

(DES)ENCUENTROS

**MÁS ALLÁ DE LA
«TELEVISIÓN DE CALIDAD»:
EL MEDIO EN OTROS
LUGARES DEL MUNDO**

introducción

**DE QUÉ HABLAMOS CUANDO
HABLAMOS DE SERIES DE TELEVISIÓN**

discusión

conclusión

**REPENSAR LA TELEVISIÓN A NIVEL
MUNDIAL**

introducción

DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE SERIES DE TELEVISIÓN

ELISA HERNÁNDEZ-PÉREZ

Tomando como punto de partida (consciente o inconscientemente) *Television's Second Golden Age* (1996), el clásico de la literatura sobre series de Robert J. Thomson, y su noción del renacimiento televisivo en los años ochenta y noventa a partir de lo que él denominaba «televisión de calidad», gran cantidad de académicos y escritores se han lanzado a reivindicar el valor artístico y cultural de las series televisivas. Desde los *Los Soprano* (The Sopranos, David Chase, HBO: 1999-2007), considerada habitualmente como el inicio de lo que ya son casi dos décadas de estas series «de calidad», el interés por la serialidad televisiva ha experimentado un *boom* en todos los sentidos. No solo se producen y emiten más series de las que nadie podría ver en toda una vida, sino que todas ellas se comentan, alaban y critican de manera continua, tanto en el bar de la esquina como en altos círculos académicos, pasando por innumerables blogs y una alta presencia en redes sociales.

Y, sin embargo, a la hora de pensar la producción televisiva sigue existiendo un cierto sesgo similar al que existe en la distribución y en la crítica cinematográfica. Cuando repasamos las series que más vemos y de las que más hablamos, parece existir una cierta predisposición a comentar las grandes series realizadas por la industria norteamericana y a tratar sobre todo su contenido, sus

tramas y subtramas y sus personajes (un sesgo no tan obvio en la literatura académica, todo sea dicho, pero omnipresente en la conversación colectiva sobre series de televisión). De hecho, más que comprender las implicaciones que la industria, producción y recepción televisiva tiene en nosotros, parecería que se tiende sobre todo a la alabanza y celebración de todo aquello que nos llega desde Estados Unidos. Los ejemplos de lo contrario son escasos. Pensemos en el mini-fenómeno que han supuesto algunas series nórdicas como *The Killing* (Forbrydelsen, Søren Sveistrup, DR1: 2007-2012) o más recientemente en nuestro país el sorprendente éxito de *El Ministerio del Tiempo* (Pablo y Javier Olivares, TVE: 2015-), que, como suele ser habitual, han sido reabsorbidas por la mastodóntica máquina de generar dólares que es la televisión estadounidense (en este caso, la primera a partir de un *remake*, mientras que los productores de la segunda han acusado de plagio a una productora norteamericana).

Desde esa globalización que ha resultado ser más económica y financiera que cultural (y beneficiosa para unos pocos), en la que las identidades y las naciones parecen diluirse y fortalecerse al mismo tiempo en un proceso de retroactividad paradójico, hemos querido ofrecer una plataforma para la puesta en común de las diferencias y si-

mitudes que existen en varios contextos de producción y recepción de series de televisión. Como acompañamiento al conjunto de artículos de este número de *L'Atalante*, que se centran en los modos en que el mundo académico analiza e investiga la serialidad televisiva como formato y concepto, en esta sección de *(Des)encuentros* pretendemos extender dicha reflexión a diferentes entornos de producción, realización y recepción. Expertos y académicos de España, Francia, Estados Unidos, Colombia y Nueva Zelanda nos abren así la puerta a una nueva manera de entender las relaciones y flujos de información y poder de la industria audiovisual contemporánea a nivel global, ofreciéndonos una miríada de puntos de vista sobre otros mercados televisivos y permitiéndonos así repensar nuestra propia relación con el medio. ■

REFERENCIAS

Thomson, R. J. (1996). *Television's Second Golden Age*. Nueva York: Continuum.

discusión

I. En la producción seriada televisiva, al menos en España, es muy obvio el poder de los grandes grupos de comunicación (Atresmedia y Mediaset, por ejemplo), que sin embargo subcontratan en muchos casos la realización de las series a empresas mucho menores e inestables. ¿Hay en vuestros países una estructura industrial de producción y realización televisiva fuerte y estable o es igualmente dependiente de conglomerados mediáticos? ¿Existe financiación y apoyo público o estatal?

Concepción Cascajosa Virino

El modelo basado en la contratación de series a productoras independientes está generalizado en todo el mundo, no solo en España. Aquí empezó a utilizarse mucho antes de la llegada de las cadenas privadas, porque una gran parte de las series que se hacían estaban vinculadas a profesionales del cine con sus propias productoras. Con la aparición de las privadas, floreció de una manera extraordinaria y ayudó a crear un tejido industrial que, precisamente, lo que daba era estabilidad a una parte de los profesionales. El problema en España no ha sido el modelo de producción independiente. Este se mantiene vigente y de hecho florece internacionalmente gracias a los foros de co-producción que se han convertido ya en habituales en Europa. La dificultad ha sido una excesiva dependencia de las productoras de las cadenas, que durante un periodo llevó a una hipertrofia de la producción de series, realizadas pensando únicamente en un mercado interior. Cuando llegó la crisis económica, se precarizaron de una forma evidente las condiciones de trabajo. Eso está empezando a cambiar gracias a compañías, como Bambú Producciones, que han tenido muy claro que debían apostar porque sus series circularan internacionalmente. Pero también aquí hay que valorar que la televisión pública en muchos momentos no ha cumplido con su labor de dinamizar el mercado y apoyar a empresas y creadores jóvenes. Muchas de las decisiones de contratación y compra de las televisiones públicas en España han estado determinadas por factores políticos.

