

LA IMPORTANCIA DE LA DOCUMENTACIÓN HISTÓRICA EN EL RELATO TRANSMEDIA: EL CASO DE "EL MINISTERIO DEL TIEMPO"

THE VALUE OF THE HISTORICAL DOCUMENTATION IN THE TRANSMEDIA STORYTELLING: THE CASE OF "THE MINISTRY OF TIME" (TVE)

  **Jorge Miranda-Galbe.** *Universidad San Pablo CEU. Madrid, España.*
jorge.miranda.galbe@gmail.com

  **Francisco Cabezuelo-Lorenzo.** *Universidad Complutense. Madrid, España.*
fcabezuelo@ucm.es

RESUMEN

Este trabajo propone el refuerzo de la formación en competencias ligadas a la Historia de España e Historia Universal en el currículo formativo de los futuros egresados en el campo de la Comunicación Audiovisual ante el actual reto de la narrativa transmedia en la que la participación de los públicos se ha incrementado. Solo teniendo unos sólidos conocimientos culturales y bagaje histórico y humanístico, el nuevo egresado en Comunicación Audiovisual y Multimedia podrá dar respuesta al reto de tratar de explotar, en el sentido más económico del término, el auténtico valor y sentido de un producto de calidad, más allá de la obsesión por la perfección técnica o la innovación tecnológica.

PALABRAS CLAVE: comunicación audiovisual; El Ministerio del Tiempo; Televisión Española; narrativa transmedia.

ABSTRACT

This article proposes the reinforcement of training in skills linked to the History of Spain and Universal History. Both subjects are basic in the training curriculum of future graduates in the field of Audiovisual Communication in the context of transmedia. Only having a solid cultural knowledge and historical and humanistic background, the new professionals of Audiovisual and Multimedia Communication will be able to respond to the challenge of trying to exploit, in the most economic sense of the term, the authentic value and meaning of a quality product, more beyond the obsession with technical perfection or technological innovation.

KEYWORDS: TV and Cinema Studies; The Ministry of Time; Spanish Public TV; transmedia storytelling.

Cómo citar el artículo:

Miranda-Galbe, J., y Cabezuelo-Lorenzo, F. (2018). La importancia de la documentación histórica en el relato transmedia: el caso de "El Ministerio del Tiempo". *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 23(1), 15-27. doi: [http://doi.org/10.35742/rcci.2018.23\(1\).15-27](http://doi.org/10.35742/rcci.2018.23(1).15-27)

1. INTRODUCCIÓN, JUSTIFICACIÓN Y CONTEXTO

Series de éxito como *Isabel*, *Carlos*, *Rey Emperador* o *El Ministerio del Tiempo*, del ente público Radio Televisión Española (RTVE), ponen de manifiesto que los productos de calidad, aclamados por el éxito de crítica y público, se fundamentan en el trabajo de calidad de buenos guiones, contenidos, escenarios y rodaje de calidad. *El Ministerio del Tiempo* sigue la estela tanto de *Isabel* como de *Carlos Emperador*, en tanto en cuanto se trata de argumentos de ficción audiovisual basados en acontecimientos históricos reales, es decir, son series que proponen un viaje por momentos claves para la Historia de España, “dialogando con la memoria colectiva, dándole forma inclusive, y con una tradición crítica cultural e intelectual en torno a la historia” (Rodríguez-Mansilla, 2015, p. 75).

Este trabajo pretende demostrar como objetivo del trabajo que los conocimientos en Historia son una materia básica para el futuro profesional de la Comunicación Audiovisual, sobre todo en un contexto de alta competencia, donde la ficción audiovisual, que vive la era dorada de las series de televisión, está desarrollando, tanto nacional como internacionalmente, trabajos de calidad ambientados en otros momentos históricos como pueden ser los casos de las series *Mad Men*, *Vikings*, *Band of Brothers*, *The White Queen*, *The Tudors*, *The Borgias*, *Boardwalk Empire*, *Spartacus*, *Roma* o de *Downtown Abbey*.

Desde la Transición y la vuelta de la democracia a España, no hemos dejado de tener en nuestras pantallas diferentes producciones audiovisuales, sobre todo películas, tanto sobre la II República como sobre la Guerra Civil y el Franquismo. Se produjo un lógico revisionismo histórico imposible durante los años de la dictadura. Para algunos investigadores se trata de un intento cultural por recuperar la memoria colectiva sobre los conflictos recientes de nuestra historia para promover una superación de las viejas dicotomías así como desterrar el silencio (Rodríguez-Mansilla, 2015, p. 76).

Muchos españoles de diferentes generaciones no conocieron directamente la guerra (1936-1939), ni la posguerra, pero que tiene interés en acercarse a nuestro pasado reciente. Es una audiencia dispuesta a revisar el pasado no desde una perspectiva crítica, más bien lúdica, pero con inquietudes culturales e históricas, más allá de clichés y de ideas preconcebidas, conforme a lo que ha escuchado en casa de sus padres o abuelos, o lo que han leído (si ha sido el caso) durante su formación académica, en la que probablemente las Humanidades no han sido su punto fuente curricular.

