

Cine y series de televisión: un nuevo canon de película de 60 horas de duración

Vicent García Martínez

Departament de Didàctica de la Llengua
i la Literatura. Universitat de València

RESUMEN

La televisión ha sido menospreciada por la Universidad y la alta cultura a causa de su condición de medio de comunicación de masas. Como el cine, el primer objetivo de la televisión es el entretenimiento, hecho que choca con los intereses de las élites culturales. No obstante, una nueva ola de series de televisión como *Los Soprano*, *The Wire* o *A dos metros bajo tierra* de HBO han modificado la manera en que las series toman forma en televisión. Esta revolución se ha denominado la Tercera Edad de Oro de la Televisión. A través de una revisión de la historia de la industria cinematográfica y de los prejuicios en contra de los medios audiovisuales por parte de la Academia, el lector entenderá como los factores tecnológicos y de negocio han generado el entorno adecuado para una revolución narrativa en televisión.

Palabras clave: mass media / élites culturales / Universidad / Tercera Edad de Oro de la Televisión / series de televisión

ABSTRACT

*Television has been neglected in University and high-brow culture because of its condition of Mass Media. Like cinema, television's first goal is entertainment, and this purpose and interests of cultural elite collide. However, a new wave of television series like *The Sopranos*, *The Wire* or *Six Feet Under* from HBO have modified the way in which series take form on television. This revolution has been called the Third Golden Age of Television. Through a review of the history of film industry and prejudices against audiovisual media from Academia, the reader will understand how the technological and business factors have provided the adequate environment for a narrative revolution in television.*

Keywords: mass media / cultural elite / University / Third Golden Age of Television / tv series

La televisión jamás ha disfrutado de buena prensa entre las élites culturales y académicas. Siempre ha sido un medio de expresión bajo sospecha. Su hermano mayor, el cine, tampoco disfruta aún de buena prensa de manera unánime a pesar de que forma parte del panteón de las Bellas Artes como Séptimo arte. Ya en 1930, Georges Duhamel confesaba que “Ya no puedo pensar lo que quiero. Las imágenes en movimiento se han instalado donde estaba mi pensamiento”; y juzgaba el cine como un “pasatiempo para personas ilotas, una distracción para criaturas incultas, miserables, para bestias de carga, comidas por sus preocupaciones [...] un espectáculo que no exige concentración ni facultades intelectuales [...] que no enciende ningún tipo de luz en el corazón y que no despierta ninguna otra esperanza que la de convertirse un buen día en *Star* en Los Ángeles”.¹ Como señala Walter Benjamin, justo después de aportar esta cita: “[...] se trata de aquella lamentación tan tronada de que las masas buscan divertimentos, pero que el arte exige recogimiento al observador”.²

En la misma línea, pero respecto a la televisión, está la publicación de 1978 *Four Arguments for the Elimination of Television*, de un tal Jeff Mander –seguramente un pseudónimo–. El título se explica a sí mismo y está escrito en un estilo panfletario y apocalíptico que utiliza todo tipo de comparaciones y paralelismos del todo absurdos para una mente mínimamente educada. Como ejemplo: “La lujuria es mejor en la televisión que la satisfacción”; “La superficialidad es más fácil que la profundidad”. Ambas contraposiciones se arguyen como “sesgos inherentes de la televisión”.³

Sin embargo, desde finales de los años 90 del siglo XX, la aparición de un buen número de series de televisión emblemáticas (*Los Soprano* [HBO, 1998–2007], *A dos metros bajo tierra* [HBO, 2001–2005], *The Wire* [HBO, 2001–2008], *The Shield* [FX, 2001–2008], *Deadwood* [HBO, 2003–2006], *Mad Men* [AMC, 2006–], *Dexter* [Showtime, 2006–], *Breaking Bad* [AMC, 2007–], *Treme* [HBO, 2010–] y muchas otras) ha generado un alto grado de expectación entre críticos (y no solo de televisión o cinematográficos),⁴

¹ Referencias recogidas en BENJAMIN, Walter: “L’obra d’art en l’època de la seva reproduïbilitat tècnica”. CARBONELL, Manuel (ed.): *Art i Literatura*. Barcelona, Edicions 62, 1984, p. 43–44. No obstante, el texto de Benjamin fue publicado originariamente en francés en 1936, al alemán no se tradujo hasta 1955 y, al inglés hasta 1969. Referencia original de DUHAMEL, Georges: “Scènes de la vie future”, en *Mercure de France*, 2ª ed., París, 1930, p. 52. Traducción del texto de la traducción catalana al español del autor.

² *Ibidem*, p. 44.

³ Recogido en MARTIN, Brett: *Difficult Men. Behind the Scenes of a Creative Revolution: From The Sopranos and The Wire to Mad Men and Breaking Bad*. Londres, Faber and Faber, 2013. Referencia original de MANDER, Jeff: *Four Arguments for the Elimination of Television*. New York, Harper Collins, 1978.