Marjolaine Boutet

En Francia, el mercado de la producción televisiva es muy diverso y complejo. Desde 1986, cuando la televisión dejó de ser un medio totalmente estatal, los canales de televisión tienen que comprar sus propios programas originales (incluidas las series) a productores independientes. Algunos de esos productores pertenecen a grandes conglomerados como Legardère Studios o Europa Corp., pero otros son compañías más pequeñas como Tetra Media Studios o Zadig Productions. Estos productores independientes son apoyados por el gobierno a través del CNC (Centro Nacional Cinematográfico) que financia producciones televisivas además de películas.

Aun así, el pequeño número de canales de televisión que financian series originales tiene mucho poder sobre los productores independientes. TF1 y M6 son cadenas privadas. Canal Plus, SFR y OCS son televisión por cable *premium*. Todos estos canales privados forman parte de conglomerados más grandes (respectivamente: Bouygues, Bertelsmann, Vivendi, Altice y Orange). France Télévisions (France 2, France 3 y France 4) y Arte son canales públicos. Cada uno de estos canales tiene unos requisitos específicos en cuanto a series de televisión a partir de los cuales los productores desarrollan sus nuevas series.

Amanda Lotz

La industria televisiva estadounidense está altamente conglomerada y verticalmente integrada. Un estudio en 2014 estimó que nueve compañías producen el 90% de los contenidos. Estas mismas

compañías son las dueñas de las cadenas y de los canales que distribuyen los programas, además de otros medios como estudios cinematográficos, parques temáticos, equipos de deporte profesionales, revistas, discográficas y editoriales de libros. En el caso de un conglomerado (Comcast-NBCU), es también dueño del servicio de distribución por cable e Internet que llega a 22 millones de hogares —sobre un 20% del mercado estadounidense.

No hay un apoyo público reconocido por parte del gobierno a la industria comercial. Sin embargo, algunas ciudades y estados han creado incentivos para intentar aumentar los gastos de producción en sus regiones. La industria también opta por solicitar políticas a su favor. Existe un pequeño servicio público del sector de la televisión y la radio (aunque la nueva administración haya propuesto eliminar su financiación). La financiación gubernamental supone una pequeña cantidad de esos presupuestos (1,35\$ por persona al año). La mayoría es financiada a través de donaciones de oyentes o espectadores y a través de corporaciones o el patrocinio de fundaciones lo que, cada vez más, emborrona los límites de la financiación comercial.

Enrique Uribe-Jongbloed y Jerónimo Rivera-Betancur

En Colombia, la industria depende, en su mayor parte, de los dos canales privados (RCN y Caracol TV) de distribución abierta, que tienen su propia producción de series, pero, además, comisionan a compañías productoras independientes más pequeñas la realización de algunos seriados. Tenemos así estos dos niveles, el de la productora-canal, y el de la productora por comisión.

En la televisión pública abierta solo encontramos ficción televisiva ocasionalmente a través de los canales regionales, que comisionan a pequeñas productoras locales para su realización. La financiación de estas últimas es pública/estatal, ya que los canales regionales reciben sus recursos de la ANTV (Autoridad Nacional

de Televisión) y recaudan muy poco por concepto de pauta publicitaria.

Hay un gran desnivel entre la televisión pública y la privada. Con la creación de los dos canales privados en 1998, el Estado colombiano dejó de subsidiar directamente la televisión pública nacional y pasó a apoyar solo algunos productos específicos de algunos canales. La inversión publicitaria en los canales regionales y locales es poca y algunos de los canales públicos no pueden acceder a financiación de la empresa privada, sino solamente a dinero público de su circunscripción administrativa (departamento o municipio), lo que trae consigo que algunos gobernantes usen estos canales para sus propios intereses.

Geoff Lealand

Nueva Zelanda tiene poca población (4,6 millones) y mucha televisión. Actualmente, hay más de 150 canales, más de 40 canales en abierto y más de 110 de pago (estos últimos mantenidos por la dominante Sky Network Television en más de la mitad de los hogares de Nueva Zelanda), junto con las nuevas plataformas televisivas de *streaming* o VOD (*Video On Demand*) como Lightbox y Netflix. Con su inicio en 1960, la televisión en Nueva Zelanda siguió el ejemplo de la BBC, aunque como necesitaba encontrar un modo de financiarse, resultó en un modelo de emisión mixto. La publicidad se introdujo el primer año, junto con las cuotas por radiodifusión (abolidas en 1999).

En 2017, sin embargo, cualquier conexión con los modelos de servicio público de la televisión son escasos y muy débiles. Los dos canales estatales de Television New Zealand (TVNZ 1 and TVNZ 2) continúan dominando la oferta de canales públicos, entre un 60 a un 65 por ciento de *share* de la audiencia de los canales públicos, pero se ha producido un descenso de calidad en su búsqueda de ratings y debido a la necesidad de generar beneficios para el gobierno. Las emisoras privadas han aparecido y desaparecido (incluyendo la cadena norteamericana NBC, Newscorp y CanWest

Global Communications), a través de oleadas de quiebras, adquisiciones y la absorción por parte de compañías extranjeras. Se ha señalado a menudo que Nueva Zelanda tiene el mercado televisivo menos regulado del mundo y que además depende de programación importada. La única agencia reguladora independiente es la poco efectiva BSA (Broadcasting Standard Authority), pues la publicidad es regulada por la propia industria publicitaria y no existen restricciones a la propiedad extranjera de los medios de comunicación.

Esto ha supuesto un lío —lío, pero interesante— en el que se ha introducido a nuevos participantes en el panorama actual de los medios, como New Zealand On Air (NZOA, establecida en 1989), una entidad creada por el Estado y encargada de la financiación a través de convocatorias de contenido local (programas infantiles, documentales, progra-

mas de interés especial, vídeos musicales...) que no suele ser considerada económicamente viable por otros organismos de emisión. A pesar de que esta financiación depende de que las empresas de comunicación ofrezcan un hueco en su programación, los fondos de NZOA han promovido la creación de una industria de producción independiente.

