Ficción audiovisual, un género en auge en España

POR **FRANCISCO GALLEGO CALONGE**

La ficción audiovisual en España: relatos, tendencias y sinergias productivas
Miquel Francés i Domènec y Germán Llorca Abad (Coords.)
Barcelona: Gedisa, 2012, 352 p.
ISBN: 978-84-9784-695-0

El nuevo libro *La ficción audiovisual en España: relatos, tendencias y sinergias productivas*, coordinado por Miquel Francés y Germán Llorca, comprende un total de diecinueve capítulos, estructurados en seis bloques, todos ellos relacionados, de una forma o de otra, con la ficción audiovisual. Los trabajos ofrecidos por los diversos autores participantes son el resultado de las *IV Jornadas de Contenidos para Televisión Digital* (CONTD), celebradas el 19 y 20 de mayo del pasado año en la Universidad de Valencia, en las cuales expertos, profesionales y académicos debatieron sobre la ficción televisiva como macrogénero audiovisual que aspira a las máximas cotas de calidad y eficiencia, tanto artísticas como económicas.

Estructura

El primer gran bloque, *Historias, relatos y narrativas*, consta de dos capítulos, en los cuales se trata la evolución que la narrativa ha sufrido en los últimos años y las estrategias que actualmente sigue para llegar al espectador. Los conceptos de cultura popular 2.0 -como la denomina Álvarez Berciano- y el enfoque 'transmedia' de la producción, a cargo de Alberto González, están bien tratados en el libro, con enfoques densos y bien documentados.

El segundo gran bloque lleva por título *Géneros y tendencias* y consta de tres capítulos a cargo de tres autores diferentes. En ellos, por este orden, se hace un interesante repaso de la producción de ficción española en el periodo 2005-2011; se centra la atención en el auge de la hibridación de géneros en productos con clara vocación de servicio público de calidad

Fundación Telefónica
Telefónica

en un intento de atraer a los espectadores; y se analiza la desigual e histórica competencia entre los productos de ficción norteamericanos -principalmente estadounidenses- y los españoles.

El tercer bloque, *Historia, memoria e identidad cultural*, se centra «en la descripción de relatos con base anecdóticamente 'histórica', tanto nacional como local». El primero de sus capítulos, escrito por Luis Veres, aborda el estudio del auge de las series de ficción con tintes históricos, más o menos alejadas de la realidad, tras una época anterior en la que predominaba un interés por temáticas quizás más arriesgadas en la -hasta ese momento- considerada pequeña pantalla.

En el segundo capítulo, se trata el caso concreto de la serie *L'Alqueria Blanca*, en un intento de estudiar e investigar la ficción televisiva como productora de referentes en el contexto cultural valenciano. Para ello, se ofrecen los resultados de la captación de datos de casi un centenar de personas, que fueron expuestos en uno de los capítulos de la serie emitida por la televisión pública valenciana.

El tercer capítulo, también muy focalizado en el ámbito local, pretende dar a conocer las preferencias de los consumidores valencianos en cuanto a contenidos televisivos en la pantalla convencional y en Internet, con el objetivo de averiguar qué grado de independencia tienen en la elección de los contenidos frente a los dictados del propio mercado. En esta ocasión, el universo de la investigación, basada en entrevistas en profundidad, es de 700 personas de entre 16 y más de 55 años.

El cuarto gran bloque, denominado *Ficción y representación audiovisual*, consta de cinco capítulos, siendo el más extenso de todos los incluidos en el libro. En dicho apartado se analizan series americanas como *The X Files*, *Bones*, *Los Soprano* o *The Wire*, desde diferentes puntos de vista y por diferentes motivos. En las dos primeras ficciones, no elegidas al azar por la autora, el interés se centra en el universo del personaje y para su estudio se analizan los episodios pilotos de ambas series. En el caso de *Los Soprano* y *The Wire*, sin embargo, lo que se busca es analizar la influencia de las obras de Martin Scorsese en temas como la familia o la violencia. Además, el bloque se completa con una siempre interesante genealogía de la narración cinematográfica, a cargo de Juan Miguel Company, y un bonito capítulo sobre la música y el tratamiento sonoro en la ficción televisiva estadounidense actual, realizado por Xavier Mas i Sempere.

