



Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo *Juego de Tronos*

Javier Lozano Delmar, Irene Raya Bravo y
Francisco J. López Rodríguez (coords.)
Madrid, Fragua, 2013
584 páginas

Reseña por Esther Simancas González

Como si de una novela por entregas se tratase, las nuevas series de ficción enmarcadas dentro de la denominada *Quality Television* mantienen en vilo a los espectadores capítulo tras capítulo. Es tal el interés que despiertan que superan día a día récords históricos de audiencias, llegando a convertirse en piedra angular de la industria audiovisual internacional en tan solo en unos años.

Este imparable fenómeno televisivo no ha pasado desapercibido para un grupo de docentes e investigadores del Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura de la Universidad de Sevilla, que se ha aventurado a analizar en el libro *Reyes, espadas, cuervos y dragones. Un estudio sobre Juego de Tronos* la aclamada serie *Juego de Tronos*, catalogada como una de las mejores ficciones televisivas del momento.

La obra, editada por la editorial Fragua, ofrece un completo y profundo estudio de las dos primeras temporadas de esta archiconocida adaptación televisiva de HBO en un tono cercano y ameno capaz de cautivar tanto a seguidores e iniciados en la materia como a aquellos que se acercan por primera vez a la serie.

A lo largo de sus 584 páginas, se abordan multitud de aspectos esenciales de la serie desde el punto de vista comunicativo, aportándose interesantes perspectivas y detalles que permiten al lector reflexionar y entender su compleja construcción narrativa, la riqueza de su puesta en escena y su amplia repercusión social. De este modo, el libro va más allá del análisis de los elementos paratextuales de la serie para abordar el fenómeno *Juego de Tronos* en toda su complejidad y desde todas las perspectivas posibles: construcción audiovisual de la novela y cambios con respecto a esta, detalles clave de la producción, análisis del discurso y aspectos concretos del relato desde diferentes puntos de vista (género, política, religión) y su relación con la realidad actual, referencias artísticas, detalles del universo sonoro, estrategias publicitarias y transmedia utilizadas, así como una aproximación al universo *fandom* de la serie.

El texto se organiza en cuatro prometedoras secciones que se inauguran con un **primer bloque** temático titulado 'Un proyecto televisivo', compuesto por cuatro capítulos y centrado en transmitir al lector la esencia de la serie, a partir de la

contextualización de los diferentes escenarios en los que nace y se desarrolla la misma.

El primer capítulo ('El camino hacia *Juego de Tronos*. Nuevas tendencias en la fantasía cinematográfica y televisiva del nuevo milenio') que hace las veces de capítulo introductorio, analiza las tendencias actuales y futuras de la fantasía cinematográfica y televisiva en el contexto de *Juego de Tronos*, de la mano de Irene Raya y Pedro J. García.

En 'La serie – novela HBO: *Juego de Tronos* en la era de la televisión por entregas', segundo texto escrito por Pedro J. García G, se relacionan los capítulos más exitosos de las series 'estrella' de la televisión de los últimos tiempos con *Juego de Tronos* para comprobar de qué manera han influido en la adaptación televisiva de la saga literaria *Canción de Hielo y Fuego*.

Con el tercer capítulo, 'De la novela a la pantalla. La adaptación televisiva de *Juego de Tronos*', López y García analizan las diversas estrategias discursivas utilizadas en la serie, teniendo en cuenta diferentes niveles de expresión (estético, narrativo y socio-cultural).

El último capítulo explicita y desglosa cifras muy concretas sobre la producción de la serie, por algo se titula '¿Cuánto cuesta construir Poniente?'. Hilario J. Romero no solo ofrece datos económicos, sino que aporta información sobre localizaciones, sobre el número de actores, etc.

La **segunda parte del libro**, cuyo título es 'Explorando los siete reinos', es la sección con mayor número de capítulos, siete en total. Profundiza en los detalles de la historia de Poniente: personajes, lucha de poder, aspectos políticos y religiosos o estereotipos de género transmitidos.

'*Juego de Tronos*, una fantasía realista', capítulo escrito por Raya, es el primer capítulo y está centrado en describir los aspectos fundamentales para la creación de la fantasía realista.

Mar Rubio-Hernández analiza el componente mítico y religioso en el género fantástico, para terminar buscando el paralelismo entre la religión y los sucesos acontecidos en Poniente.