En respuesta al activismo motivado por el Tratado de Waitangi (1840), el cual estableció una relación basada en el compartir y en la igualdad entre los maoríes (tangata whenua o los aborígenes neozelandeses) y la corona británica (representando a la Nueva Zelanda europea o los intereses de *pakeha*) el servicio de televisión maorí financiado por el Estado se estableció en 2004 y ofrecía dos canales que tenían como objetivo ofrecer una plataforma para los intereses de los maoríes y preservar y extender el uso del *te reo Maori* (la lengua).

2. De la misma manera que la producción seriada en televisión por cable propició que se alterara el formato narrativo tradicional de los episodios (al desaparecer los cortes de publicidad), ¿han afectado las nuevas plataformas y modos de visionado a la estructura en las series recientes?

Concepción Cascajosa Virino

La televisión por cable en Estados Unidos no hizo desaparecer los cortes de publicidad. Solo las series que se producen para el cable *premium* (HBO, Showtime y Starz) no cuentan con publicidad, son una minoría y en muchos casos siguen manteniendo estructuras por actos más o menos tradicionales. De momento parece prematuro avanzar el efecto de las nuevas plataformas, porque llevan muy poco tiempo produciendo y el caso de Netflix demuestra que buscan explorar géneros y propuestas que a veces son muy convencionales. Es decir, nos puede gustar pensar que Netflix ofrece series como *House of Cards* (Beau Willimon, 2013-) y *Orange is the New Black* (Jenji Kohan, 2013-), pero su serie más exitosa es *Madres forzadas* (Fuller House, Jeff Franklin, 2016-). Con esto de referencia, lo que sí parece evidente es que estas plataformas plantean un consumo dife-

rente, ya que no dependen del consumo semanal, y eso libera a los creadores de tener que ofrecer una recompensa al espectador cada semana como en una serie de televisión tradicional. Se aprecia por ello en algunas series un desarrollo narrativo más moroso. Pero obviamente no es lo mismo el drama que la comedia, y en las segundas veo escasa diferencia.

Marjolaine Boutet

En Francia, las nuevas formas de ver televisión no han afectado a la estructura narrativa de las series. Es más bien la complejidad de las series llegadas de EEUU y el querer vender series francesas a los mercados extranjeros los que han dado paso al formato de 52 minutos y a los episodios con finales abiertos. Aun así, el año pasado, Canal Plus, France Télévisions y el operador de Internet Free lanzaron plataformas VOD (vídeo bajo demanda)

en las que se emiten series originales, con episodios más cortos hechos para ser vistos en teléfonos móviles.

Amanda Lotz

En primer lugar, haría una distinción entre los canales financiados por los anunciantes y los financiados por los suscriptores. Solo las series creadas para los canales financiados por los suscriptores (HBO, Showtime) no tienen cortes publicitarios. Además, muchas de estas series son producidas con la previsión de que serán vendidas más tarde a canales financiados por los anunciantes, así que mientras la estructura narrativa de las emisiones convencionales pueda parecer menos evidente o más restrictiva, esta estructura no desaparece completamente.

La transformación introducida por las series originales va mucho más allá de la estructura narrativa y se extiende al tono, a los temas y a la caracterización. Esto deriva directamente de las diferentes medidas de éxito que son posibles debido a los distintos modelos de ingresos de los canales por cable (en comparación con los canales en abierto) y entre los canales por cable financiados por los anunciantes y los financiados por los suscriptores. Las series creadas para portales como Netflix y Amazon Video están aún menos vinculadas a las convenciones narrativas porque no tienen las ataduras a un horario (aunque incluso las series de HBO permiten una duración flexible de los episodios). Las series producidas para estos portales asumen que el espectador no esperará una semana entre episodios. Es demasiado pronto para hablar de los cambios que podría haber en la configuración narrativa. En muchos sentidos la «libertad» de la «limitación» a la hora de hacer un episodio de una duración específica y saber que la audiencia tendrá que esperar una semana entre episodios ha producido una gran cantidad de televisión indulgente. La libertad de pasar a editar un episodio a un epi-

sodio de duración ya prescrita ha llevado a un ritmo aburrido que seguramente con el tiempo se corrija. De la misma manera, la libertad que la audiencia tiene para ver uno, dos o todos los episodios que quiera desafía las estrategias de los creadores para la construcción narrativa. Una *película* de diez horas, como algunos se han referido a estas series, no tiene una estructura convencional y predefinida. Tampoco es probable que la misma estructura funcione para aquellos (los pocos) que se dan un atracón de diez episodios a la vez, en comparación con aquellos que ven un episodio o dos en una sesión. Esto me parece un enorme reto que los creativos y el público necesitan negociar.

Enrique Uribe-Jongbloed y Jerónimo Rivera-Betancur

En Colombia se ha visto un cambio fundamental en la pérdida de la diferencia entre la serie y la telenovela. En los años ochenta y noventa del siglo XX era común encontrar producciones de cada tipo, diferenciadas, entre otras características, por el número de capítulos semanales (uno para las series, cinco para las telenovelas) y el total de capítulos al año (un máximo de 46 al año para las series, unos 250 para las telenovelas). Recientemente, las telenovelas se han hecho más cortas, hasta de apenas sesenta capítulos, y las series dejaron de ser semanales. En esencia, se formó un híbrido serie-telenovela. Esta reducción de la telenovela se debe, en gran parte, a la amplitud de oferta televisiva, y a una necesidad de renovación, producto de las múltiples opciones de visionado actuales.