En el caso de España, además de las producciones *Isabel* y *Carlos*, *Rey Emperador* en los últimos años, destacan algunas series ambientadas en el pasado reciente de la Historia de España como son los casos de la exitosa *Cuéntame*, *Amar en Tiempos Revueltos*, *Águila Roja*, *El Tiempo Entre Costuras*, o *Velvet*, entre otras producciones. En este contexto surge la serie *El Ministerio del Tiempo*, donde la trama es la propia Historia de España, lo que permite a la audiencia visitar contenidos que bien no conocían por nuestra deficiente formación humanística o bien ya habían olvidado o enviado a algún rincón inútil de la memoria.

Para Rodríguez-Mansilla (2015, p. 77), “hay un objetivo didáctico inherente a la ficción televisiva, mucho más patente en *El Ministerio del Tiempo*, ya que se está

constantemente repasando la historia de España frente al público cada vez que la patrulla empieza una nueva misión”, por lo que, según este autor, la serie trata de revisar la historia de España y divulgarla con el fin de transmitir y generar una conciencia histórica a la audiencia, puesto que la serie de TVE retrata momentos decisivos de la cultura española que van desde la unión de reinos de los Reyes Católicos, historias ligadas a las glorias del Siglo de Oro, la Guerra de Independencia contra la Francia napoleónica, la Generación del 27, o la postguerra franquista y la recuperación de la Democracia en los años de la Transición.

Pero, sin duda, el gran éxito de la citada serie está en la gran participación e involucración del público en la construcción del relato. Para ello, es necesario explicar algunos términos antes de entrar al análisis. El primero de ellos es el término “Narrativa Transmedia” (NT a partir de ahora). Viene del *inglés Transmedia Storytelling* y fue introducido por Henry Jenkins en el año 2003 en un artículo publicado en la revista *Technology Review*. En él aseguraba que “hemos entrado en una era de convergencia de medios que hace que el flujo de contenidos a través de múltiples canales sea inevitable” (Jenkins, 2003). Se trata, pues, de una nueva forma de contar historias a través de diferentes medios, expandiendo la historia. Cada medio que cuente parte de una historia transmedia lo hará siguiendo tanto sus propias características narrativas como técnicas. Cada medio “hace lo que se le da mejor” (Jenkins, 2003 & 2008, p. 101).

Esta realidad es fruto de la convergencia que se está viviendo desde hace unos años, en la que los consumidores no están pendientes de un solo medio, sino de varios. Es importante añadir, tal y como afirma Jenkins, que “los niños que han crecido consumiendo y disfrutando *Pokemon* a través de diferentes medios van a esperar el mismo tipo de experiencia de *El Ala Oeste de la Casa Blanca* cuando crezcan” (Jenkins, 2003).

Esto confirma la importancia del estudio de esta nueva forma de comunicar, ya que los espectadores cada vez van a pedir más. Incluso van a ser ellos creadores de contenido, lo que se conoce como prosumidores (*prosumers*). Esto coge mucha fuerza hoy en día gracias sobre todo a la Web 2.0, que da la oportunidad a estos prosumidores de expresarse libremente y, de esta forma, ayudan a que las historias se expandan cooperando en el proceso de creación.

La Web 2.0 es una herramienta que ofrece la oportunidad de crear contenido y compartirlo con los demás usuarios. Consigue que los espectadores dejen de ser meros receptores de información y pasen a ser públicos activos que buscan, comparten y generan contenido. El transmedia supone “un proceso en el que los elementos integrales de la ficción se dispersan sistemáticamente a través de múltiples canales de envío con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada” según las afirmaciones las teorías de Jenkins (2011).

Parece que al hablar de NT se hace referencia a algo novedoso y moderno. Sin embargo se trata de algo que llevamos viviendo desde hace tiempo, ya que a lo largo de la historia la gran mayoría de las culturas han transmitido su saber utilizando diferentes medios (escritura, pintura, escultura, teatro, etc.). Este ejemplo revela que se trata de una posibilidad narrativa que se ha usado durante miles de

años, pero con el auge de las tecnologías y la convergencia de medios ha ganado visibilidad recientemente.

Algunos ejemplos de transmedia serían *Star Wars*, que comenzó con una película y acabó convirtiéndose en una de las sagas de mayor éxito de Hollywood. Aunque inicialmente no se concibiese como una narración transmedia, se trata de una historia que poco a poco se ha ido llenando de contenidos: películas, cómics, series de animación, libros, páginas web, contenidos generados por usuarios, y una larga etcétera de aportaciones en diferentes medios que han enriquecido la historia aportando cada uno su propio granito de arena a la misma.