Los bloques cinco y seis, *Producción y difusión* y *Ficción para los nuevos medios*, son los dos últimos y, por su interés creciente, así como por el trato que durante las Jornadas se ofreció, con gran presencia de profesionales y expertos no académicos, se detallan con mayor interés.

La producción de ficción en España y su necesaria internacionalización

La ficción, no cabe duda, es el género ideal para anclar una imagen de marca positiva en cualquier cadena de televisión hoy día. En los últimos años, la emisión anual de dichos productos ronda las 1.500 horas en el conjunto del audiovisual y, una vez que las bases del

Fundación Telefónica
Telefónica

sector se asentaron en la década de 1990, el subsector de la producción audiovisual española, a pesar de las nuevas estrategias derivadas de la crisis económica, presenta un futuro esperanzador.

Tal y como indican Francés y Llorca, es esencial diseñar productos de largo recorrido, planteando proyectos alrededor de una marca de ficción: la serie televisiva es la raíz de un proyecto, pero también se debe desarrollar una estrategia desde el inicio para la explotación a medio y largo plazo de otros productos virales. Esto, como se señala en los capítulos del bloque, algunas productoras españolas saben hacerlo muy bien al destacar lo importante que es el hecho de enfocar la producción de series como eventos: se trata de generar expectación para fidelizar al público.

Además, existe un cambio de ciclo en las grandes productoras, por el cual se tiene que comenzar a realizar una nueva ficción y desarrollar unas nuevas estrategias empresariales muy enfocadas a la internacionalización. Por un lado, se trata de producir contenidos con temáticas globales e intentar que cada vez haya más series españolas en el extranjero. Por el otro, existe la necesidad de adaptarse a las condiciones del mercado internacional puesto que, aunque se ha mejorado mucho, las formas de hacer españolas deben ir un paso más allá. En este sentido, existen productoras que están creando sus departamentos de ventas internacionales; que saben lo que quieren -vender sus productos- y acuden a hacerlo a los festivales de larga tradición internacional.

La ficción para los nuevos medios y para las nuevas mentes

La televisión se ha convertido en centro de convergencia tecnológica y su industria de contenidos sigue siendo el principal motor de desarrollo. En torno a ella se sitúan todos aquellos prometidos novedosos mercados. Como no podía ser de otra manera, el libro, tal y como se trató en las Jornadas, se interesa por la visión de la producción audiovisual en torno a la cuestión de la televisión en la web, los contenidos para nichos de mercado determinados y el 'transmedia', así como qué tipo de relación existe entre la ficción y los nuevos medios.

Miquel Francés, ya en la introducción, señala a este respecto que las cadenas de televisión deben entender que se tienen que adaptar al nuevo entorno digital interactivo si quieren continuar conectando con el público joven y joven-adulto, que ha migrado hacia los nuevos dispositivos y ha adoptado nuevas fórmulas de consumo. Como ejemplo, la relación que en los últimos años se ha establecido entre el consumo de televisión -llámese convencional- y la presencia en redes sociales, como puede ser Twitter, debe ser muy tenida en cuenta por los responsables de las producciones de ficción televisiva, puesto que estas generan predisposición -o ausencia de ella- por los contenidos que se ofrezcan y bien pueden servir de termómetro a la hora de elaborar nuevas tramas, sorprender al espectador o, simplemente, buscar una mayor difusión y promoción del producto.

La creación de contenidos complementarios, sobre todo interactivos, basados en marcas audiovisuales es una nueva realidad que hace que la experiencia y el conocimiento que se pueda tener sobre la tradicional serie de televisión aumente. En el centro de este proceso se seguirá situando el mercado televisivo, lugar donde el diseño 'transmedia' de las

Fundación Telefónica
Telefónica

producciones adquirirá un gran valor.

No cabe duda de que el libro coordinado por Francés y Llorca es un buen punto de encuentro no solo para estudiantes de comunicación, sino también para todos aquellos implicados en la siempre difícil tarea de producir un proyecto de ficción televisiva en su sentido más amplio. Los planteamientos de los diferentes autores están centrados en cuestiones muy variadas, que abordan gran parte de las relativas a la ficción audiovisual en nuestro país, pero que no por ello caen en la dispersión, algo que es de agradecer a los responsables de la coordinación del volumen.

Fundación Telefónica
Telefónica