Sin embargo, la particularidad de este formato de ficción colombiano frente a los internacionales va más allá de la duración de los capítulos y de las temporadas. Una narrativa tendente al melodrama, pero con dosis de humor y situaciones cotidianas, permea tanto a series como a telenovelas que, como se ha dicho, tienen en la televisión colombiana una frontera difícil de descifrar.

Recientemente, se ha incursionado en formatos que apuestan por una expansión mediática gracias a plataformas *online* (en la web de los canales, sitios propios de las series o ventas a sitios como Netflix) y redes sociales; así como a expansiones narrativas (aunque más tímidamente) buscando interacción con los espectadores.

Es interesante, de todas formas, que se haya «explorado» el éxito de series originales colombianas en la realización de secuelas, precuelas, *spin offs* y adaptaciones, entre otras. Un caso emblemático es el de *Yo soy Betty la fea* (Fernando Gaitán, RCN: 1999-2001), que generó compra de formato, múltiples adaptaciones internacionales (incluyendo la exitosa *Ugly Betty* [Fernando Gaitán, ABC: 2006-2010]), secuelas (*Ecomoda* [Fernando Gaitán, Univisión: 2001-2002]) y hasta una versión animada internacional (*Betty toons* [Fernando Gaitán, RCN: 2002-2003]).

Geoff Lealand

La televisión en Nueva Zelanda se volvió digital en 2013. Continúa distribuyéndose a lo largo del país (North Island y South Island y la pequeña Stewart Island), que tiene un tamaño geográfico similar al de Reino Unido. La televisión terrestre y por satélite son las únicas opciones, ya que el número de población que hay es insuficiente para justificar la televisión por cable.

Desde la transición a la televisión digital ha habido una proliferación de nuevos servicios de *streaming* y VOD. Esto incluye empresas neozelandesas como Lightbox (propiedad de la compañía Spark), Neon (propiedad de la compañía televisiva de pago Sky), el servicio estadounidense-australiano Quickflix, Netfilx (EEUU) y Amazon Prime (EEUU). Además de esto, el servicio de Freeview proporciona acceso a todos los canales gratuitos y dos de estos (Three Now y TVNZ On Demand) garantizan el acceso a contenido online.

En una era de creciente convergencia, un conjunto entidades anteriormente dispares bus-

can cada vez más las fusiones y absorciones. Por ejemplo, el proveedor televisivo de pago más importante, Sky, trató recientemente de fusionarse con la compañía telefónica Vodafone, pero la comisión de comercio no le dio el visto bueno. Estos procesos responden a significantes cambios en la audiencia televisiva. Un estudio realizado en 2016 (*Where Are The Audiences in 2016?* desarrollado por New Zealand On Air), afirmaba que mientras las audiencias locales todavía pasan más de 205 horas frente al televisor, se estaba creando una brecha generacional, con menos personas de los 15 a los 39 que ven televisión (63%), frente a aquellos grupos de edad mayores (45 años o más) que presentaban un porcentaje mayor (81%).

Esto no resulta extraordinario, pues se han obtenido resultados similares en otros lugares. De hecho, son eco de patrones establecidos desde hace mucho tiempo (la adolescencia, por ejemplo, ha sido tradicionalmente una etapa en la que se ve poca televisión). Lo que es diferente es el cambio de las prácticas de visualización de televisión lineal al reciente fenómeno de los grabadores de vídeo personales (PVR) que vienen junto los servicios de televisión de pago, el *zapping*, la visualización fragmentada, web-series, ver televisión fuera de casa (en dispositivos móviles, por ejemplo), y los “atracones” de televisión.

Sin embargo, debemos ser cautelosos al hablar de esto como una revolución del visionado televisivo. Parece ser, más bien, un período de transición en lugar de una ruptura completa del pasado. Por ejemplo, los estudiantes de mi curso de Televisión Contemporánea a menudo me dicen que no ven la televisión. Además de decirles que necesitan ver todo tipo de programas televisivos para el curso, les recuerdo que sí que ven televisión cuando consumen material publicado en páginas web como YouTube o Vimeo, además de otras webs dedicadas a la televisión.

3. Se habla mucho de cómo las nuevas series hacen que el público sea más activo y/o exigente, tanto en relación al contenido de las series como a su recepción, ¿estamos asistiendo realmente a un cambio de paradigma de la condición de espectador?

Concepción Cascajosa Virino

En general, la idea de que el espectador televisivo es vago, pasivo o poco exigente me parece una falacia clasista, y sobre ella se basan muchas de las consideraciones negativas de la televisión. Creo que la defensa de la televisión debe pasar por la reivindicación de lo que es verdaderamente, no querer convertirla en otra cosa. El espectador elige lo que quiere ver, y a veces busca cosas diferentes según sus intereses, estado de ánimo y, obviamente, disponibilidad. Ahora precisamente lo que hay es disponibilidad, por el elevado número de series que se producen y los diversos mecanismos para verlas. Y se hacen series de todos los tipos. La clave del momento actual es precisamente su diversidad. Creo que hay un tipo de series que aspira a ser más compleja porque ha encontrado un espacio de oportunidad para florecer, y porque se encuentra con un espectador que también tiene una mayor capacidad cognitiva porque el mundo contemporáneo nos somete a una cantidad de estímulos que la potencia. En su momento, *Canción triste de Hill Street* (Hill Street Blues, Steven Bochco y Michael Kozoll, NBC: 1981-1987) era una serie muy difícil de seguir hasta por un espectador sofisticado, aunque hoy nos pueda parecer aburrida. Tampoco podemos olvidar que muchas series asumen condiciones impensables de consumo, como el visionado repetido, los debates en foros y la búsqueda de análisis de cada capítulo (los *recap*). Es decir, todo ha cambiado.