Otro ejemplo es *The Matrix*. Esta saga sí que se pensó desde un principio como un conjunto de relatos contados en diferentes medios, aportando cada uno algo diferente al resto: películas, series anime, videojuegos, cortometrajes, cómics, contenido de los usuarios. Es tal la cantidad de contenido que se creó para realizar esta historia transmedia que “los actores no estaban seguros de qué escenas se rodaban para el videojuego y cuáles para la película” (Jenkins, 2008, p. 106). Esto es un caso de NT por antonomasia, en la que todo el contenido tiene su medio de difusión predefinido con anterioridad, aportando nuevos fragmentos de la historia desde diferentes medios. Pero no sólo el cine cuenta con buenos ejemplos de NT, las series de televisión también han dado un paso adelante en este sentido. Ejemplos de ello son *Lost*, *Fringe* o *24*. En la producción española, el gran ejemplo actual es *El Ministerio del Tiempo*, pero tiene un buen precedente en el caso de *Águila Roja*. Sobre el concepto de narrativa transmedia existen importantes reflexiones en lengua española como son los trabajos de Carlos Scolari (2009, 2013) o el de Victoria Tur junto con Rodríguez Ferrándiz (2014).

De este modo, hoy en día vemos casos de ficción audiovisual en los que la trama salta de la pantalla de la televisión a las pantallas de las redes sociales, de los ordenadores y de los teléfonos móviles. Se trata también de que la historia se expande, a veces con poco control de los guionistas, los productores o las emisoras, a través de la narrativa de sus espectadores dando lugar al fenómeno de televisión social, según Rodríguez-Mateos y Hernández-Pérez (2015, p. 97).

Para estos autores, las productoras, con el fin de expandir la marca, la narración y mantener una comunidad participativa y comprometida con las series, se contratan profesionales o servicios que ayuden a aprovechar la potencialidad de las redes sociales y las ganas de participación por parte de los fans con el fin de potenciar no solo la serie, sino también sus productos paralelos como libros, camisetas u otros materiales.

Del mismo modo, se usan las redes sociales para generar ideas tramas e incluso sugerir nuevos personajes o historias. Por esta razón, hoy en día, las series cuentan sus propias páginas de seguidores y amigos en Facebook, con su propio *hashtag* o etiqueta en Twitter e incluso con un canal en YouTube. La finalidad es aglutinar en las redes a una comunidad de seguidores y de todo el contenido nuevo y en paralelo que se genera.

De este modo, vivimos en una etapa de convergencia mediática que supone un cambio cultural en tanto que anima a los consumidores a buscar información,

expresar y compartir sus ideas, emociones y puntos de vista sobre lo que están viendo (bien en directo o diferido). Así, la NT viene conformada por contenidos generados por los usuarios y su participación en las redes sociales comentando, criticando o interpretando su propia narración de lo que ve, lo que da lugar a la televisión social o "Social TV", definida como "la creciente convergencia entre la televisión y las redes sociales, mediante la cual los espectadores pueden compartir en todo lugar y en todo momento aquellos contenidos televisivos que más les interesan, y otorgando un valor añadido a la experiencia audiovisual" según Lorente-Cano (2011).

En este sentido, este trabajo nos lleva a preguntarnos por algunos nuevos roles profesionales dentro de la Comunicación Audiovisual. ¿Pueden existir o existen ya *community managers* o gestores de contenidos audiovisuales especializados en series de ficción audiovisual? ¿Cómo se gestiona toda esa documentación? ¿Qué conocimientos tanto tecnológicos como históricos son necesarios para este trabajo? ¿Existe un nuevo campo para los documentalistas en las empresas de audiencia social de televisión? ¿Es preciso mejorar la especialidad del documentalista audiovisual? ¿Quién debe responsabilizarse de los procesos de reconocimiento, indexación y tratamiento de estos contenidos? O como se preguntan Rodríguez-Mateos y Hernández-Pérez, ¿podrían los archivos audiovisuales plantearse un nuevo modelo de funcionamiento basado en la difusión y explotación, con fines comerciales o no, de su patrimonio audiovisual? (2015, p. 97).

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Este trabajo tiene como objeto de estudio la exitosa serie de ficción audiovisual española titulada *El Ministerio del Tiempo*, una producción de Onza Partners y Cliffhanger para Televisión Española, ideada por los hermanos Pablo y Javier Olivares. La serie se estrenó por primera vez el 24 de febrero de 2015 en La 1 de Televisión Española. Su éxito ha hecho que sus derechos se vendan a otros países como Portugal o China donde se harán versiones nacionales similares basadas en la misma idea original de los hermanos Olivares.

El Ministerio del Tiempo, como objeto de estudio ya ha sido estudiado por otros académicos previamente como muestran los trabajos de Cascajosa Virino (2015), Mena-Muñoz (2015), Rodríguez-Mansilla (2015) y Rodríguez-Mateos & Hernández-Pérez (2015). Del mismo modo, ha generado bibliografía transmedia en paralelo como son los trabajos de Schaaf & Pascual (2016). Desde los medios de comunicación hay diferentes textos de bastante interés como los de Álvarez (2015), Cantalapiedra (2015) y Pimentel (2015).