⁴ VARGAS LLOSA, Mario: “Dioses indiferentes” en *El País*, 23/10/2011, disponible en http://elpais.com/diario/2011/10/23/opinion/1319320811_850215.html.

élites intelectuales e incluso profesores e instituciones universitarias.⁵ Durante estos últimos años, multitud de artículos en prensa alaban estas series y remarcan cómo superan lo que se espera de un medio como la televisión. Uno de los principales halagos y el más común es que el mejor cine son las series de televisión.⁶

Como fenómeno más reciente, el entorno universitario ha mostrado interés por estas series y empiezan a publicarse libros y artículos académicos que analizan este *boom* de series de alta calidad, denominado *Tercera Edad de Oro de la Televisión*. Más aún, universidades de todo el mundo utilizan series de televisión, incluso las más populares, como medio para enseñar disciplinas tradicionales.⁷

Sin embargo, ¿por qué tanto recelo hacia todo lo audiovisual? ¿Qué inercias culturales e ideológicas están detrás del evidente menosprecio o cuanto menos desconfianza hacia el cine y la televisión? Si no existiera este mar de fondo, la joven historia de estos medios de expresión no estaría repleta de justificaciones e intentos de legitimación tal como se verá a continuación.

LOS PRIMEROS PASOS DE UN NUEVO MEDIO DE EXPRESIÓN

A finales del siglo XIX y principios del XX, el cine se anunciaba más como un espectáculo tecnológico que como un espectáculo artístico o un acto cultural. Las carpas de circos ambulantes, graneros, a cielo abierto por la noche, o las salas de teatro fuera de horario sirvieron como primeros recintos que albergaban la magia de una fotografía en movimiento recién inventada. En la pantalla, se proyectaban o bien estampas de la vida cotidiana (escenas familiares o de calle, o el conocido tren que entra en la estación y que hizo huir despavoridos a los espectadores en las primeras proyecciones de los hermanos Lumière), o bien trucos de ilusionismo visual propios de la fotografía, campo en el que destacó Méliés (apariciones y desapariciones, superposiciones, cambios de vestuario, animación de elementos inanimados como el famoso cohete que se clava en la cara de la luna...).

Ilusionismo visual y costumbrismo protagonizaron las primeras sesiones cinematográficas y supusieron, pues, el germen del cine posterior. Era un cine sin pretensiones artísticas, puro espectáculo tecnológico, con fuertes connotaciones circenses, casi comparable a una demostración aérea y que estaba pensado para impresionar al espectador. Esta primera fase se puede etiquetar como *presentacional*, y satisfacía a la audiencia proletaria, más acostumbrada a narraciones breves, intrascendentes y puramente de entretenimiento. Las clases burguesas, sin embargo, buscaban algo más *elevado* y *representacional* y ese algo más elevado eran la novela y el teatro decimonónico.⁸

Así, el primer paso hacia un cine *narrativo* se dio con el teatro filmado: se situaba una cámara enfrente de una representación teatral y se filmaba en plano fijo para después proyectarla. De esta manera, comenzó a adquirir legitimación artística el nuevo medio de expresión audiovisual. Como bien explicó McLuhan, un medio de expresión nuevo siempre utiliza el contenido de un medio de expresión anterior.⁹ Igual que la literatura oral acabó alimentando a la novela y al teatro, la novela y

5 MARCOS, Natalia: “Si Shakespeare viviese hoy, escribiría para HBO” en *El País*, 03/12/2012, disponible en http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/11/02/actualidad/1351882349_528064.html; o el blog *Diamantes en serie* del profesor de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Navarra Alberto Nahum García, disponible en <http://gentedigital.es/comunidad/series/>; o los blogs dedicados en exclusiva a series en las ediciones digitales más consultadas entre los diarios españoles (*Quinta temporada* en *El País*, <http://blogs.elpais.com/quinta-temporada/>; y *Asesino en serie* en *El Mundo*, <http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/asesinoenserie/>).

6 *El País*, “La caja tonta es más lista”, 05/10/2008, disponible en http://elpais.com/diario/2008/10/05/eps/1223188013_850215.html.

7 GIMENO, S. y AVENDAÑO, T. C.: “Series ‘cum laude’” en *El País*, 10/04/2010, disponible en http://elpais.com/diario/2010/04/10/tendencias/1270850402_850215.html.

8 RAY, Robert B., 2000. The field of “Literature and Film”. En NAREMORE, James (ed. e introd.): *Film Adaptation*. New Jersey, Rutgers University Press, p. 43.

9 MCLUHAN, Marshall: *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, McGraw Hill, 1964, p. vii.

el teatro proveyó de historias al cine; y posteriormente, el cine hizo lo propio con la televisión; ahora, la televisión inunda de contenidos *Youtube*.