Marjolaine Boutet

Todos los análisis de audiencias parecen indicar que el espectador francés está envejeciendo y los datos de audiencia muestran que no es necesariamente un entusiasta de la originalidad en cuanto a las series francesas del *prime-time*, aunque tiende a elogiar estas características más fácilmente si se trata de series extranjeras.

Amanda Lotz

No, el cambio no es paradigmático, sino que es posible que las series permitan una mayor variedad en la experiencia de los espectadores. La audiencia es la que finalmente elige su nivel de compromiso, como siempre. Por ejemplo, incluso hace más de una década, una serie como *Perdidos* (Lost, J.J. Abrams y Damon Lindelof, ABC: 2004-2010) permitió que algunos miembros de la audiencia participaran activamente en los misterios de la serie fuera de la narrativa televisiva. Pero muchos otros simplemente veían la serie. Del mismo modo, algunas series pueden promover una gran cantidad de tuits en directo, pero participar en esta conversación depende de la audiencia. Se podría decir que hay mayor variedad en la gama de actividades que se pueden incluir en lo que es ser un espectador.

Enrique Uribe-Jongbloed y Jerónimo Rivera-Betancur

En el caso colombiano solo se puede decir que es limitada la incidencia del público, y aunque sí tienen una influencia mayor que antes, aún es liminal. Los canales de televisión modifican horarios a su acomodo, con desinterés por el público si este no responde a sus expectativas de *rating*. Esto pone en evidencia que todavía se siguen manteniendo el *rating* y el *share* como los medidores del público. Es importante señalar entonces que, «aunque la penetración del cable (de forma legal e ilegal) es tan alta en el país, la inmensa mayoría de los colombianos sigue prefiriendo la televisión programada por los dos canales privados colombianos» (Rivera, 2014).

Algunos productos televisivos incursionan con narrativas interactivas y tienden a buscar una mayor participación del público, pero los intentos aún son tímidos y suceden más frecuentemente en formatos como el documental o el magazín que en la ficción televisiva.

Geoff Lealand

Los nuevos modos de ofrecer contenido televisivo promueven, inevitablemente, diferentes tipos de relación del espectador con tal contenido, incluyendo las series de televisión. El suministro de contenidos a través de dispositivos móviles puede, por ejemplo, fomentar la visión fragmentada o distraída y la pérdida de calidad de imagen y sonido. Con los enormes costes de producción de series como *Juego de tronos* (Game of Thrones, David Benioff y DB Weiss, HBO: 2011-) o *Fargo* (Noah Hawley, FX: 2014-), por ejemplo, es poco probable que se les haga justicia cuando se accede a ellas en las pequeñas pantallas de teléfonos móviles o tabletas; al contrario que con la reproducción de calidad cinematográfica que ofrece un televisor de pantalla plana.

Hay otras consecuencias, como ya expuso Milly Buonanno en *The Age of Television: Experiences and Theories* (2008). Estas incluyen el cambio de la emisión televisiva a la difusión restringida, la redistribución de una gran audiencia a través de la segmentación y de un interés específico, la migración del talento creativo de la televisión y del cine convencionales a la televisión de pago y las nuevas libertades narrativas; el aumento de formas de ver la televisión, las coaliciones entre la televisión e Inter-

net y una obvia libertad de elección sin precedentes para los espectadores.

En los años posteriores al libro de Buonanno tales cambios se han acelerado. Me parece que debemos hablar de audiencias televisivas en plural, ya que la antigua audiencia de masas se ha fragmentado y remodelado en cuatro bloques principales: el público infantil —que sigue utilizando la televisión como entretenimiento principal pero que cada vez busca más programación con componentes interactivos y conexiones a dispositivos electrónicos—, una audiencia adulta —que ha crecido en décadas anteriores de estabilidad y certeza y que continúa a favor de la familiaridad de la televisión programada (lineal)—, un público más joven —adolescentes y adultos jóvenes que ven la televisión de una manera muy fragmentada y con otros propósitos, accediendo a contenidos principalmente en línea (legal o ilegalmente) a través de servicios de *streaming* o VOD o sitios como YouTube—, y finalmente, una audiencia educada, que no necesariamente se diferencia por edades, que favorece series dramáticas largas o cortas que se encuentran en gran medida en los canales de televisión de pago de los sistemas de cable, o en nuevos servicios como Netflix. Este parece ser el caso con respecto a la televisión en Nueva Zelanda.

4. ¿Cuáles son las series más exitosas (para la crítica y/o el público) en vuestros países? ¿Se trata de producciones propias o por el contrario son series internacionales? ¿Afecta esto al reconocimiento identitario e imaginario colectivo del país?

Concepción Cascajosa Virino

La televisión es un medio muy vinculado a lo identitario, y eso hace que en general, a partir de un determinado nivel de desarrollo televisivo, se produzcan series de ficción. En España, como en todos los países europeos, se vio mucha ficción norteamericana porque era barata y servía para cubrir huecos de programación, pero con la llegada de la televisión privada la ficción nacional vivió un fuerte impulso, hasta el punto de que a final de los años noventa era posible ver una

serie española cinco noches a la semana, en muchos días compitiendo con otras series. Aquí muy pocas series norteamericanas han sido verdaderamente exitosas; recientemente la franquicia *CSI*, *House* (David Shore, FOX: 2004-2012) y en menor medida *Perdidos*. Su lugar natural está en los canales temáticos. A nivel de crítica, quizás *Los Soprano* (The Sopranos, David Chase, HBO: 1999-2007), *Mad Men* (Matthew Weiner, AMC: 2007-2015) y *Breaking Bad* (Vince Gilligan, AMC: 2008-2003) lograron una audiencia pequeña

pero sofisticada, y eso hizo que se hablara mucho de ellas. Pero ninguna puede competir con las series españolas más potentes —en los últimos años títulos como *Isabel* (Javier Olivares, TVE: 2012-2014), *El Príncipe* (César Benítez y Aitor Gabilondo, Telecinco: 2014-2016) o *Velvet* (Ramón Campos y Gema R. Neira, Antena 3: 2014-2016)—, aunque aquí el aparato crítico ha hecho muy poco a nivel de reconocimiento y reivindicación. Creo que la crítica se olvida a veces de las cuestiones de representación que hacen que algunas de estas series sean bastante interesantes, por no hablar de otras tendencias *snob* (todo lo que viene de fuera siempre parece mejor). Creer que una serie de Estados Unidos habla de nuestra realidad es una mera fantasía. La única excepción relevante ha sido *El Ministerio del Tiempo*, que sí logró unas audiencias aceptables para su cadena y un apoyo crítico muy destacado.