La serie española está protagonizada por actores muy populares en el panorama audiovisual nacional como son Rodolfo Sancho, Hugo Silva, Cayetana Guillén Cuervo y otros con una popularidad en auge gracias al éxito de la serie como Aura Garrido, Nacho Fresneda, Juan Gea, Francesca Piñón y Jaime Blanch.

El personaje interpretado por Nacho Fresneda es el de Alonso de Entreríos, un soldado de los Tercios de Flandes condenado a muerte en 1569 y salvado por el ministerio. Tiene unos valores muy antiguos y es un hombre de honor. Es el soldado perfecto,

experto tirador y estratega, y que se pone al mando de la situación cuando se requiere la fuerza. Por su parte, el rol de Aura Garrido es el de Amelia Folch, una de las primeras universitarias de España a finales del siglo XIX. De familia burguesa acomodada, es una de las primeras mujeres en acudir a la Universidad de Barcelona. Inteligente, con memoria fotográfica y trabajadora, es el cerebro del comando.

El popular Rodolfo Sancho, en el papel de Julián Martínez, es enfermero del SAMUR en la actualidad, que vive traumatizado por la muerte de su esposa en un accidente de tráfico tres años atrás, sin embargo, su valor y escaso apego a su propia vida por salvar las de los demás se convierten en algunas de sus virtudes como empleado. En la actual temporada de 2016, ante la incompatibilidad de Rodolfo Sancho de rodar *El Ministerio del Tiempo* a la vez que *Mar de Plástico* (para Atresmedia), aparece el nuevo personaje de "Pacino", un policía español de los años ochenta interpretado por el también muy popular Hugo Silva. A día de hoy no se sabe si Hugo Silva regresará en la tercera temporada.

Estos funcionarios reciben las órdenes de un grupo de superiores como son Ernesto Jiménez (Juan Gea) e Irene Larra (Cayetana Guillén Cuervo). A su vez, el trío protagonista rendirá cuentas ante el subsecretario Salvador Martí (Jaime Blanch). Angustias (Francesca Piñón) es la secretaria del ministerio. Un personaje apartado es el de Lola Mendieta (Natalia Millán), que es una ex-agente del ministerio que decidió fingir su propia muerte para enriquecerse gracias a facilitar información sobre las puertas del tiempo a terceros y traficando con obras de arte. Pero, durante la serie se ve que no es la única que hace un mal uso de acceso al pasado. Al final casi todos los personajes acaban rompiendo el propio propósito por el que trabajan y acaban viajando a escondidas a, por ejemplo, visitar su tumba y ver el año de su muerte, o visitar a familiares, lo que les traerá problemas no tan sólo delante de sus jefes, sino también en sus vidas personales.

El argumento de la serie de ficción es bastante original, en tanto que mezcla ficción con algo tan real como la propia Historia. De hecho, su trama se basta en historias creadas para que la Historia no sea cambiada y siga tu rumbo. Los personajes viajan a través del tiempo para evitar que la historia, tal y como la conocemos, cambie.

De este modo, sus argumentos giran alrededor de los viajes a través del tiempo de un grupo de personajes que pertenece a un supuesto "Ministerio Secreto" de un ficticio Gobierno de España, es decir, una institución gubernamental secreta que depende directamente de la Presidencia del Gobierno y del que solo tienen conocimiento los jefes de Estado y del Ejecutivo español, por lo que sólo un reducido número de funcionarios saben de su existencia. Esta trama secreta hace por tanto que el paso de un momento histórico a otro se haga de manera oculta a través de unas puertas vigiladas por las patrullas de funcionarios del propio ministerio. Estos funcionarios (que son a su vez personajes históricos en algunos casos) tienen una clara misión u objetivos, consistente en detectar e impedir que cualquier intruso del pasado llegue a nuestro presente o que retroceda a nuestro pasado con el fin de cambiar la Historia de España para su propio interés o beneficio.

El objetivo de la investigación consiste demostrar que los conocimientos en Historia (tanto de España como Universal) son una materia básica para el futuro profesional

de la Comunicación Audiovisual, sobre todo en un contexto de alta competencia, donde la ficción audiovisual, que vive la era dorada de las series de televisión. Así, como hipótesis, esta comunicación procurará demostrar que la Historia es una de las materias que el guionista debe conocer.

En los planes de estudio de Comunicación Audiovisual adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), sin embargo, el peso de estas materias ligadas a las Humanidades se ha puesto en entredicho. La escritura del guion de la serie exige un alto nivel formativo o asesoría de alto nivel en materia historiográfica, más allá de las tareas puntuales de documentación o de asesoría histórica por parte de terceros. Para dar respuesta a esta iniciativa se ha utilizado como metodología el visionado crítico y el análisis de contenido de los episodios emitidos hasta el momento (2015-2016) con el fin de revisar aquellos contenidos que desde el punto de vista histórico, a pesar de ser una serie con la Historia como eje de su trama, pueden contener errores historiográficos.

