

Crítica de libros

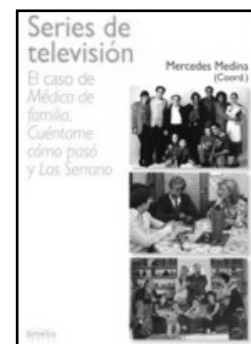
MEDINA, M. (coord.) *Series de televisión. El caso de "Médico de familia", "Cuéntame cómo pasó" y "Los Serrano"*.

Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, 2008, 200 p.

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

POR CONCEPCIÓN CASCAJOSA VIRINO

Profesora Ayudante doctora en el Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid



Producción y recepción de las series de televisión familiares

A pesar de los vaivenes que caracterizan el mercado de la televisión, las series de ficción producidas localmente se mantienen entre las opciones predilectas de los espectadores. Sin embargo, su prestigio crítico es mínimo, siendo ignoradas tanto por los detractores del medio (que prefieren ocuparse de otros géneros como los informativos y la telerrealidad) como por sus adalides (que optan por tratar productos más prestigiosos y sofisticados como las series de ficción norteamericanas). Pero esta curiosa invisibilidad crítica tiene una relevante excepción en los acercamientos centrados en los aspectos económicos y creativos, algo acreditado por publicaciones como *La ficción televisiva popular* de Mario García de Castro (Gedisa, 2002), *¿Qué es eso del formato?* de Gloria Saló (Gedisa, 2003) y *La gestión de la creatividad en televisión: El caso de Globomedia* de Jaime Bardají y Santiago Gómez Amigo (EUNSA, 2004). Esta tendencia crítica es continuada por una nueva publicación que, si bien evita entrar a fondo en un análisis de la repercusión cultural de las series locales, al menos prosigue de manera decidida en la reivindicación de su fortaleza como producto comercial y puntal básico de la industria audiovisual en España en un momento en el que se cuestiona la utilidad real de las medidas proteccionistas y las subvenciones para un cine, en contraste, cada vez más abocado a la marginalidad. De esta manera, el estudio de las circunstancias de creación, producción, programación, explotación comercial y recepción de las series españolas es el objeto central de la obra colectiva *Series de televisión. El caso de "Médico de familia", "Cuéntame cómo pasó" y "Los Serrano"*. Como indica el título, los autores se han centrado en tres series de notable popularidad desde la llegada de la televisión privada en España que, a su vez, pertenecen a uno de los géneros predilectos del medio, las series familiares. La coordinadora de la publicación es Mercedes Medina, Profesora de Estructura de la Comunicación Audiovisual y Negocios Audiovisuales en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Medina ha centrado su trayectoria in-

vestigadora en los aspectos económicos de la creación y gestión de contenidos audiovisuales y ha publicado anteriormente las monografías *Calidad y contenidos audiovisuales* (2006), *Estructura y Gestión de Empresas Audiovisuales* (2005), *European Television Production: Pluralism and Concentration* (2004) y *Valoración publicitaria de los programas de televisión* (1998). También ha sido la directora del proyecto de investigación "Valores empresariales y temáticos en las series familiares de televisión en España", del que el libro *Series de televisión. El caso de "Médico de familia", "Cuéntame cómo pasó" y "Los Serrano"* es resultado.

El origen de la publicación en un proyecto de investigación se manifiesta de manera inmediata en una estructura fuertemente cohesionada en la que los diferentes autores (procedentes de las Universidad de Navarra, la Universidad Católica San Antonio de Murcia y la Universidad San Pablo-CEU) se ocupan de los diferentes ámbitos de análisis sin apenas interferencias entre sí a lo largo de los seis capítulos de los que consta la obra y que, aunque no aparecen así distribuidos, pueden catalogarse entre aquellos que se centran en fundamentos económicos (M. Herrero / M. Medina), los que se ocupan de las circunstancias de creación (P. Diego y A. Pardo / R. Gutiérrez) y los que se centran en la recepción de los programas desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo (J.A. Cortés / M. Grandío). En el primero de ellos, Mónica Herrero se ocupa de los fundamentos económicos generales de los productos televisivos de entretenimiento familiares, cuyo contenido basado en la identificación entre la ficción y la realidad cotidiana de los espectadores favorece ciclos largos de vida, el consumo repetido de capítulos y una popularidad constante incluso tras la cancelación del programa. El siguiente capítulo, firmado por Patricia Diego y Alejandro Pardo, analiza el desarrollo de la gestación y producción de los tres programas analizados. El capítulo, la aportación más destacable de la publicación en su conjunto, se caracteriza por la riqueza de la información aportada respecto a los elementos que condicionan la producción de programas de ficción, como los contratos entre productoras y cadenas, la distribución de las tareas en diferentes equipos de trabajo y la im-

portancia de los actores como un elemento económico (y no sólo creativo) esencial. El capítulo de José Ángel Cortés se concentra en los aspectos programativos de las series familiares, incluyendo elementos como la duración y estructura narrativa de las mismas, y la audiencia, desglosada por perfiles demográficos, que lograron en su exhibición original.

Mercedes Medina utiliza igualmente datos de audiencia para trazar en el cuarto capítulo los rendimientos económicos que se derivan de las series, incluyendo la explotación publicitaria, los acuerdos con marcas comerciales para la inclusión de productos en la ficción de las series y las ventas internacionales. El capítulo de María del Mar Grandío es un estudio etnográfico de la recepción que analiza las opiniones e impresiones de espectadores habituales de las dos series más recientes, *Los Serrano* y *Cuéntame cómo pasó*, para concluir que el humor y la nostalgia son, respectivamente, los elementos fundamentales de su atractivo para la audiencia, por encima del realismo en la representación de las situaciones familiares. El último capítulo, de Ruth Gutiérrez, se distancia del planteamiento economicista que caracteriza al libro en su conjunto para centrarse en el análisis narrativo de las tres series desde el punto de vista de la manera, falaz en opinión de la autora, con la que se representa la realidad de la familia, siendo el caso más extremo el de *Los Serrano*, que lleva a desnaturalizar la verosimilitud en pro del efecto cómico.

Series de televisión. El caso de "Médico de familia", "Cuéntame cómo pasó" y "Los Serrano" toma como objeto de estudio tres series de extraordinaria popularidad, con seguridad los productos de ficción producidos localmente de mayor repercusión de audiencia y, por tanto, de las que más beneficios económicos se han derivado. Sin embargo, se puede objetar al libro una notable carencia al planteamiento multidisciplinar con el que se presenta a los lectores, un análisis cultural de los programas estudiados que tuviera en cuenta, por ejemplo, las problemáticas sociales y psicológicas de las series analizadas, su relación con los cambios experimentados por la sociedad española o su posición en el desarrollo de narrativa televisiva en España. De esta manera, el elemento de vinculación entre las tres series, su carácter de producto familiar en cuanto a contenido, aparece como un elemento hasta cierto punto trivial sin apenas aprovechamiento a nivel analítico. Pero esta oportunidad perdida no ensombrece de manera definitiva los logros de esta interesante aportación al desarrollo de los Estudios Televisivos en España, que ya cuenta con traducción al inglés con el título 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.