Marjolaine Boutet

Por lo que respecta a los datos de audiencia, TF1 ha dominado el mercado durante décadas. En 2016, emitió las tres series más vistas, todas ellas francesas: *Le Secret d'Elise* (David Schulner, 2016), con 8,2 millones de espectadores; *Sections de Recherches* (Steven Bawol y Dominique Lancelot, 2006-), entre 7 y 8 millones de espectadores y *Profilage* (Fanny Robert y Sophie Lebarbier, 2009-), entre 6,8 y 7,3 millones. Aun así las mejores críticas las reciben las series escandinavas y belgas (ambas muy de moda en Francia ahora mismo) y por supuesto, las series de calidad estadounidenses aclamadas internacionalmente. En cuanto a las series francesas, las producidas por Canal Plus (*Le Bureau des Légendes* [Éric Rochant, 2015-], *Baron Noir* [Eric Benzekri, 2016-], *Engrenages* [Alexandra Clert y Guy-Patrick Sainderichin, 2005-]) son consideradas las mejores. El año pasado, *Dix Pour Cent* (Fanny Herrero, France 2: 2015-) también fue aclamada. Las series producidas por Arte también son consideradas innovadoras y de autor.

Amanda Lotz

Hay una diferencia importante entre el éxito de crítica y la popularidad. Algunas producciones estadounidenses son vistas por una gran audiencia nacional. Las más vistas son partidos deportivos —finales de fútbol americano, béisbol y baloncesto. Las series más vistas en 2016 incluyen *The Big Bang Theory* (Chuck Lorre y Bill Prady, CBS: 2007-), *Navy: Investigación Criminal* (NCIS, Donald P. Bellisario y Don McGill, CBS: 2003-), *The Walking Dead* (Frank Darabont, AMC: 2010-), y *Bull* (Phil McGraw y Paul Attanasio, CBS: 2016-). Pero con la excepción de *The Walking Dead*, la crítica se centra en series como *Juego de Tronos*, *The Americans* (Joe Weisberg, FX: 2013-), *This is Us* (Dan Fogelman, NBC: 2016-), y *Girls* (Lena Dunham, HBO: 2012-) y raramente comentan las más populares. Las series con las que los críticos conectan tienden a atraer una audiencia mucho más pequeña que las series más vistas. *Mad Men* es quizás el mejor ejemplo. Hasta 2010, las series producidas para la televisión por cable tenían audiencias más pequeñas que las 75 series más vistas en los canales en abierto en una semana y aun así, estas fueron las series que atrajeron mayor atención por parte de la crítica.

Casi todas las series más vistas son producciones estadounidenses. Es más fácil que nunca acceder a series provenientes de otros sitios, pero sigue sin ser habitual para la mayoría de los espectadores o de la «audiencia general». La industria estadounidense está pendiente de series exitosas producidas en otros países para rehacerlas en EEUU a niveles mucho mayores que antes.

Con la enorme población de EEUU y la actual cantidad de producciones originales, es indiscutible la idea de que, incluso cuando son americanos viendo producciones americanas, apenas se produce una sensación de identidad nacional o de imaginario colectivo. Estoy empezando un proyecto encaminado a ver si el mismo patrón de polarización de la audiencia que se ha identificado en su uso de las fuentes de información (y noticias) es

evidente también en el consumo de los programas de entretenimiento. Las pruebas preliminares sugieren un importante abismo.

Enrique Uribe-Jongbloed y

Jerónimo Rivera-Betancur

Existen ambos casos. En la televisión abierta aún priman las telenovelas. Los dos ejes fundamentales sobre los cuales han girado en los últimos diez años son las narco-novelas (telenovelas sobre algún capo del narcotráfico colombiano — bien sea a modo de *biopic* o solo como referente) y los *biopics* de músicos populares (que mezclan la telenovela con el musical). En contraste, quizás, los recientes Premios India Catalina a la Industria Audiovisual colombiana en 2017 dieron por gran ganador a *La Niña* (Clara María Ochoa y Ana Piñeres, Caracol TV: 2016), una telenovela que plantea la historia de una menor de edad en su proceso de participación y luego salida de las filas de la guerrilla. Esto evidencia, en concurrencia con los casos anteriores, la relación con una historia reciente del país y sus personajes principales como protagonistas de la ficción televisiva nacional.

El tema con respecto a las producciones nacionales ha tenido mucho que ver con cómo se aborda la historia colombiana, y los personajes que se presentan como protagonistas, particularmente en las telenovelas que tienen de protagonistas a grandes criminales. Actualmente hay un gran debate sobre una serie que tiene de protagonista a un asesino a sueldo del reconocido narcotraficante Pablo Escobar. La crítica ha sido dura con la serie, pues parece una apología al personaje, y, al tratarse además de alguien que aún está vivo y ya fuera de la cárcel, pareciera tratar de justificarlo. Lo mismo ha ocurrido con otras de las narco-novelas en el pasado, en particular porque estas se han vendido al mercado latino en Estados Unidos y generan cuestionamientos sobre la imagen de país que estamos mostrando en el exterior (Rincón y Martínez, 2014: 178).