Finalmente, se presente dar respuesta a algunas preguntas de investigación. ¿Qué imagen de la Historia de España se ofrece? ¿Hay una visión partidista o polémica? ¿Cómo se narran acontecimientos conflictivos? ¿Qué errores o grandes erratas se pueden encontrar en la construcción del discurso? ¿Es un producto de calidad que realmente alcanza una función divulgativa? A estas y otras preguntas intentará dar respuesta este trabajo desde el pluralismo y el respeto a los diferentes puntos de vista existentes en la materia.

3. ANÁLISIS Y RESULTADOS

Toda la serie de *El Ministerio del Tiempo* está llena de referencias a lugares comunes de la cultura e historia de España, lo que permite que en nuestros oídos resuenen los nombres desde el nombre de Diego Velázquez hasta el de Franco, El Cid, Dalí o Cervantes, pasando por el Lazarillo de Tormes, El Empecinado, Federico García Lorca o Lope de Vega. Las misiones en las que se embarca la patrulla permiten identificar algunos tópicos de la idiosincrasia española como la picaresca, el humor, el ansia por desobedecer las normas, la improvisación y falta de planificación, las tensiones territoriales o nacionalistas como enfrentamientos propios y casi necesarios de auto identificación o afirmación de unas formas de ser español ante o frente a otras formas de serlo (nacionalismos). De hecho, en la serie algunas cuestiones problemáticas como las de los conflictos nacionalistas de una manera española no se resuelven, se posponen, o se interpretan a menudo a través del sentido del humor.

Otra muestra de la españolidad es el tratamiento de la improvisación como elemento típicamente hispano, algo que se puede comprobar desde el primer capítulo de la serie en la primera temporada. Rodríguez-Mansilla (2015, p. 92) rescata este ejemplo:

“¿Cuál es el plan?”, pregunta Amelia Folch cuando se les asigna la primera misión. “Somos españoles, ¿no? Improvisen”, ordena Salvador, el jefe. El Ministerio del Tiempo se regocija en este lugar común de la idiosincrasia peninsular. En el capítulo II, Gil Pérez, funcionario del siglo XVI, sostiene: “¿Qué clase de españoles seríamos si no fuéramos capaces de hacer el trabajo a última hora?”.

Sin duda alguna, uno de puntos fuertes de la serie *El Ministerio del Tiempo* es un pasión por la historia, pero eso no significa que la serie con cuente con más de una errata o gazapo en cuanto a su cronología, datos, detalles o aspectos que pueden restar credibilidad a las historias narradas en la exitosa saga audiovisual. El fenómeno transmedia, gracias a la participación de los seguidores aficionados a la serie, nos permite conocer en diferentes foros como los de Fórmula TV o el Foro de Historia de RTVE algunas de estas erratas que se resumen a continuación y que deben servir para poner de manifiesto la necesidad de una correcta formación en materia histórica por parte de los profesionales del audiovisual.

Evidentemente, la cuestión más chirriante desde la perspectiva de las Ciencias de la Comunicación es el uso del idioma español y su evolución a lo largo del tiempo. En la serie conviven y comparten escenario tres personajes de diferentes siglos: el personaje de Alonso de Entrerríos (soldado sevillano del siglo XVI), el de Amelia Folch (una universitaria catalana del siglo XIX) y el de Julián Martínez (un madrileño de Carabanchel del siglo XXI), sin embargo, todos ellos comparten un español estándar actual con alguna excepción del personaje de Alonso de Entrerríos que en ocasiones sí simula puntualmente el uso de un español arcaico o formas viejas de la lengua española. Sin embargo, no es algo muy trabajado ni perfeccionado desde el punto de vista del guión. Del mismo modo, los personajes tampoco respetan lo que podría ser un supuesto acento de origen de los personajes. Ni Amelia habla castellano con acento catalán, ni Alonso con acento sevillano o cualquier otra forma andaluza. Tampoco habla con acento andaluz en la serie el genial pintor universal, pero sevillano, Diego de Velázquez. Este error sin embargo no se produce cuando aparece en la serie el personaje de Federico García Lorca, al que quizás por su cercanía cronológica resulta más cercano y sí es representado con acento andaluz en la serie.

Desde el respeto a las diferentes sensibilidades políticas y territoriales, y sin ánimo de entrar en polémicas, lo cierto es que desde un punto de vista de amor a la Historia de España, a pesar de su carácter divulgativo y didáctico, o quizás por eso, intenta pasar por algo algunos detalles importantes sobre la configuración del actual Estado Moderno heredero de tantos y tantos vaivenes territoriales y políticos hasta llegar al actual Reino de España y su democracia parlamentaria fruto de la Constitución de 1978.

