

Crítica de llibres

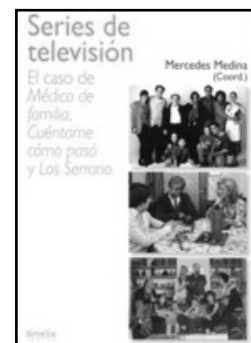
MEDINA, M. (coord.) *Series de televisión. El caso de "Médico de familia", "Cuéntame cómo pasó" y "Los Serrano"*.

Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, 2008, 200 pàg.

ISBN: 978-987-601-028-3.

PER CONCEPCIÓN CASCAJOSA VIRINO

Professora ajudant doctora en el Departament de Periodisme i Comunicació Audiovisual de la Universitat Carles III de Madrid



Producció i recepció de les sèries de televisió familiars

Malgrat les oscil·lacions que caracteritzen el mercat de la televisió, les sèries de ficció produïdes localment es mantenen entre les opcions predilectes dels espectadors. Tanmateix, el seu prestigi crític és mínim, i són ignorades tant pels detractors del mitjà (que prefereixen ocupar-se d'altres gèneres com ara els informatius i la telerealtà) com pels seus adalits (que opten per tractar productes més prestigiosos i sofisticats, com ara les sèries de ficció nord-americanes). Però aquesta curiosa invisibilitat crítica té una excepció rellevant en els acostaments centrats en els aspectes econòmics i creatius, aspecte acreditat per publicacions com ara *La ficción televisiva popular* de Mario García de Castro (Gedisa, 2002), *¿Qué es eso del formato?* de Glòria Saló (Gedisa, 2003) i *La gestión de la creatividad en televisión: El caso de Globomedia* de Jaime Bardají i Santiago Gómez Amigo (EUNSA, 2004). Aquesta tendència crítica és continuada per una nova publicació que, si bé evita entrar a fons en una anàlisi de la repercussió cultural de les sèries locals, almenys prossegueix de manera decidida en la reivindicació de la seva fortalesa com a producte comercial i puntal bàsic de la indústria audiovisual a Espanya en un moment en què es qüestiona la utilitat real de les mesures proteccionistes i les subvencions per a un cinema, en contrast, cada vegada més abocat a la marginalitat. D'aquesta manera, l'estudi de les circumstàncies de creació, producció, programació, explotació comercial i recepció de les sèries espanyoles és l'objecte central de l'obra col·lectiva *Series de televisión. El caso de "Médico de familia", "Cuéntame cómo pasó" y "Los Serrano"*. Com indica el títol, els autors s'han centrat en tres sèries de notable popularitat des de l'arribada de la televisió privada a Espanya que, al seu torn, pertanyen a un dels gèneres predilectes del mitjà, les sèries familiars. La coordinadora de la publicació és Mercedes Medina, professora d'estructura de la comunicació audiovisual i negocis audiovisuals a la Facultat de Comunicació de la Universitat de Navarra. Medina ha centrat la seva trajectòria investigadora en els aspectes econòmics de la creació i gestió de continguts audiovisuals i ha

publicat anteriorment les monografies *Calidad y contenidos audiovisuales* (2006), *Estructura y Gestión de Empresas Audiovisuales* (2005), *European Television Production: Pluralism and Concentration* (2004) i *Valoración publicitaria de los programas de televisión* (1998). També ha estat la directora del projecte de recerca "Valors empresarials i temàtics en les sèries familiars de televisió a Espanya", resultat del qual és el llibre *Series de televisión. El caso de "Médico de familia", "Cuéntame cómo pasó" y "Los Serrano"*.

L'origen de la publicació en un projecte de recerca es manifesta de manera immediata en una estructura fortament cohesionada en la qual els diferents autors (procedents de la Universitat de Navarra, la Universitat Catòlica Sant Antoni de Múrcia i la Universitat Sant Pau-CEU) s'ocupen dels diferents àmbits d'anàlisi sense gaires interferències entre si al llarg dels sis capítols de què consta l'obra i que, tot i que no apareixen així distribuïts, es poden catalogar entre els que se centren en fonaments econòmics (M. Herrero / M. Medina), els que s'ocupen de les circumstàncies de creació (P. Diego i A. Pardo / R. Gutiérrez) i els que se centren en la recepció dels programes des del punt de vista quantitatiu i qualitatiu (J. A. Cortés / M. Grandío). En el primer, Mónica Herrero s'ocupa dels fonaments econòmics generals dels productes televisius d'entreteniment familiars, el contingut dels quals basat en la identificació entre la ficció i la realitat quotidiana dels espectadors afavoreix cicles llargs de vida, el consum repetit de capítols i una popularitat constant fins i tot després de la cancel·lació del programa. El capítol següent, signat per Patricia Diego i Alejandro Pardo, analitza el desenvolupament de la gestació i producció dels tres programes analitzats. El capítol, l'aportació més destacable de la publicació en el seu conjunt, es caracteritza per la riquesa de la informació aportada respecte dels elements que condicionen la producció de programes de ficció, com ara els contractes entre productores i cadenes, la distribució de les tasques en diferents equips de treball i la importància dels actors com a element econòmic (i no només creatiu) essencial. El capítol de José Ángel Cortés es concentra en els aspectes programatius de les sèries familiars, incloent-hi elements com