Entre los años 1952 y 1955 se produjo la venta de los derechos de emisión de los fondos fílmicos de las grandes productoras americanas anteriores a 1948 a las recién creadas cadenas de televisión.¹⁰ En 1998, la revista *Variety* publicó estadísticas sobre las fuentes de las películas producidas en Hollywood en 1997: un 20% provenían de libros y otro 20% de obras de teatros, secuelas, *remakes*, *shows* de televisión, o artículos de prensa o revistas. Por tanto, queda poco más de un 50% para guiones originales.¹¹ Esto explica que en la ceremonia de los Óscar existan dos categorías: la de Mejor Guión Original y la de Mejor Guión Adaptado.

EL ESTATUS CONFLICTIVO DEL CINE Y LA TELEVISIÓN

La dependencia de una inversión económica fuerte ha marcado la historia del cine. Estar siempre a la vanguardia de la evolución tecnológica y necesitar de la intervención de distintos especialistas, tanto delante como sobre todo detrás de la cámara, implica una cantidad enorme de dinero y de tiempo. De hecho, el cine y la televisión resultan comparables a la arquitectura: ambos artes son públicos, colaborativos y, sobre todo caros en comparación con la literatura (seria), que según Robert B. Ray, “parece casi una llamada al monacato: novelistas y poetas, al menos desde el Romanticismo, han sido capaces (para bien o para mal) de escribir cualquier cosa que les apeteciera, sin atender a los gastos o a la audiencia”.¹²

La narración audiovisual no es, pues, un arte fácil de catalogar respecto de las Bellas Artes clásicas. En primer lugar, ¿quién es el autor? ¿El guionista? ¿El director? ¿El montador por orden del productor? Su estatus de narración con un responsable diluido en diversas figuras chocaba de plano con la mentalidad de la élite cultural del siglo XX, profundamente influida por la idea romántica de “autor”, del responsable único y personal que transfiere su personalidad a la obra de arte.

En segundo lugar, su carácter de espectáculo, por el cual se paga para asistir y con el cual se pretende obtener un beneficio, producía espanto a la noción romántica de autor desinteresado y preocupado por la expresión de la individualidad –revestido del malditismo de un Baudelaire, por ejemplo–.

En último lugar, estaba el público: al cine podía asistir todo el mundo, y “todo el mundo” implicaba toda clase social: desde el más docto de los eruditos universitarios al obrero de un barrio trabajador de una ciudad. Esta democratización del acceso a las narraciones (por ejemplo, las narraciones bíblicas), se contraponen al elitismo del sistema educativo (incipientes sistemas públicos de educación en el mundo occidental) y al férreo control que sobre las narraciones tenían las religiones... lo cual justifica la sensación de peligro y de vértigo que sintió la élite cultural ante semejante irrupción en la sociedad de principios del siglo XX.

Además de estos tres factores, apareció un elemento profundamente perturbador durante los años previos a la Segunda Guerra Mundial: la utilización del cine como herramienta propagandística en

¹⁰ Recogido en RAY, Robert B: “The field of «Literature and Film»”. En NAREMORE, James (ed. e introd.): *Film Adaptation*. New Jersey, Rutgers University Press, p. 50 (nota 15). Referencia original de BARNOUW, Erik: *Tube of Plenty, The Evolution of American Television*. New York, Oxford University Press, 1975, pp. 197-198.

¹¹ Recogido en NAREMORE, James: “Introduction: ” en NAREMORE, James (ed.): *Film Adaptation*. New Jersey, Rutgers University Press, 2000, p. 10. Referencia original de COX, Dan: “H’wood Haunts ‘The Great Idea’” *Variety*, 28 de febrero de 1998.

¹² RAY, Robert B.: “The field of ‘Literature and Film’”, en NAREMORE, James (ed. e introd.): *Film Adaptation*. New Jersey, Rutgers University Press, 2000, p. 42.



Imagen promocional de *The Sopranos*, producida por HBO

un ambiente de fuerte confrontación política. Los casos de tres directores resultan paradigmáticos: Leni Riefenstahl, Sergei Eisenstein y Frank Capra; la primera, alemana y nazi; el segundo, ruso y comunista; el tercero, americano y capitalista.

Riefenstahl filmó varias películas para el servicio de propaganda nazi comandado por Joseph Goebbels: *Olimpiada* (1937), que muestra en imágenes la Olimpiada de 1936 en Berlín; y *El triunfo de la Voluntad* (1934) [que junto con *Victoria de fe* (1933) y *Día de libertad: nuestras fuerzas armadas* (1935) forma la *Trilogía de Núremberg*], con imágenes del Congreso del Partido Nazi en Núremberg de 1934 en que Hitler promete el regreso de la Gran Alemania.¹³ Por su parte, Eisenstein filmó la revolución soviética en *La huelga* (1924), *El acorazado Potemkin* (1925) y *Octubre* (1927). Frank Capra coordinó y dirigió la serie de siete documentales *Por qué luchamos* (1942–1945), promovidos por el gobierno americano para justificar la necesidad de entrar en la Segunda Guerra Mundial.

