionales) entran en el exclusivo ranking de los 50 programas mas vistos en 2012; incluyendo series de factura, digamos, tradicional, como *Isabel*, *Aida*, *Gran Hotel* o *El Barco*, además de las ya mencionadas *Águila Roja* o *Cuéntame*; y también otras de formato miniserie, como *Mi gitana* o *Historias Robadas*.

El apogeo de los contenidos de ficción en la televisión actual es un fenómeno poliédrico; y como tal, tratado en la obra aquí reseñada desde una pluralidad de enfoques



francamente encomiable. Así, desde un punto de vista más analítico, el primer bloque de la obra desmenuza las características técnicas de la comedia de situación, y pone en valor el auge de géneros como la ficción histórica, la ciencia ficción, la biopic o las series de animación.

El segundo bloque, se presenta formalmente como un análisis sociológico de la representación en nuestra ficción nacional de mujeres, familias y el colectivo homosexual.

El tercer bloque es, seguramente, el más original y novedoso en el tratamiento del fenómeno de la ficción en nuestro país. Así, introduce las redes sociales, el mundo online y la interactividad como elementos definitivos y definitorios de su éxito. Refleja, además, su enorme potencial como bien exportable a otros países. Y nos introduce, por último, en las novísimas técnicas de integración de comunicación comercial en sus tramas.

Todo ello, jalonado por un cuarto bloque en el que se proponen tres casos de estudio concretos, tan distintos entre sí que trasladan al lector una imagen global y fiel del fenómeno de la ficción nacional: una serie de corte clásico y desarrollo en varias temporadas (Cuéntame como pasó), una serie autoconclusiva de gran factura técnica y artística, realizada para la televisión de pago Canal+ (Crematorio) y una miniserie presentada bajo el paraguas de “basada en hechos reales” (11-M).

Ficcioneando. Series de televisión a la española, es, como el propio tema que trata, una feliz sorpresa. Una obra de referencia para el que, desde cualquier lado de esta industria (incluso desde el sofá de su hogar), quiera acercarse en profundidad al éxito de las series de ficción hechas en nuestro país.

***Dr. Ricardo REINARES-LARA**

Doctor en Fundamentos del Análisis Económico, es
Subdirector Comercial de Mediaset

rreinares@publiesp.es

