



RESEÑA / REVIEW

RECIBIDO / RECEIVED

27 de mayo de 2010

PÁGINAS / PAGES

De la 279 a la 281

ISSN: 1885-365X

FICHA DEL LIBRO / CREDITS

El guión en las series televisivas. Formatos de ficción y presentación de proyectos

AUTORES / AUTHORS

Pedro GÓMEZ MARTÍNEZ, Francisco GARCÍA GARCÍA

EDITORIAL / PUBLISHING COMPANY

Universidad Francisco de Vitoria. Madrid, 2010. 190 pp.

En el libro *El guión en las series televisivas. Formatos de ficción y presentación de proyectos*, Pedro Gómez Martínez y Francisco García García llevan a cabo una perfecta combinación del profundo conocimiento teórico que los autores tienen de la narrativa audiovisual (que no se limita al guión, como se pone de manifiesto en los diferentes capítulos de esta obra) con un no menos profundo conocimiento práctico fruto de los años de experiencia trabajando en el desarrollo de algunas de las más exitosas series de televisión en nuestro país. Y es esta síntesis la que hace que el libro sea interesante tanto para quienes dan sus primeros pasos en el estudio de los guiones televisivos dentro del ámbito académico como para quienes desean sacar el máximo partido a sus guiones desde el punto de vista profesional.

Recurriendo a un término utilizado en este libro, podemos decir que su *diferencial* (lo que hace a una serie diferente de otras series y que aquí lo utilizamos como lo que hace diferente a este libro de otros libros) es, precisamente, la combinación del rigor académico con la utilidad práctica, algo que, sin duda, le hace muy atractivo para todos los públicos.

Con un estilo ameno, al mismo tiempo que riguroso, se va desgranando todo el proceso de creación y comercialización de las series televisivas, con una considerable cantidad de ejemplos y casos reales que ilustran la teoría y que facilitan la comprensión de cada uno de los aspectos tratados a lo largo de sus páginas. Así, podemos encontrar algunas de las estrategias que utilizan las cadenas a la hora de programar estos productos, los errores más frecuentes que impiden que una serie sea más “visible” para el público, etc.

En cuanto a sus contenidos, *El guión en las series televisivas. Formatos de ficción y presentación de proyectos* se divide en dos grandes apartados. En el primero de ellos los autores nos muestran cómo se desarrolla el guión en el medio televisión independientemente del formato, mientras que en el segundo gran apartado se ponen de relieve las diferencias específicas en la producción de los diversos formatos televisivos.

Pedro Gómez Martínez y Francisco García García comienzan su obra destacando las diferencias que existen, desde el punto de vista del guión, entre el cine y la televisión, partiendo de la base de que la televisión no es “un cine en pequeñas dimensio-

nes” (13), sin que esto suponga no reconocer que los primeros programas televisivos tomaban en su origen premisas nacidas en el ámbito cinematográfico. Y el primer paso que dan los autores es hacer un breve e interesante análisis de las series de televisión en nuestro país, incluyendo algunos antecedentes que datan casi del nacimiento de Televisión Española. A medida que avanzan por este recorrido histórico nos van mostrando cómo con el tiempo la televisión se fue separando del cine para adaptarse a las peculiaridades de este nuevo medio y a la forma en la que las audiencias se enfrentaban a la televisión; es precisamente este contexto de recepción el que hace que la distancia entre un medio y otro se haya ido ampliando con el paso de los años (aspectos como la atención que se presta a lo que aparece en pantalla, el tamaño y la calidad de la imagen, la calidad del sonido,... influyen en el desarrollo de los proyectos de ficción en el medio televisivo).

Una vez analizadas las diferencias, dedican un amplio capítulo al trabajo específico que desarrollan los guionistas en televisión, centrándose en la biblia que “es en televisión lo que el guión en el cine: la sustancia en papel de la que puede salir el resto” (33): qué es esta biblia y, lo que a veces resulta más interesante, qué no es; para qué es útil este documento; las diferentes partes que la componen, desde la portada hasta las notas de producción, pasando por el concepto, el *story-line*...; los diferentes tipos de biblia; el papel de cada uno de los implicados a lo largo del proceso,... Todo ello aderezado con consejos prácticos para hacer más interesante y “vendible” un nuevo proyecto televisivo, sin olvidarse de la necesaria (a veces imprescindible en este tipo de trabajos) protección legal de la obra creada.

En el segundo gran apartado de *El guión en las series televisivas. Formatos de ficción y presentación de proyectos* se hace un amplio recorrido por los diferentes formatos utilizados en este medio poniendo de relieve las especificidades estructurales y de contenido de cada uno de ellos. En el apartado “A modo de conclusiones” se incluyen unos cuadros que presentan, de una forma muy gráfica, las diferencias que muestran los diversos formatos en los parámetros analizados a lo largo del libro: personajes (diferenciando protagonistas, principales, secundarios e invitados), escenarios (sets contruidos y localizaciones tanto interiores como exteriores), dramaturgia (actos, secuencias por episodio, número de tramas, tipo de trama, mezcla de géneros y elemento diferenciador) y temporalidad (duración del episodio, duración media de las secuencias y periodicidad).