De las series extranjeras, hay un gran interés en *The Walking* y en *Juego de Tronos*, las cuales, al solo estar disponibles en canales *premium* del cable, son muchas veces consumidas a través de páginas piratas o descargas ilegales.

Ha habido casos de éxito, como *A Corazón Abierto* (Fernando Gaitán, RCN: 2010-2011) y *Sala de Urgencias* (Guillermo Restrepo, RCN: 2016), adaptadas de las series estadounidenses *Anatomía de Grey* (Grey's Anatomy, Shonda Rhimes, ABC: 2005-) y *Urgencias* (E.R., Michael Crichton, NBC: 1994-2009), respectivamente, así como la adaptación de telenovelas de otros países latinoamericanos (Chile y Argentina, particularmente). Sin embargo, la adaptación da cuenta de una buena re-localización del producto a las realidades e intereses del país, evitando así que se vea como una trasposición insulsa. Precisamente, es ese el caso de *Metástasis* (Andrés Baiz, Caracol TV: 2014), una adaptación de la serie estadounidense *Breaking Bad*, y que, por estar muy ceñida al guión y al estilo audiovisual del original, no obtuvo el interés popular que se esperaba.

En cine y televisión, los productos más exitosos son las comedias. El programa más antiguo de la televisión colombiana se llama *Sábados felices* (Caracol TV: 1972-), que ha estado al aire de manera ininterrumpida por más de cuarenta años. El gusto cómico del público colombiano ha estado marcado por la narrativa, personajes y actores de este programa, y su influencia se ha extendido a la mayoría de los programas televisivos de humor y a las películas colombianas más exitosas.

Geoff Lealand

El método convencional de medición de la «audiencia televisiva» (y su posterior contracción), en Nueva Zelanda y en otros sistemas avanzados de todo el mundo, es el sistema de *ratings* basado en los paneles de Peoplemeter; un sistema operado y de propiedad del grupo global Nielsen. La continua fragmentación de la audiencia televisiva ha minado aún más la veracidad de tal medición,

pero los *ratings* siguen siendo la principal moneda de cambio y razón de ser de la televisión en Nueva Zelanda y en otros lugares. Los diez programas más vistos en 2016 se retransmiten en TVNZ1 y presentan una mezcla de noticias y actualidad, formatos de telerrealidad sobre profesiones (*Rapid Response*, *Dog Squad*, *SCU: Serious Crash Unit*), *Fair Go*, un programa sobre problemas del consumidor que lleva mucho tiempo en antena, y la ya larga serie sobre granjas *Hyundai Country Calendar*. Siete de los diez programas más importantes se produjeron localmente, junto a un formato de televisión de telerrealidad y dos importaciones de la BBC.

Los series de televisión dramáticas producidas localmente pasan por un mal momento. Siempre han tenido que competir contra el flujo continuo de los grandes centros de producción (Estados Unidos, Reino Unido, Australia y, más recientemente, Escandinavia). La relación de costes entre los dramas importados y los dramas del propio país es muy favorable a los primeros. En término medio, una hora de drama estadounidense cuesta alrededor de 8.000-10.000 \$NZ (5.000-7.000€), mientras que cuesta más de 500.000 \$NZ (300.000€) hacer una hora equivalente de drama de televisión local.

New Zealand On Air otorga una alta prioridad a la financiación de series de televisión dramáticas, dentro de un presupuesto anual de alrededor de 80 millones \$NZ (50 millones de euros) dirigidos a la producción televisiva. Por ejemplo, en relación a la muy popular y aclamada serie *Outrageous Fortune* (Rachel Lang and James Griffin,

TV3: 2005-2010), New Zealand On Air suministró alrededor del 70% del coste por episodio (alrededor de 600.000 \$NZ o 400.000€). Los canales siguen sin arriesgarse a invertir en un drama tan caro (favoreciendo los formatos de telerrealidad más baratos o los dramas importados).

Tras unos años, parece que este interés ha sido difícil de mantener debido a la modesta recepción de las series dramáticas más recientes y a las críticas de que las series locales se centran en temáticas y narrativas muy limitadas. En lo que respecta a la existencia de un diálogo continuo entre el drama televisivo producido localmente y el imaginario colectivo de la nación, los ejemplos más significativos de este tipo de compromiso se encuentran cada vez menos en las series dramáticas y más en los docudramas o exámenes forenses de casos criminales reales que fascinan a muchos neozelandeses.

Hay, sin embargo, un ejemplo significativo de una serie de drama producida comercialmente que se involucra de forma continua y cada vez más eficaz con el diálogo nacional: *Shortland Street* (Bettina Hollings, Caterina De Nave y Jason Daniel, TVNZ2: 1992-), la serie de drama médico de las noches de entre semana, que explora regularmente temas de nacionalidad (biculturalismo y multiculturalismo), género, familia y cambios generacionales. *Shortland Street* lleva en el aire desde 1992 y ha sido capaz, a través de procesos de reinversión, variación e innovación, de mantener la lealtad de la audiencia durante todos esos años, y ha sido pionera en cuestiones de casting y argumento, en relación a cuestiones de raza, cultura e identidad.

5. En relación a los contenidos, géneros y estructura de las producciones seriales televisivas en vuestros países, ¿se reproducen las características de los ejemplos llegados desde EE.UU. o existen esquemas narrativos o modelos propios? ¿Hay ejemplos en los que se pueda detectar una hibridación de lo local y lo importado?