Estos tres directores y sus películas demostraron la capacidad del cine para realizar propaganda política a las masas. Cabe recordar que las tasas de alfabetización en los años 20, 30 y 40 eran muy bajas y que el nuevo medio resultaba pues la manera más fácil de llegar a una cantidad considerable de posibles reclutas, de ir convenciendo sobre las bondades de un determinado sistema político, o de convencer al pueblo para entrar en una guerra.

EL DEBATE SOBRE LA CONSIDERACIÓN ARTÍSTICA DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

En los años 60, la televisión ya había entrado a formar parte de las salas de estar de gran parte de Estados Unidos y comenzaba su proliferación por el resto del mundo y el debate intelectual crecía en torno a esta nueva realidad de medios de comunicación. ¿Puede ser un medio de comunicación de masas considerado arte?, o formulado al revés ¿puede ser el arte popular?

André Bazin, uno de los padres de la *Nouvelle Vague* francesa (padrino intelectual de François Truffaut), consideraba al cine como el medio de expresión propio del tiempo industrial, por su facilidad de asimilación y la unidad de impresión. Una película empieza y acaba en una unidad de tiempo asimilable en una sola sesión, hecho que asegura un impacto emocional más estable que, por ejemplo, con una novela, que puede ser leída a lo largo de días, semanas o incluso meses. La facilidad de asimilación democratiza la transmisión de historias y hace accesible la alta cultura a las clases populares y es, por tanto, un hecho positivo para la sociedad. La unidad de impresión, que implica brevedad, se refiere al hecho de que el narración audiovisual tiene la virtud de condensar las ideas en un corto lapso de tiempo, igual que las versiones abreviadas/resumidas del *Reader's Digest* condensan la alta literatura para las clases populares / las masas. Bazin comentaba que “en cuanto a mi opinión, las dificultades que tenga la audiencia en asimilar un mensaje no es un criterio apriorístico para establecer el valor cultural”.¹⁴ Es decir, que complicación y elitismo no es sinónimo de arte y, por tanto, lo popular y simple también puede ser arte.

La *Nouvelle Vague*, con Truffaut, Godard y Rivette (entre otros) a la cabeza, comenzó a definir lo que se ha denominado el *auterism* o *política de autor*. La teoría resulta en apariencia simple: el cine

¹³ A pesar del carácter documental y la carga negativa que supone el hecho de que sirvió como propaganda nazi, el estilo visual de Riefenstahl en la *Trilogía de Núremberg* y *Olimpiada*, constituye un hito en la historia de la narración fílmica tanto de ficción como documental y aún hoy, su visionado produce una sensación de modernidad por su atrevimiento en el encuadre y su sentido del ritmo visual.

¹⁴ Todo este párrafo, remite a las ideas contenidas en BAZIN, André: “Adaptation, or the Cinema as Digest”, en NAREMORE, James (ed. e introd.): *Film Adaptation*. New Jersey, Rutgers University Press, pp. 19-27. [Texto original francés publicado por primera vez en *Esprit*, 16:146, julio 1948, pp. 32-40.]

también puede tener un autor que es aquel que deja su impronta en las películas –a la manera romántica– a través de las temáticas y el denominado *camera stylo* o estilo visual. Por tanto, comienzan a generar todo un canon de autores, fundamentalmente directores, con estilo propio, que no se dejan arrastrar por la industria: Alfred Hitchcock, John Ford, Howard Hawks... No obstante, el *auterism* no está exento de problemática y ha propiciado algún que otro exceso, tal como denuncia Robert Stam.¹⁵ Su afán por establecer un canon con listas (*las 10 mejores películas de... –terror, del oeste, de mujeres fatales*), la atribución de categoría de *autor* a todo aquel que filmara con un estilo visual distinto al de la industria hollywoodiense, o bien tratase temas o bien utilizara técnicas narrativas no convencionales, propició una dispersión metodológica que, a pesar del indudable servicio que el *auterism* ha prestado a la legitimación del cine, también ha generado confusión teórica.