Desde algunas sensibilidades, la serie incluso puede ser acusada de un cierto “castellanismo” o “centralismo” en algunos aspectos, a pesar de estar hecha por españoles de diferentes regiones. De hecho, ya en los dos primeros capítulos de la serie se tiende a idealizar o presentar la etapa del rey Felipe II y su Imperio como la de máximo esplendor de nuestro país, ofreciendo una imagen demasiado estereotipada de la supuesta grandeza del viejo imperio español bajo la dinastía de los Habsburgo. Sin embargo, desde siempre, han existido las ahora llamadas “tensiones territoriales” o altas visiones de España más allá de las tradicionales o propias de Castilla. Las actuales reivindicaciones nacionalistas de diferentes Comunidades Autónomas y regionalismos exacerbados, ya tienen sus antecedentes en centenarias reclamaciones o quejas de siglos. Esta visión uniforme de España hace que muchos establezcan una línea común entre otras producciones de éxito de los mismos creadores de la serie como pueden ser *Isabel* o *Carlos Rey Emperador*,

evitando cualquier guiño o complicidad con los nacionalismos periféricos y siguiendo la vieja línea común del "castellanismo". Así, Rodríguez-Mansilla (2015, p. 92) afirma que:

Si se repara en este detalle, volvemos a otro lugar común que enlaza *El Ministerio del Tiempo* con [la serie] *Isabel*: su castellanismo. La España de estas series dista mucho de ser plural y huelgan en *Isabel* los guiños al nacionalismo catalán actual. Solo un botón, de varios que pueden localizarse. En el capítulo XII de la primera temporada de *Isabel*, Fernando sugiere a su padre que no humille a los catalanes. "A vos os tocará acabar con esto [el problema catalán]", le dice el anciano rey de Aragón. "A mí o a mis hijos", replica el monarca católico, entre risas. En el capítulo siguiente, el XIII, el padre de Fernando no deja de quejarse, nuevamente, de la intransigencia de los condes catalanes, a lo que su hijo le sugiere sosegar y negociar con ellos. Las referencias a la mala relación entre Cataluña y Aragón persisten a lo largo de la serie [*Isabel*].

Más allá de cuestiones sensibles que pueden ser objeto de debate, hay lo que tradicionalmente se denominan "gazapos" en la serie. Para revisar los posibles errores basta con echar un vistazo a los foros donde participan los fans, que evidentemente comentan algunos gazapos bien por su conocimiento territorial al vivir en la ciudad donde se cuenta la historia, haber vivido durante ese momento histórico (como ocurre con muchos fans que recuerdan perfectamente el último cuarto del siglo XX) o porque son expertos en un momento histórico de la Historia de España.

Así, por ejemplo fue muy comentado por la comunidad de seguidores de la serie a través de las redes sociales el error histórico del inicio del capítulo séptimo ambientado en Madrid en 1960 en el que el personaje de Irene Larra intenta suicidarse lanzándose desde lo alto de un edificio. A lo lejos se ve la famosa Torre Picasso del Paseo de la Castellana, que en verdad se construyó en 1988. En los años sesenta toda la zona madrileña de Azca no estaba totalmente desarrollada ni construida tal y como lo está en la actualidad.

Sobre la ambientación geográfica o ambiental, hay también ejemplos de otras anécdotas curiosas ubicadas fuera de Madrid. Así, por ejemplo, un fan de la serie de Huesca detecta "como altoaragonés" que, a pesar de tratarse de una serie de ficción, los guionistas opten por dotar al Ministerio de una "mazmorra" propia ubicada en la ciudad de Huesca del año 1059. En aquella época, la ciudad de Huesca era musulmana y su nombre en árabe era "Wasqa". El dominio musulmán se extendía sólo hasta las cercanas montañas del Prepirineo (o franja sur de la cordillera) que ya eran tierras cristianas. Para su defensa el rey de Navarra Sancho III ordenó construir la joya románica del Castillo de Loarre en la primera mitad del siglo XI, castillo fácilmente reconocible en la serie, y que en verdad se encuentra ubicado a 30 kilómetros de la capital oscense. La ordenación del territorio evidentemente no era la misma que la actual, pero se habla del mismo modo de la ciudad y de la provincia. En otro comentario, una seguidora salmantina de la serie critica que los protagonistas vayan a Salamanca y entren a la ciudad cruzando por las puertas del norte de la ciudad, pero que aparezcan inmediatamente cruzando el puente sobre el río que están el sur de la ciudad.

Del mismo modo, los conocedores de la Historia y la Geografía han comentado otra anécdota que sólo más especializados en el siglo XIX podían detectar como errata. Durante la cena en casa de los padres de Amelia Folch en Barcelona en el año 1880, su padre Enric Folch le pregunta a Julián qué opina del pacto entre Cánovas y Sagasta para alternarse en el Gobierno, cuando en verdad ese pacto, conocido como Pacto del Pardo, tuvo lugar en 1885, mientras Alfonso XII estaba en su lecho de muerte. Se trata de una anécdota minoritaria, pero ha habido otras muy comentadas.

Un gazapo que fue muy criticado por los seguidores de la serie fue la anécdota del Aeropuerto de Madrid-Barajas en el capítulo en el que los protagonistas deben ir al aeródromo, en los primeros años de la década de los ochenta, buscando el recibo perdido del envío del cuadro del “Guernica” de Picasso. Para ello, buscan entre las cajas que están en un trolley o carrito portaequipajes. Pero por error, se trata de uno de los carritos actuales (de 2015), de los que necesitan una moneda de un euro para ser usados. Sin embargo en los años ochenta, ni eran de moneda ni existían los euros. Del mismo modo, usan un mapa en el que aparecen cuatro terminales, como en la actualidad. La Terminal 4 (T-4) es reciente y no existían por aquel entonces.