En su recorrido por los formatos de ficción existentes comienzan por el monólogo o *stand-up comedies* con toda su carga retórica tal y como ponen de relieve los autores del libro al aplicar a este formato, con mucho acierto, los momentos de la construcción del discurso retórico.

El siguiente capítulo lo dedican a los microformatos, es decir, al *sketch* (diferenciándolo del gag) y a las tiras. Formatos de apenas unos minutos de duración que están menos sujetos a reglas que “las ficciones más estandarizadas”, lo que no impide que, a pesar de su planteamiento anárquico y su pretensión transgresora, en este libro se muestre también cómo presentan una serie de elementos característicos que les hacen diferentes e identificables.

Después de estos formatos, Pedro Gómez y Francisco García entran en el terreno de la *TV-movie* y de las miniseries que analizan conjuntamente ya que consideran que su diferencia está, únicamente, en la duración del texto: en ambos casos estamos ante una historia cerrada que, al menos en principio, no tiene prevista continuación.

Los tres últimos capítulos los dedican a los “productos seriados” que son los que dominan la escena televisiva desde los años noventa hasta la actualidad: *sítcom*, dra-

media y serial.


En la *sitcom* (acrónimo de *situation comedies*) el tono es siempre humorístico, sea realista o no lo sea; se trata de uno de los formatos más antiguos de la ficción televisiva, y entre sus señas de identidad se destaca en este libro, la autonomía de sus episodios y su sencillez, entendida más como un reto que como una ventaja para el guionista.

En relación con el/la *dramedia* (así, indistintamente, en masculino o femenino) se destaca su tratamiento realista que combina humor y drama sin que llegue, en ningún caso, a predominar claramente uno u otro. Los autores de *El guión en las series televisivas* se centran en el desarrollo de este formato en nuestro contexto sin olvidarse de las peculiaridades que presenta el mismo en la televisión estadounidense ni de algunos detalles característicos de las producciones sudamericanas.

Finalmente, el serial (con variantes conocidas con nombres como telenovela, *soap-opera* o *culebrón*) destaca por su continuidad ya que la serie siempre, o casi siempre, queda abierta y es el formato más homogéneo desde el punto de vista estructural.

A la vista de los contenidos, podemos decir que estamos ante un libro muy completo en el que se analizan los formatos de la ficción televisiva casi en toda su extensión. Formatos, que no géneros, ya que como los autores afirman rotundamente: “El formato no es el género” (143) y “si algo permiten los formatos es sobre todo la mezcla de géneros” (175).

Además de la amplitud de los contenidos, imprescindibles para conocer todos los aspectos relevantes de los formatos televisivos, es importante destacar, en este trabajo realizado por Pedro Gómez y Francisco García, el estilo de los textos ya que gracias a la variedad de ejemplos y a los innumerables detalles que incorporan en su obra, va a resultar una lectura especialmente útil tanto para descubrir los caminos más interesantes de los que pueden nacer las mejores ideas (incluyendo, por ejemplo, las noticias publicadas en la prensa) como para hacer más probable la venta del guión.

En resumen, con este libro los interesados en los formatos de ficción tienen a su alcance una herramienta muy valiosa que les acompañará a lo largo de todo el proceso de creación y elaboración de un proyecto para la televisión porque, como podemos leer en sus páginas, “para disfrutar de una conversación o de un texto comunicativo, necesitamos conocer su lenguaje. Para producirlo, nos conviene saber mucho más sobre su funcionamiento” (112). 

POR **Miguel Baños González**
Universidad Rey Juan Carlos
Madrid, España

2010



Universidad Francisco de Vitoria
Madrid (España)

www.comunicacionyhombre.com

REVISTA CIENTÍFICA INTERNACIONAL INDEXADA EN:

**BASES DE DATOS
INTERNACIONALES SELECTIVAS**

IEDCYT
EBSCO TOC Premier

**PLATAFORMAS DE
EVALUACIÓN DE REVISTAS**

DICE
IN- RECS
MIAR
Latindex, Catálogo y directorio

DIRECTORIOS SELECTIVOS

ULRICH'S

**OTRAS BASES DE DATOS
BIBLIOGRÁFICAS**

DIALNET
UNErevistas

HEMEROTECAS SELECTIVAS

Redalyc

PORTALES ESPECIALIZADOS

Red iberoamericana de revistas
de Comunicación y Cultura
Portal de la Comunicación
Universia
comserbatorio.com

**BUSCADORES DE LITERATURA
CIENTÍFICA OPEN ACCESS**

DOAJ
Dulcinea
E- REVISTAS
La criée
Google Académico

CATÁLOGOS DE BIBLIOTECAS

REBIUN
New Jour
ZBD
WORLDCAT
COMPLUDOC
COPAC
CISNE