

LA EMERGENCIA DE LAS SERIES

Concepción Cascajosa Virino

Universidad Carlos III de Madrid

ccvirino@hum.uc3m.es

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6348-5979>

En 1988 los profesores de la Universidad del País Vasco Santos Zunzunegui y Juan Zubillaga publicaron en la editorial Episteme un opúsculo titulado *Tengan mucho cuidado ahí dentro*, (*Hill Street Blues* o *los variados matices del gris*). Se trataba de una aproximación desde el análisis textual a la serie norteamericana policiaca *Hill Street Blues* (1981-1987), entonces de moda en España. La autora de estas líneas lo descubrió años más tarde, en los albores del nuevo milenio, mientras empezaba a trabajar en su tesis doctoral en la biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Cualquier atisbo de que las series de televisión pudieran tener un hueco en la universidad española era un motivo de entusiasmo para la joven doctoranda de entonces, especialmente porque el texto estaba firmado por una figura tan conocida como Santos Zunzunegui, cuyo libro *Mirar la imagen* (Cátedra, 1984) era lectura obligatoria para los estudiantes de Comunicación Audiovisual.

En estas dos décadas el prestigio crítico de la ficción televisiva ha crecido de forma exponencial. Los libros sobre series en las bibliotecas universitarias han dejado de ser una rareza, y hasta están de forma diferenciada en los planes de estudio. Uno de los motivos es que las series ahora ofrecen un espacio para el atrevimiento formal similar al de la modernidad cinematográfica. La presencia cada vez más habitual de cineastas en la creación de series (y su consecuente irrupción en los festivales de cine) ha sido una señal de la disolución de las fronteras entre lo fílmico y lo televisivo. Al menos dos veces (en 2014 con *P'tit*

Quinquin y en 2017 con *Twin Peaks: The Return*) la revista *Cahiers du cinéma* ha considerado que una serie de televisión era la mejor película del año.

Las series, también, se han convertido en una forma privilegiada de pensar el mundo. El libro de Dominique Moïsi *Geopolítica de las series. O el triunfo global del miedo* (Errata Naturae, 2017) es un buen exponente: los imaginarios globales de series de *House of Cards* (2013-2018) sirven para explicar el aire de los tiempos como ningún otro producto cultural contemporáneo. Solo hay que echar un vistazo a las páginas de opinión de los periódicos o las cuentas en redes sociales de los políticos: sus referentes ahora para conectar con sus posibles votantes son las series. Durante años la serie danesa *Borgen* (2010-2013, 2021-) siempre salió a colación cuando se hablaba de gobiernos de coalición y el Trono de Hierro de *Game of Thrones* (2011-2019) permanece como el símbolo de las luchas de poder en cualquier organización. La española *La Casa de Papel* (2017-2021) se convirtió en un fenómeno global cuando su representación de un grupo de ladrones de inspiración anarquista fue abrazada como un emblema de contestación social. Su sucesora, esta vez para hablar de los excesos alienadores del capitalismo, es la surcoreana *Squid Game* (2021-).

La emergencia de las series, sin embargo, no es solo una cuestión de calidad o relevancia, sino también una realidad cuantitativa. La producción de series se ha acelerado gracias a la irrupción de los servicios de vídeo bajo demanda transnacionales, un proceso bautizado en 2015 por el ejecutivo norteamericano John Landgraf como "Peak TV": en 2010 se produjeron en Estados Unidos 216 temporadas de series, que llegaron a ser 389 en 2014 y 532 en 2019. Ya no parece claro que se las pueda seguir llamando "de televisión", cuando se producen para ser consumidas en cualquier dispositivo al gusto del espectador. Este boom de producción, ya global, se ha articulado sobre la internacionalización, las fórmulas de co-producción y la transformación de algunas de las lógicas del mercado que se imaginaban como inalterables, como la medición de audiencias. El éxito de las series se construye ahora por las propias empresas a través de criterios muy específicos y un tanto opacos. Y aunque las oportunidades para los creadores habían sido tan amplias, tampoco lo había sido la información sobre su verdadera rentabilidad comercial.

Las series son ahora un objeto atractivo de estudio, resultado de un panorama inabarcable, poliédrico y en constante renovación. Y su presencia en la

academia seguirá aumentando para analizar, entre otros, cambios en las industrias creativas, nuevas fórmulas narrativas y recursos estéticos, su relación con el presente o con visiones del futuro y la representación de nuevos imaginarios sociales. Lo que una vez fue excepcional, hoy es una pujante realidad para los investigadores interesados en los medios audiovisuales y la cultura popular.