



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

DENTRO DE C&S

OK



Reseña /

Mercedes MEDINA

Series de televisión. El caso de Médico de familia, Cuéntame cómo pasó y Los Serrano

Yumelia, Madrid, 2008, 193 pp.

Las series familiares Médico de familia (1995-1999), Cuéntame cómo pasó (2001-) y Los Serrano (2002-2008) resultan emblemáticas dentro de la ficción española. Tienen en común que se dirigen a un público familiar, desde los niños a los abuelos, y que la mayoría de las acciones y relaciones entre los personajes se desarrollan en el entorno familiar. Además, destacan porque han logrado altos índices de audiencia en muchas temporadas. En ocasiones han llegado a alcanzar el 35% de cuota de pantalla. Este éxito explica que hayan sido exportadas a otros países y hayan alcanzado también cuotas elevadas de audiencias. Pero ¿cómo se explica el éxito de estas tres series? Esta pregunta ha llevado a Mercedes Medina a coordinar un trabajo de investigación sobre las series familiares de ficción. Desde un enfoque multidisciplinar se abordan cuestiones creativas y de producción, que tienen en cuenta el guión y su desarrollo, las negociaciones y estándares de producción, así como estrategias de programación y de explotación comercial, y un análisis de la audiencia receptora de la serie. La monografía se divide en seis capítulos que intentan dar razón de las decisiones tomadas en cada una de las áreas mencionadas. En el primero, "Economía de las series como producto audiovisual de entretenimiento", Mónica Herrero define los conceptos necesarios para entender el entretenimiento desde una doble perspectiva: como elemento esencial, configurador del producto, y como contenido indispensable de la relación de comunicación. Además, Herrero reflexiona sobre las características económicas del producto de entretenimiento y, siguiendo el modelo de Aroldi (2001), se propone analizarlo desde una triple perspectiva: el contenido, la forma y la lógica de la parrilla. Herrero concluye: "Sólo una comprensión del producto televisivo de entretenimiento desde todas sus dimensiones, que incluye el conocimiento de una audiencia heterogénea y sus necesidades, permite hacer de las series familiares de ficción un producto de calidad" (p. 41). El segundo capítulo se centra en los estándares de producción de las series familiares. En este caso, Patricia Diego y Alex Pardo, a través de los documentos de producción de las series y las entrevistas a productores y directores de estos espacios televisivos, cuentan cómo los parámetros creativos, técnicos y logísticos condicionan el proceso de producción en sus variables típicas (tiempo, coste y calidad) y permiten desarrollar un sistema de producción seriado a gran escala. En el tercer capítulo, José Ángel Cortés aborda el estudio de las series desde la programación. La labor programática es importante, ya que su fin consiste en conseguir el mayor rendimiento de los programas en términos de audiencia, con el menor coste posible. Esta tarea exige al programador conocer bien los productos que se van a programar, así como los hábitos y costumbres de la audiencia. Además, el programador deberá construir una oferta sinérgica y eficaz, capaz de hacer frente a las de la competencia y hacerla lo más rentable posible. El capítulo queda enriquecido con numerosas tablas con los resultados de audiencias de las tres series. En el cuarto capítulo, Mercedes Medina ahonda en la explotación comercial de estas series, que ofrecen un gran atractivo para los anunciantes, sobre todo gracias a su target familiar. Más allá del tradicional spot publicitario, las series familiares albergan otras formas para conseguir recursos económicos. Una de las más explotadas es el product placement, cuyas tarifas dependen del éxito de la serie. Otras fuentes de ingresos se consiguen con la venta y alquiler de los capítulos en formato DVD, el uso de la página web como plataforma de venta y fidelización de las audiencias, el merchandising de productos vinculados a las series, la explotación de los derechos musicales y la distribución internacional del formato o de los capítulos acabados. Mar Grandío analiza en el quinto capítulo la recepción por parte del público de Los Serrano y Cuéntame cómo pasó. Teniendo en cuenta la tradición funcionalista y culturalista sobre los estudios de recepción, Grandío aporta un modelo de análisis complementario, que se centra en los aspectos culturales de la recepción así como en los usos y gratificaciones derivados del consumo. Su estudio se basa en 454 encuestas online, que estuvieron disponibles en la red durante junio y diciembre de 2005. Esta metodología permite a Grandío obtener resultados cuantitativos y también cualitativos para enriquecer su investigación, así como conocer el perfil sociodemográfico del público de estas series. En el último capítulo de la monografía Ruth Gutiérrez trata la falacia dramática y la representación de la familia en la ficción televisiva. Gutiérrez considera la falacia dramática un truco retórico que facilita la manipulación ideológica, comercial, industrial y política de los contenidos audiovisuales. En las tres series estudiadas se pueden encontrar ejemplos de este recurso. Aunque Los Serrano es la serie que más incurre en él. En este capítulo, también se exponen los rasgos familiares presentes en las series y cómo, en ocasiones, se llegan a deformar en la medida en que se dan desviaciones falaces. A través de este estudio se ponen de manifiesto algunas incoherencias internas de las series. El libro es pionero en la investigación de series de ficción en España debido a su enfoque multidisciplinar, lo que lo convierte en una obra de referencia en la literatura sobre las series españolas de televisión. Cabe destacar las fuentes utilizadas para llevar a cabo este proyecto, como las biblias, los documentos de producción internos, los datos históricos de las audiencias y las entrevistas con los profesionales, que proporcionan información valiosa y desconocida para los que no están directamente involucrados en la realización y comercialización de las series. Además del interés para los investigadores académicos, también puede resultar de utilidad para alumnos y futuros profesionales del sector, ya que se desgranar los elementos indispensables para crear una obra de éxito y de calidad. Asimismo, el carácter integrador del texto permite a todos los profesionales que participan en la creación de la serie –guionistas, productores, programadores, comerciales y público– entender mejor su trabajo y su influencia.

Teresa OJER

tojer@usj.es

