

reflexiones sobre la teleserie *Lost* y su intertextualidad: la isla y su asociación con el mito de Robinson Crusoe; la ballena y su relación con *Moby Dick*, de Melville; la dantesca visita del Purgatorio y la bajada a los infiernos; y el bosque, el lugar donde uno se pierde para después encontrarse, ya presente en las novelas artúricas.

En una obra de temática tan interesante, donde se juega con el binomio tradición/novedad en el contexto de nuestra sociedad mediática y posmoderna, sorprende en positivo la bastedad del rango de teleseries visto y comentado, así como la gran variedad bibliográfica que sustenta los análisis realizados. Sin embargo, pese a la corrección académica y la precisión de las apreciaciones, se echa en falta en la obra unidad y síntesis. A nuestro entender por la falta de homogeneidad en el criterio de ordenación de los diferentes y brillantes estudios presentes en el libro (a veces los capítulos reciben su título de un conjunto de mitos como los del genio loco, o de un mito muy concreto, como Sherlock Holmes, mientras que en otras ocasiones se aborda el tema de los padres o de la mujer en general, para pasar más adelante a dedicarle un título a la serie *Lost*); por una cierta contención a la hora de darle mayor alcance cultural, social y antropológico a los análisis de las múltiples teleseries (con gratas excepciones como se aprecia moderadamente en la página 75); y por la ausencia de conclusiones.

En suma: un buen libro para quien quiera apreciar la presencia de los mitos de siempre en las teleseries de ahora.

Jorge Martínez Lucena,
Universitat Abat Oliba CEU

Televisores cuadrados, ideas redondas. Algunas historias de la televisión

Mikel Lejarza Ortiz y Santiago Gómez Amigo

Temas de Hoy

Madrid, 2013

284 pp.

ISBN 978-8499982281

La televisión forma parte de nuestra vida y su manera de contar las cosas a través de múltiples formatos, narrativas y lenguajes ha influido en nuestra manera de ver el mundo que nos rodea y a nosotros mismos más que ningún otro medio. Es “nuestro suelo cultural común”, como la define el crítico Charles Paul Freund, presente y encendida en nuestros hogares una media de cuatro horas al día y objeto de una relación de amor-odio con sus audiencias que solo se explica desde la constatación de su relevancia social.

No es habitual encontrar en la literatura especializada obras como la escrita por Mikel Lejarza Ortiz y Santiago Gómez Amigo, dos profesionales del medio televisivo sobradamente conocidos, con una trayectoria que les ha llevado a ocupar posiciones relevantes en las principales cadenas de televisión de difusión nacional. Una intensa actividad profesional que en ambos casos deja espacio para el estudio y la reflexión sobre el propio medio. En esta obra ofrecen un amplio recorrido por la historia de la televisión, desde sus orígenes a nuestros días, del que caben destacar varios rasgos centrales. El primero de todos ellos es la perspectiva adoptada por los autores, que es la de quienes viven, entienden y sienten la televisión como un medio que no necesita más justificación que la de cumplir con dignidad la misión de entretener contando historias. Es, por tanto, un libro escrito desde la admiración por quienes a lo largo de esa historia que se inicia en el periodo de entreguerras, han sido capaces de innovar,

crear, producir y desarrollar maneras de contar y mostrar. No se busca, en consecuencia, transmitir al lector la secuencia ordenada y sistematizada de la historia de la televisión a través de sus principales hitos, sino más bien al revés. Lejarza y Gómez-Amigo han ido seleccionando elementos de la historia de la televisión que pueden narrarse de manera diferenciada, sin necesidad de sentirse atados por el corsé de la cronología o el rigor taxonomista propio de la literatura estrictamente académica. Cada uno de estos elementos constituye una realidad susceptible de merecer capítulo propio, y todos en su conjunto componen el mosaico que es la televisión. O, mejor dicho, la buena televisión: la televisión que emociona, entretiene, informa y es capaz de conectar con la realidad de las personas.

En la selección de todos y cada uno de estos elementos con los que se compone el retrato del medio, los autores ponen de manifiesto su profundo conocimiento de la génesis de cada formato y de la trastienda de cada programa de éxito, de la evolución de los géneros y narrativas audiovisuales, de la trayectoria personal de creadores, productores, actores y demás profesionales que han ido contribuyendo de una u otra manera a la innovación y evolución del medio. Así, en 21 capítulos escritos con un estilo narrativo muy ágil y salpicados de anécdotas, Lejarza y Gómez-Amigo pasan revista al nacimiento y evolución de los principales géneros y formatos a través del relato de su intrahistoria, en clave claramente personalista. Porque detrás de cada nuevo formato y de cada innovación, está siempre el talento de personas singulares y de equipos humanos igualmente únicos.

Con esta perspectiva, no es de sorprender que a lo largo del libro, los autores dejen entrever una cierta reivindicación a favor de una televisión de calidad que, como demuestra la historia de los grandes éxitos de audiencia, de crítica y de rentabilidad –las ideas redondas en televisores cuadrados–, suele exigir la confluencia de tres factores: capacidad para conectar con la realidad del ser humano, sea cual sea el lenguaje o formato elegido; apuesta por el talento y la innovación, sin quedarse en los lindes de lo ya conocido y explotado; y, consecuencia de lo anterior, una cierta capacidad de riesgo enfocada más al

medio y largo plazo que a los resultados inmediatos. Factores y cualidades que muchas veces se echan de menos en la programación que inunda nuestras pantallas.

Carmen Fuente Cobo
Centro Universitario Villanueva