Por su parte, en el mundo anglosajón, la legitimación del cine en el ámbito académico llegó a través de los Departamentos de Lengua Inglesa en los años 60. Ante el retroceso en las matrículas de Humanidades y la necesidad de publicar para obtener los *Tenure* en las universidades, estos departamentos incluyeron el cine en su área de estudio con la investigación sobre las adaptaciones cinematográficas de obras literarias –sobre todo las de *alta literatura*. En un principio y durante largo tiempo, se publicaron un sinnúmero de artículos de 20 páginas en los que se puede rastrear una idea subliminar: “*Pero comparado con el original...*”. Es decir, se limitaban a remarcar la superioridad del texto escrito sobre el audiovisual.¹⁶

Esta superioridad del texto escrito sobre el audiovisual en el proceso de adaptación es cuestionada con lucidez y profundidad en el siguiente texto:

“Gran parte de la discusión sobre la adaptación cinematográfica remarca calladamente la superioridad axiomática del arte literario sobre el fílmico, una presunción derivada a partir de prejuicios superpuestos: la venerabilidad, la presuposición de que las artes más antiguas son necesariamente mejores artes; la iconofobia, el arraigado prejuicio cultural (rastreado hasta las prohibiciones judías, musulmanas y protestantes de “grabar imágenes” y el menosprecio platónico y neoplatónico del mundo de las apariencias fenomenológicas) de que las artes visuales son necesariamente inferiores a las artes verbales; y la logofilia, es decir, el valor paralelo al anterior, característico de las “religiones del libro”, de la “palabra sagrada”, de los textos sagrados”.¹⁷

Estos tres prejuicios subyacentes en los análisis de los procesos de adaptación de obras literarias en narraciones cinematográficas, se pueden –desde mi punto de vista– aplicar a la consideración genérica que se tiene desde la élite cultural hacia la narración audiovisual, con el agravante de que es un espectáculo sin *aura*, puesto que no hay *original* y no es en directo, como el teatro o la danza, que son también audiovisuales. Si a estos –por así etiquetarlos– prejuicios seculares, se unen el factor económico e industrial de la narración audiovisual, y la capacidad de ser *consumido* por *las masas*, se obtiene una tormenta perfecta para realizar análisis sesgados en exceso o poco profundos.

¹⁵ STAM, Robert: “Authorship”, en STAM, Robert y MILLER, Toby (eds.): *The Blackwell Companion to Film Theory*. Malden, Blackwell Publishing, 1999, pp. 9-24. Este artículo resulta de lectura imprescindible para entender la complejidad de la autoría en la narración fílmica de ficción.

¹⁶ De nuevo, RAY, Robert B.: “The field of «Literature and Film»”, en NAREMORE, James (ed. e introd.): *Film Adaptation*. New Jersey, Rutgers University Press, 2000, pp. 44-47.

¹⁷ STAM, Robert: “Beyond Fidelity: The Dialogics of Adaptation”, en NAREMORE, James (ed. e introd.): *Film Adaptation*. New Jersey, Rutgers University Press, p. 58.

LA TELEVISIÓN Y SU TERCERA EDAD DE ORO

¿Dónde quedan las series de televisión mencionadas más arriba? ¿Qué importancia tienen en este debate sobre prejuicios contra la narración audiovisual? ¿Realizan alguna aportación de trascendencia para la historia de la narración audiovisual?

En primer lugar, se debe partir de la base que si el cine ha sido objeto de críticas, la televisión no se queda atrás, como demuestra el siguiente texto de Ray Bradbury: “esa bestia insidiosa, esa Medusa que congela como piedras a cien mil millones de personas cada noche, mirando fija e insistentemente, la Sirena que clamó y cantó y prometió tanto y que dio, después de todo, tan poco”.¹⁸ La crítica muestra la decepción hacia el medio como tal, aunque quizás no apunte hacia la narración de ficción, sino más bien a la experiencia vicaria y otros programas de entretenimiento de masas. Román Gubern recoge estas ideas de Eco:

“Por eso Umberto Eco nos advirtió juiciosamente hace años de que ‘una educación a través de la imagen ha sido típica de todas las sociedades absolutistas y paternalistas desde el antiguo Egipto hasta la Edad Media’, añadiendo que la civilización democrática se salvará únicamente si hace del lenguaje de la imagen una provocación a la reflexión crítica, no una invitación a la hipnosis.

Umberto Eco escribió estas líneas mucho antes de que se produjera la explosión de las nuevas tecnologías digitales de la comunicación, que son uno de los rasgos más característicos de la posmodernidad. Estas tecnologías se asientan en una reforzada centralidad del mundo vicarial, es decir, de las representaciones que sustituyen a los sujetos u objetos originales”.¹⁹

La televisión, que empezó su difusión mundial a partir de los años 60 del siglo XX, es un medio de comunicación de masas, reciente (en comparación con el resto de Bellas Artes) y que alberga en su programación distintos formatos: noticiarios, concursos, *realities*, y por supuesto, narraciones de ficción. En la televisión se puede ver cine y de hecho, como se comenta en la nota 10, las corporaciones de televisión compran los derechos de emisión de estas. No obstante, la televisión también produce sus propias películas, conocidas como *telefilms*, que no se estrenan en salas y que se caracterizan por unas exigencias técnicas menores. Por último, está la narrativa de ficción más específica de la televisión: las series.

Herederas, sin duda, del serial decimonónico y la novela folletinesca, admite géneros de todo tipo: comedia, drama, reconstrucción histórica, *thriller*, *western*. Pero, en oposición con el cine, en la televisión, la estructura de cada capítulo y de cada género tiene convenciones: difícilmente una *sitcom* (comedia de situación, es decir, sainete) durará una hora; o una serie histórica o dramática se estructurará en capítulos de media hora.