Respecto a la década de los años ochenta también se produce otra anécdota curiosa. Julián Martínez aparece en varias ocasiones ambientado en 1981 con una camiseta del grupo de música norteamericana *Guns N’Roses*. Sin embargo, el grupo liderado por Axl Rose se creó a finales de los ochenta. El error es reiterativo, como identifica otro seguidor de la serie:

“Esa camiseta también la llevó en el primer capítulo cuando le regala la polaroid a la novia en el bar en los noventa. Aquí ya aluciné mucho con el fallo por que la tipografía es la que usa la banda desde hace pocos años, esa camiseta es de ahora, y a mí como fan de la banda me raya mucho ver esos anacronismos porque me sacan de la historia y en vez de estar pendiente estoy pensando por que cobra la de vestuario, cuando encima solo tenía que pasarse por un Zara para comprar una réplica de las de los 80 que las venden en la actualidad y si no en cualquier tienda de rock o haberla hecho”.

Este tipo de errores históricos es fácil de identificar por gente que conoció en primera persona los años ochenta. Es lo que comentan otros fans a la hora de criticar en los foros, cuando en el primer capítulo de la serie hablan de una “Puerta 58” en referencia al histórico doblete del Club Atlético de Madrid en el año 1996, y esta puerta le remite a los servicios de caballeros del Galerías Preciados de Callao. Sin embargo, en 1996, ya no existían estos grandes almacenes. Galerías pasó a suspensión de pagos y puesto en venta en el primero lustro de la década de los noventa. En 1995 fue finalmente absorbido por El Corte Inglés.

4. CONCLUSIONES Y DEBATE

Series como *El Ministerio del Tiempo* han despertado el interés por la Historia de España de la audiencia. El conocimiento en profundidad de la historia por parte de los fans y audiencia especializada de la serie exige un alto nivel formativo o asesoría de alto nivel en materia de historia a la hora de la escritura del guion audiovisual. Sin embargo, la experiencia audiovisual de ver una serie de ficción en televisión se ha transformado últimamente de manera sustancial como resultado tanto del

abaratamiento de los dispositivos de consumo como de reproducción de los contenidos a través de ordenadores y de dispositivos móviles como tabletas y los teléfonos móviles. Del mismo modo, la multiplicación de canales de archivo y distribución que permiten la descarga y visualización de contenidos ha dotado al espectador la libertad de decidir cómo, dónde y cuándo desea disfrutar de su serie favorita sin el corsé de tener que estar pegado a la pantalla el día y la hora que la cadena de televisión establecía para su emisión, tal y como ocurre con *El Ministerio del Tiempo*, disponible en la web de Televisión Española.

Este desarrollo tecnológico, conocido como convergencia mediática, en el que se produce un constante flujo de contenidos a través de múltiples plataformas de medios ha traído una nueva cultura de participación por parte de los usuarios. La narrativa transmedia es una nueva forma de contar historias a través de diferentes medios que surge a partir de la convergencia de medios y, por tanto, de las nuevas formas en que consumimos audiovisuales. Se está afianzando poco a poco como una nueva forma narrativa en la ficción actual, y para ello estas ficciones deben apoyarse en diferentes plataformas, siendo la más importante de todas la web 2.0 debido a sus características y a la capacidad de difusión con la que cuenta. Si una ficción televisiva quiere crear una historia transmedia, la web 2.0 deberá ser el pilar fundamental en el que sustentarse, aunque no por ello tiene que ser el único. Dependerá de la historia que se esté contando y de sus necesidades narrativas.

Por otro lado, la web 2.0 es el medio idóneo para que los fans puedan interactuar con la historia, incluso generando nuevos contenidos afines a la misma. De esta forma la ficción televisiva obtendrá una gran aportación de contenidos que ayudarán a la expansión de la historia en cuestión, tanto en la propia web como en otros medios haciendo que la historia crezca. Este nuevo escenario obliga a replantear también el trabajo de todos los profesionales del sector audiovisual. Vivimos la gran eclosión de la producción de contenidos transmedia. Ambos elementos, audiencia social y múltiples formas de difusión de estos contenidos audiovisuales, abren nuevas perspectivas al patrimonio audiovisual de las cadenas de televisión. Los archivos audiovisuales empiezan a dejar de ocupar un espacio cerrado y prácticamente restringido a los trabajadores de una cadena y se abren al gran público con acceso continuo en el tiempo, lo que puede ayudar a valorizar y rentabilizar los fondos audiovisuales.

De todos modos, no puede considerarse que todas las creaciones de los fans formen parte de la narrativa transmedia de una historia, ya que dentro de estas aportaciones hay que diferenciar entre las que expanden el mundo narrativo de las que no. Sólo las que aporten algo nuevo pueden ser aceptadas como parte de la narrativa transmedia.