ara la durada i estructura narrativa d'aquestes, i l'audiència, desglossada per perfils demogràfics, que van aconseguir en la seva exhibició original.

Mercedes Medina utilitza igualment dades d'audiència per traçar al quart capítol els rendiments econòmics que es deriven de les sèries, incloent-hi l'explotació publicitària, els acords amb marques comercials per a la inclusió de productes en la ficció de les sèries i les vendes internacionals. El capítol de María del Mar Grandío és un estudi etnogràfic de la recepció que analitza les opinions i impressions d'espectadors habituals de les dues sèries més recents, *Los Serrano* i *Cuéntame cómo pasó*, per concloure que l'humor i la nostàlgia són, respectivament, els elements fonamentals del seu atractiu per a l'audiència, per damunt del realisme en la representació de les situacions familiars. L'últim capítol, de Ruth Gutiérrez, es distancia del plantejament economicista que caracteritza el llibre en el seu conjunt per centrar-se en l'anàlisi narrativa de les tres sèries des del punt de vista de la manera, fal·laç segons l'opinió de l'autora, amb què es representa la realitat de la família, on el cas més extrem és el de *Los Serrano*, que porta a desnaturalitzar la versemblança en pro de l'efecte còmic.

Series de televisión. El caso de "Médico de familia", "Cuéntame cómo pasó" y "Los Serrano" agafa com a objecte d'estudi tres sèries de popularitat extraordinària, amb seguretat els productes de ficció produïts localment de més repercussió d'audiència i, per tant, de les quals s'han derivat més beneficis econòmics. Tanmateix, al llibre es pot objectar una notable càrrega al plantejament multidisciplinari amb què es presenta als lectors, una anàlisi cultural dels programes estudiats que tingués en compte, per exemple, les problemàtiques socials i psicològiques de les sèries analitzades, la seva relació amb els canvis experimentats per la societat espanyola o la seva posició en el desenvolupament de narrativa televisiva a Espanya. D'aquesta manera, l'element de vinculació entre les tres sèries, el seu caràcter de producte familiar quant a contingut, apareix com un element fins a cert punt trivial molt poc aprofitat des del punt de vista analític. Però aquesta oportunitat perduda no entenebra de manera definitiva els èxits d'aquesta interessant aportació al desenvolupament dels estudis televisius a Espanya, que ja té traducció a l'anglès amb el títol de *Creating, producing and selling TV shows: The case of the most popular dramedies in Spain* (Formal Press, 2008).

Bibliografía

BARDAJÍ, J.; GÓMEZ AMIGO, S. *La gestión de la creatividad en televisión: El caso de Globomedia*. Pamplona: EUNSA, 2004. ISBN: 9788431321789.

GARCÍA DE CASTRO, M. *La ficción televisiva popular: Una evolución de las series de televisión en España*. Barcelona: Gedisa, 2002. ISBN: 9788474329810.

MEDINA, M. (coord.): *Creating, producing and selling TV shows: The case of the most popular dramedies in Spain*. Lisboa: Formal Press, 2008. ISBN: 9789898143105.

MEDINA, M. *Calidad y contenidos audiovisuales*. Pamplona: EUNSA, 2006. ISBN: 9788431324247.

MEDINA, M. *Estructura y Gestión de Empresas Audiovisuales*. Pamplona: EUNSA, 2005. ISBN: 9788431322656.

MEDINA, M. *European Television Production: Pluralism and Concentration*. (Media Markets Monographs, 5). Pamplona: Universidad de Navarra, 2004. ISSN: 1695-310x.

MEDINA, M. *Valoración publicitaria de los programas de televisión*. Pamplona: EUNSA, 1998. ISBN: 9788431316211.

SALÓ, G. *¿Qué es eso del formato?: Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona: Gedisa, 2003. ISBN: 9788474329544.