Además, cuando se afirma que una serie dura media hora, tradicionalmente significa que dura media hora *de programación*; es decir, 20-22 minutos de narración como tal a lo que se debe añadir la publicidad. Así, cada tipo de capítulo de duración determinada (pongamos, 30, 40, 50 o 60 minutos) debe ser escrito por el guionista teniendo en cuenta que: el capítulo durará X minutos reales; que cada X minutos habrá una pausa; y que, por tanto, la historia debe interrumpirse en un punto en el que al volver de la pausa publicitaria, el público pueda seguir el hilo con naturalidad.

¹⁸ Recogido en MARTIN, Brett: *Difficult Men. Behind the Scenes of a Creative Revolution: From The Sopranos and The Wire to Mad Men and Breaking Bad*. Londres, Faber and Faber, 2013.

¹⁹ GUBERN, Román: “El malestar en la cultura de la imagen” [2005, inédito], en *Cultura audiovisual. Escritos 1981-2011*. Madrid, Cátedra, 2012, pp. 343-348. Gubern cita ECO, Umberto: *Apocalípticos e integrados*. Barcelona, Lumen, 1968. Original en italiano de 1965 publicado por Bompiani.



Imagen de *The Wire*, producida por HBO



Imagen de *Treme*, producida por HBO

Además, desde los orígenes mismos de la televisión, los anunciantes *dictan* condiciones sobre los horarios de emisión de sus anuncios y sobre los programas y series en que se pueden emitir para evitar choques con otros anunciantes o con la ideología que defienden para sus marcas. Por ejemplo, Toyota retiró sus anuncios durante la emisión de la serie de la productora AMC *Nip-Tuck* (2003–2008) por considerarla contraria a sus valores. El creador de *The Wire*, David Simon, explica con brevedad y sin tapujos el papel de la publicidad en la historia de la televisión:

“Hasta época reciente, la televisión no ha tenido otro objetivo que el de vender. No vender historias, por supuesto, sino las intermediaciones con dichas historias. Y por lo tanto, se ha emitido poca programación –y pocas cosas en forma de teleseries– que pudiera interferir con la misión de tranquilizar a los telespectadores respecto a su estatus, divinamente conferido, de consumidores agradecidos. Durante medio siglo, las cadenas de televisión han centrado sus programas alrededor de la publicidad, y no al revés, como podrían pensar algunos”.²⁰

El cambio en las series de televisión de esta inercia de vender publicidad a vender series, a vender contenidos y no a ser un puro escaparate, se originó en una innovación tecnológica –en este caso un nuevo canal de distribución de contenidos: la televisión por cable²¹–, y en un nuevo modelo de negocio: el pago por visión. Con la televisión por cable, el consumidor / espectador / cliente decide por qué canales quiere pagar, hecho que obligó a las corporaciones de televisión y de cine a especializarse: canales de deportes, de series, de cine, enfocados a la mujer, de cocina, de noticias, etc. Esta especialización condujo a la necesidad de generar más y más contenidos para ocupar la programación sin repetir continuamente, películas, series o programas. Y esta necesidad, a su vez, dio más libertad a los generadores de contenidos, es decir, a los guionistas. De nuevo, la profecía de McLuhan ya citada se cumple y una nueva tecnología o canal de distribución de contenidos provoca una reacción en cadena de cambios en las narraciones que soporta.

Con esta estrategia, las productoras y los publicistas buscan llegar a ese público culto y educado que se había quedado tradicionalmente fuera del área de interés de la televisión justo por la falta de calidad de esta. Pensando empresarialmente, es un espectador más sofisticado, *ergo* más educado, *ergo* más formado, *ergo* con un mejor trabajo y poder adquisitivo, *ergo* un potencial gran consumidor. Estas series son, pues, no una inversión económica que espera un retorno en dinero, sino que espera un retorno en *prestigio* que afiance la marca de la cadena o productora en el mercado audiovisual.

El mérito del canal / productora HBO –considerada el punto de origen de esta Tercera Edad de Oro de la Televisión– fue el de dar libertad creativa a sus guionistas y productores de series para introducir nuevas maneras de enfocar sus narraciones: temporadas más cortas (10–12 capítulos, en lugar de 22–24), pero de capítulos más largos (50–60 minutos reales), y sin cortes publicitarios (puesto que el espectador paga por la posibilidad de ver un canal porque le gusta ver la serie y por tanto, el canal no pone publicidad que interrumpa o distorsione la *unidad de impresión*). Estas premisas básicas,

20 SIMON, David: “Introducción”, en VARIA: *The Wire: 10 dosis de la mejor serie de televisión*. 2ª ed. Madrid, Errata Naturae, 2010, p. 10. Muchas de los conceptos que se detallan hasta el final de este artículo se pueden encontrar en español en este libro de manera dispersa.