'Arquetipos femeninos en *Juego de Tronos*: tipología y roles de género', por Francisco J. López y Juan A. García, analiza el papel de la mujer en la historia de George R. R. Martin a través de los estereotipos femeninos que aparecen en la serie (madres, las guerreras, las damas, las prostitutas, las gobernantas, las salvajes, o las brujas).

Lo mismo hará Inmaculada Sánchez-Labela en el siguiente capítulo, 'Percepción del personaje masculino y su construcción arquetípica en el relato fantástico', pero en este caso reconstruyendo los roles masculinos más representativos.

J. J. Vargas en 'Juego de mundos. La lúdica como estética en *Juego de Tronos*' muestra los paralelismos entre los juegos y las estrategias bélicas utilizadas en el Reino y los que tienen lugar fuera de la ficción.

‘Juego de poder. Poniente como espejo político del mundo real’, por Araceli Gómez, consigue visualizar cómo los diversos personajes representan un fiel reflejo del panorama social actual.

Con el capítulo de Víctor Hernández, ‘A la conquista del Trono de Hierro: propaganda, persuasión y juegos de poder’, queda claro que *Juego de Tronos* es “una serie sobre el poder, de cómo obtenerlo y cómo mantenerlo”.

El **tercer bloque**, ‘Poniente a través de la pantalla’ está referido a los aspectos técnicos y audiovisuales de la serie, aspectos que han hecho de ella una de las más representativas del género fantástico televisivo.

El primer capítulo, escrito por Sergio Cobo-Durán y titulado ‘Guión audiovisual en *Juego de Tronos*: arcos de transformación de los personajes’, muestra, como su propio título indica, un panorama general de la transformación de los distintos personajes, poniendo el foco en las familias más importantes en las primeras temporadas (los Stark, los Lanniser y los Targaryen).

Mónica Barrientos en ‘Fuentes de inspiración visual en *Juego de Tronos*: el referente pictórico’ ayuda a entender de qué manera se ha visto influenciada la serie por la historia del arte, en concreto por la pintura, ofreciendo al lector ejemplos y similitudes muy esclarecedoras acerca de la representación pictórica del Medievo.

El capítulo de Cristina Pérez de Algaba, ‘Escribiendo fantasía en imágenes. Análisis audiovisual de *Juego de Tronos*’, está concebido como un mapa para que los espectadores logren ubicarse en los laberintos de esta ficción televisiva.

Al igual que el primer bloque, este apartado cierra con un capítulo que aporta datos concretos sobre producción, en este caso sonora. El universo sonoro de *Juego de Tronos* se pone al descubierto, aportándose incluso declaraciones inéditas y exclusivas del equipo de sonido de la mano de Francisco J. Cuadrado.

La **cuarta sección**, ‘Más allá del mar Angosto’, explora el fenómeno de *Juego de Tronos*, abordando cuestiones fundamentales que permiten comprender su repercusión social y mediática.

Ana I. Barragán con ‘Los banderizos de *Juego de Tronos*. Creación de comunidades y producciones discursivas del *fandom*’ trata un tema de suma actualidad e interés, el fenómeno *fandom* generado alrededor de los Siete Reinos. Para ello, analiza webs, blogs y perfiles de las comunidades de seguidores.

El siguiente capítulo, ‘Caza y captura del espectador: publicidad y promoción de la serie *Juego de Tronos* en Estados Unidos y España en medios convencionales’, de Gloria Jiménez y Rodrigo Elías, examina con extremo detalle las estrategias publicitarias y promocionales convencionales desarrolladas por la cadena HBO, Canal + y Antena 3.

Complementando el anterior artículo, Javier Lozano, en ‘Nuevas formas publicitarias digitales en *Juego de Tronos*: La publicidad mediante experiencias’, se centrará en el estudio de las nuevas tendencias publicitarias que también han sido puestas en práctica por las productoras y distribuidoras para, más allá de la promoción, promover la interactividad con los ciudadanos.

El último capítulo de esta sección, ‘La arquitectura transmedia de *Juego de Tronos*’, escrito por Antonio Gómez y M^a Ángeles Martínez, muestra cómo las estrategias publicitarias publicitarias convencionales y las más novedosas confluyen en una fascinante convergencia mediática y discursiva, siguiendo las tendencias comunicativas actuales.

Finalmente, el volumen se cierra con ‘La llegada del invierno: punto y seguido a la ficción’, donde Alberto Hermida recopila, a modo de conclusión, los puntos tratados en la obra y que hacen que la serie *Juego de Tronos* supere la ficción televisiva para convertirse en un fenómeno social.