En este contexto, como pone de ejemplo el estudio del caso de *El Ministerio del Tiempo*, el profesional de la Comunicación Audiovisual tiene ante sí nuevos retos profesionales. Uno de ellos consistirá en su trabajo de *community manager* o gestor de contenidos más allá del guion tradicional de la serie. Se tendrá que encargar también de la seguir la analítica para medir la audiencia diferida en largos períodos de tiempo después de finalizar la emisión de una serie. Del mismo modo, tendrá que desarrollar el rol de *community manager* responsabilizándose de los contenidos

existentes en los fondos del archivo con el fin de revitalizar o reforzar los mismos u otros nuevos contenidos, como ha puesto de manifiesto el caso de *El Ministerio del Tiempo*. Finalmente, tendrá también que controlar la creación de nuevos contenidos y la adaptación de los mismos a nuevos formatos con el fin de supervisar y controlar los contenidos generados por los usuarios. Así, tendrá que saber identificar, seguir, dialogar y conocer a los fans de la serie para detectar posibles errores, gazapos o errores y corregirlos, tal y como ha puesto de manifiesto el caso analizado.

Entre los retos de los nuevos profesionales de la Comunicación Audiovisual está el de mejorar sus competencias en materia de Historia y profundizar tanto en los conocimientos de Historia de España como de Historia Universal. Solo teniendo unos sólidos conocimientos culturales y bagaje histórico y humanístico podrá dar respuesta al reto de tratar de explotar, en el sentido más económico del término, el auténtico valor y sentido de un producto de calidad, como es el caso de *El Ministerio del Tiempo*, a pesar los gazapos aquí analizados.

Hasta ahora los profesionales audiovisuales se limitaban a tareas de creación o reprogramación de contenidos ya emitidos. Sin embargo, la digitalización de los archivos y la aparición de las redes sociales en la actual sociedad multipantallas abren un nuevo campo para profesionales dispuestos a explotar el patrimonio audiovisual, tal y como ha puesto de manifiesto el análisis del caso de *El Ministerio del Tiempo*, un exitoso ejemplo de narrativa transmedia española que cuenta con *community managers* y redactores de medios interactivos que se encargan de dinamizar las redes sociales e intentar lograr el *engagement* o compromiso con los seguidores de la serie, lo que se traduce en mayor tráfico de visitas, más visionados, mejores audiencias y mejores cifras de negocio.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez, J. (2015). El Ministerio del Tiempo mejora notablemente su audiencia en diferido. Recuperado de <http://www.bluper.es/noticias/elministerio-del-tiempo-mejora-notablemente-audiencia-diferido>

Cantalapiedra, C. (2015). Una serie que viaja a través del tiempo y de los medios: la exitosa estrategia transmedia de *El Ministerio del Tiempo*. *Anuncios: Semanario de publicidad y marketing*, 105(27), 40-41.

Cascajosa Virino, C. [Coord.] (2015). Dentro de *El Ministerio del Tiempo*. Madrid: Ed. Léeme.

Jenkins, H. (2003). Transmedia storytelling. Recuperado de <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

- Jenkins, H. (2011). Transmedia 202: Further Reflections. Recuperado de http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html
- Lorente-Cano, M. (2011). "Social TV" en España: concepto, desarrollo e implicaciones. *Cuadernos de Gestión de Información*, 1(1), 55–64.
- Mena Muñoz, S. (2015). El reto de la información audiovisual en la transmedia: diseñar contenidos hoy para una narración multiplataforma. En García González, C., Meléndez Valoria, V. y García Triviño, F. (Coord.) *Proyectos y metodologías de diseño dual*, (pp-147-155). Madrid: ESNE.
- O'Reilly, T. (2005). What is Web 2.0. Design Patterns and Bussiness Models for the Next Generation of Software. Recuperado de <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
- Pimentel, A. (2015). Ministéricos: radiografía de un fenómeno fan televisivo en la era de internet y las redes sociales. Recuperado de <http://www.rtve.es/television/20150421/ministericos-radiografia-fenomeno-fan-televisivoera-internet/1133040.shtml>
- Rodríguez-Mansilla, F. (2015). La picaresca en *El Ministerio del Tiempo*. *Impossibilia*, 10, 74-96.
- Rodríguez-Mateos, D. & Hernández-Pérez, T. (2015). Televisión social en series de ficción y nuevos roles del documentalista audiovisual: el caso de 'El Ministerio del Tiempo'. *Index.comunicación*, 5(3), 95-120.
- Schaaf, A. y Pascual, J. (2016). *El tiempo es el que es*. Barcelona: Plaza & Janés
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3(0), 21.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Tur-Viñes, V., y Rodríguez Ferrándiz, R. (2014). Transmedialidad: series de ficción y redes sociales. El caso de Pulseras Rojas en el grupo oficial de Facebook (Antena 3). *Cuadernos.info*, 34, 115–131. doi: <http://doi.org/10.7764/cdi.34.549>
- VV. AA. (2016). *Curiosidades de la Historia con El Ministerio del Tiempo*. Madrid: Espasa/RTVE.