21 MARTIN, Brett: *Difficult Men. Behind the Scenes of a Creative Revolution: From The Sopranos and The Wire to Mad Men and Breaking Bad*. Londres, Faber and Faber, 2013. No se reseña el número de página puesto que manejo la edición digital en Kindle™ que no divide el texto en páginas. Todas las ideas de aquí hasta el final del artículo están reseñadas en este libro publicado en julio de 2013 y que por su capacidad de síntesis, recomiendo como lectura.

trajeron consigo otras incluso más importantes, entre las que destaca el siguiente aforismo de David Simon, creador de *The Wire*: “*Fuck the average reader*”; es decir, “Que se joda el lector medio”.

Semejante principio básico –y además expresado de manera tan poco sutil– supone en la práctica que ya no se busca complacer al espectador, que ahora llega el tiempo en que los guionistas se expresan y cuentan las historias que quieren contar con total libertad en la elección de temas, el uso de lenguaje, y la estructuración de las historias. Una vuelta, pues, a la concepción romántica de expresión de la personalidad del *auteur*; un salto al vacío en el uso del *slang* y de las palabras malsonantes, para reflejar con mayor fidelidad la psicología de los personajes; un abandono de los episodios autoconclusivos de las series tradicionales (como *CSI* o *House*, en que cada episodio es una historia que empieza y concluye), para potenciar la narrativa en mosaico, de manera que la historia adquiere sentido en la medida que cada temporada debe entenderse como una película de 10-12 horas y una serie de 5 o 6 temporadas como una gran narración de 60 o 70 horas.

Toda esta complejidad en forma de mosaico y de historia de aliento largo ha sido posible también por otro factor decisivo: los aparatos de grabación y las ediciones en DVD. Así como en el método de difusión audiovisual por ondas, las series se emiten en un horario determinado, con los aparatos actuales como el TIVO (que graba digitalmente los programas de modo serial de manera muy sencilla) el espectador puede ver a su ritmo las series: uno o dos capítulos por sesión... o más... Si a esto añadimos la edición posterior en DVD, se obtiene un mercado más amplio, puesto que no son solo los abonados a los canales de pago por cable los que compran la serie, sino también los que adquieran los discos de las temporadas más tarde.

Cual fue la sorpresa de los productores de HBO (y de la competencia) cuando una serie tan poco amable como *Los Soprano*, con una estructura y un número de personajes más elevado y de mayor complejidad y realismo de lo habitual, nada complaciente con el espectador, y con un personaje protagonista iracundo, violento, edípico en sus comportamientos, y de físico poco agraciado para un protagonista masculino, comenzó a atraer clientes que se suscribían de manera masiva a la plataforma de pago y a generar ingresos por la venta de los DVD. Para sorpresa de todos, menos de los guionistas, el público se identificaba con las andanzas de este protagonista improbable en un proceso de catarsis de la atracción por el poder.

De hecho, este carácter catártico esconde una de las principales características de las historias que cuentan todas estas series: en su gran mayoría, son tragedias. No hay amabilidad. Ni los personajes protagonistas ni los secundarios pueden librarse de sus demonios y el exorcismo catártico se produce en la medida que el espectador se identifica con los demonios de los personajes de estas narraciones. Pero sin concesiones: el final feliz no existe. La aceptación del *fatum* personal o social, como en las tragedias clásicas, se convierte en el leitmotiv subyacente. Ya no se trata, como en *Bonanza* o como en *Cuéntame*, de crear una interpretación del mundo nostálgica y con toques de Arcadia feliz para generar bienestar: se trata de que el espectador se imbuya de un mundo vicario que trasciende la ficción para convertirse en una poderosa arma de análisis de la realidad psicológica de los personajes y de la sociedad que representa.

Para obtener este alto grado de complejidad, se ha producido también un cambio en la tradición a la hora de producir y gestionar estas series y que tiene que ver con el problema de la autoría en la narración audiovisual de ficción. Si tradicionalmente las series estaban gestionadas por un productor/guionista responsable del éxito o fracaso de la serie que contrataba tanto a un equipo de guionistas como de directores para dirigir y filmar las series, en esta Tercera Edad de Oro, esta figura sale reforzada al tiempo que diluida. El *showrunner*, que se podría definir como el *creador* de la serie –aquel que aporta la idea original que sirve de detonante a la historia y se responsabiliza de materializarla–, obtiene un alto grado de libertad para elegir equipos de trabajo, pero al tiempo comparte

la paternidad de la obra con su equipo. Como símil, se puede afirmar que estas series tienen un solo padre pero muchos padrinos que intervienen decisivamente en la conformación del carácter del hijo. La metáfora que explica este trabajo corporativo es la habitación de los guionistas, en la que se exponen las ideas de guión para que el *showrunner* vaya decidiendo –más o menos colegiadamente según el estilo personal– el guión y la estructura general de capítulos, temporadas y series.

Todos estos factores, en una retroalimentación que se puede definir como *virtuosa*, han favorecido la atracción de talento hacia el mundo de la televisión: ahora mismo, Martin Scorsese está produciendo y gestionando *Boardwalk Empire* para HBO, que cuenta la historia de los gánsters de New Jersey en los años de la prohibición; y los actores de cine, que antes de esta Tercera Edad de Oro, evitaban la televisión para que no *ensuciara* su carrera cinematográfica, se refugian en ella a la búsqueda de buenos guiones y de personajes que relancen sus carreras (Steve Buscemi, Forrest Whitaker, Glenn Close...).

CONCLUSIONES: LA MIRADA LIMPIA

Los Soprano, *The Wire*, y *A dos metros bajo tierra* abrieron el camino a toda una generación de series –algunas de las cuales están aún en antena– y han conformado un canon de la misma manera que *El nacimiento de la nación*, *Nanuk el Esquimal*, *El acorazado Potemkin* y *El triunfo de la voluntad* crearon un canon sobre el cual edificar una narración audiovisual con un lenguaje propio. En esta Tercera Edad de Oro de la Televisión se han modificado estructuras narrativas y de difusión que parecían intocables, se han introducido personajes e historias impensables hace pocos años, se ha modificado el estatus de guionistas, productores y directores, y se ha llegado a públicos que antes la televisión no podía ni soñar... En definitiva, la ficción televisiva se está ganando el respeto del mundo del cine y de la crítica cinematográfica y académica.

Se puede afirmar sin temor alguno que series como *Deadwood*, *The Shield*, *Mad Men*, *Treme*, *Dexter*, *Breaking Bad* y muchas otras están haciendo realidad el sueño de todo guionista y director: poder contar con imágenes y sonido una historia con el margen de tiempo y la libertad suficiente para poder *representar* las complejidades del alma humana y de las relaciones sociales con la mayor profundidad posible. El siguiente reto está en que la Universidad abandone definitivamente sus prejuicios y comience a estudiar –con mirada limpia, sin recelos y con determinación– la narración audiovisual como “una provocación para la reflexión crítica” tal como reclama Eco. Estas series, sin duda, cumplen este requisito.

BIBLIOGRAFÍA

- BAZIN, André: "Adaptation, or the Cinema as Digest", en NAREMORE, James (ed. e introd.): *Film Adaptation*. New Jersey, Rutgers University Press, p. 19-27. [Texto original francés publicado por primera vez en *Esprit*, 16:146, julio 1948, pp. 32-40].
- BENJAMIN, Walter: "L'obra d'art en l'època de la seva reproduïbilitat tècnica". CARBONELL, Manuel (ed.): *Art i Literatura*. Barcelona, Edicions 62, 1984, pp. 25-53. Original en francés de 1936.
- ECO, Umberto: *Apocalípticos e integrados*. Barcelona, Lumen, 1968.
- GUBERN, Román: "El malestar en la cultura de la imagen" [2005, inédito], en *Cultura audiovisual. Escritos 1981-2011*. Madrid, Cátedra, 2012, pp. 349-352.
- HAYWARD, Susan: *Cinema Studies. The Key Concepts*. 3ª ed., New York, Routledge, 2006
- MARTIN, Brett: *Difficult Men. Behind the Scenes of a Creative Revolution: From The Sopranos and The Wire to Mad Men and Breaking Bad*. Londres, Faber and Faber, 2013.
- MCLUHAN, Marshall: "Why non literate societies cannot see films or photos without much training", en *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man. With New Essays by W. Terrence Gordon, Elena Lamberti, and Dominique Scheffel-Dunand*. Toronto, University of Toronto Press, 2012. [Primera edición de 1962]
- MCLUHAN, Marshall: *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, McGraw Hill, 1964.
- NAREMORE, James: "Introduction: Film and the Reign of Adaptation" en NAREMORE, James (ed.): *Film Adaptation*. New Jersey, Rutgers University Press, 2000, pp. 1-16.
- RAY, Robert B.: "The field of «Literature and Film»". En NAREMORE, James (ed. e introd.): *Film Adaptation*. New Jersey, Rutgers University Press, 2000, pp. 38-53.
- STAM, Robert: "Authorship", en STAM, Robert y MILLER, Toby (eds.): *The Blackwell Companion to Film Theory*. Malden, Blackwell Publishing, 1999, pp. 9-24.
- STAM, Robert: "Beyond Fidelity: The Dialogics of Adaptation", en NAREMORE, James (ed. e introd.) *Film Adaptation*. New Jersey, Rutgers University Press, 2000, pp. 54-76.
- VARIA: *The Wire: 10 dosis de la mejor serie de televisión*. 2ª ed. Madrid, Errata Naturae, 2010.