Concepción Cascajosa Virino

Sin duda, la ficción televisiva de Estados Unidos se ha utilizado frecuentemente en España como referencia para nuevas series, aunque eso no significa que esto siempre sea positivo. Pero creo que hay que acabar con el mito de que las series de televisión se inventaron en Estados Unidos. La televisión llegó a la vez a muchos países y en todos ellos la ficción asumió características propias, en algunos casos con un desarrollo muy relevante, como en Reino Unido. En España se estaban haciendo series con tramas de continuidad como *Novela* (TVE: 1962-1979) desde los años sesenta. No toda la ficción son series para la máxima audiencia: aquí, el desarrollo de los seriales de tarde, influidos por las telenovelas latinoamericanas y la *soap-opera* británica, es muy próspero. Lo que sí tiene la industria de Estados Unidos es la capacidad de innovar, y con ello abrir caminos a los creadores de todo el mundo. En su momento, *Canción triste de Hill Street* fue la inspiración de Juan Madrid para desarrollar *Brigada Central* (Juan Madrid, TVE: 1989-1990), y parece evidente que las series políticas en todo el mundo no se habrían desarrollado sin la importancia de una serie, que en su momento fue una auténtica anomalía, como *El ala oeste de la Casa Blanca* (The West Wing, Aaron Sorkin, NBC: 1999-2006).

Marjolaine Boutet

Las estructuras narrativas de los dramas franceses se han vuelto muy parecidas a las de las series de televisión *mainstream* más populares en las últimas dos décadas. Hay algunas excepciones, por supuesto, como *Les Revenants* (Fabrice Gobert, Canal Plus: 2012-), pero su aspecto más llamativo y exitoso es la puesta en escena y la dirección, y

no tanto el guion. Sin embargo, en el género de la comedia, tenemos *shortcoms* de 6-8 minutos de duración que constituyen un formato de televisión muy específico (*Kaamelott* [Alexandre Astier and Jean-Yves Robin, 2005-2009], *Un gars, une fille* [Isabelle Camus and Hélène Jacques, France 2: 1999-2003], *Scènes de ménage* [Alain Kappauf, M6: 2009-], etc.). Un ejemplo muy llamativo de hibridación es la única (y más longeva) telenovela en antena *Plus Belle la Vie* (Hubert Besson, France 3, 2004-): que mezcla elementos de la telenovela con el *thriller*, el misterio y a veces tramas de fantasía. Es una serie extremadamente popular (sobre los 5 millones de espectadores) con más de 3200 episodios de media hora hasta la fecha.

La influencia del cine es muy fuerte en la televisión francesa y tanto el director como los actores (si ya son famosos) suelen tener más poder que los guionistas.

Amanda Lotz

Es difícil de decir. Hay tanta producción doméstica que sí, muchas de las series reproducen los códigos de género y sus características y sí, hay algunas series que usan estructuras y modelos distintivos y originales. Como el rango de series es tan extenso y hay tan poco importado, es difícil valorar las hibridaciones. El cambio a temporadas con menos episodios puede ser una de las prácticas significantes más habituales en otros lugares pero que cada vez más es más común en los EEUU.

**Enrique Uribe-Jongbloed y
Jerónimo Rivera-Betancur**

Como se ha comentado en los casos citados arriba, se ha podido ver una influencia en la estructura de la organización por capítulos de las series-telenovelas locales. El caso de *A Corazón Abierto* es

ilustrativo, al haber organizado su primera temporada en ciento veinte capítulos, y la segunda en noventa, muy diferente de los veintitrés capítulos por temporada de la versión original, *Anatomía de Grey*. Sin embargo, la reducción de ciento veinte a noventa capítulos es ilustrativa del recorte que está presenciando la telenovela, que disminuye su número de capítulos totales.

El incremento de la adaptación de productos de ficción de países cercanos también evidencia una forma de estandarización de la venta de formatos y de disminución de costos en la producción. Esto es un proceso que se ha hecho presente desde los últimos diez años, y que marca a Argentina, Colombia y Venezuela como los grandes negociadores de formatos para la región (Uribe-Jongbloed y Pis Diez, 2017).

Colombia se ha constituido en los últimos años en una base estratégica para la realización de productos audiovisuales dirigidos al público latinoamericano y se han establecido en el país sucursales de algunas de las productoras norteamericanas más importantes (Piñón, 2014). No obstante, Miami como centro de producción, negocios y capital de la Latinoamérica multicultural (Sinclair, 2003) y el acento mexicano como supuesto acento internacional, particularmente en doblaje, siguen marcando la tendencia en lo que desde la industria se supone que es lo «latinoamericano».

Geoff Lealand

Como se señaló anteriormente, los organismos de libre emisión y los servicios de televisión de pago en Nueva Zelanda siguen favoreciendo la programación importada o la adaptación de formatos que ya han sido exitosos en otros mercados. El porcentaje de contenido producido en Nueva Zelanda en los canales convencionales rara vez excede un tercio de las horas de emisión. La única excepción es la televisión maorí, que transmite hasta un noventa por ciento de contenido local. Los equivalentes locales de los programas competitivos de cocina (*Masterchef* et al), los programas sobre la

renovación del hogar y de cambio de imagen o citas (*The Bachelor*) y los formatos de observación (*The Real Housewives of Auckland*) proliferan. Particularmente frecuentes son los formatos «profesionales», especialmente los que muestran varias ramas del sector de la justicia, como la policía, el control de tráfico y la seguridad fronteriza. Algunas noches, parece que la programación televisiva funciona como relaciones públicas de estas instituciones, así como proveedor muchos momentos de «placer culpable» para aquellos que lo ven.

La mayoría de estos programas surgen en gran parte de los centros en los que se desarrolla originalmente el formato (Reino Unido, EEUU y, cada vez más, Australia), pero ha habido algunas contribuciones de Nueva Zelanda a programas locales e internacionales. El formato desarrollado por Nueva Zelanda *Popstars* (1999), construido alrededor del grupo de chicas TrueBliss, fue vendido en todo el mundo, con la propiedad finalmente adquirida por Freemantle International. Este precoz formato está considerado como la base para otros formatos de éxito como *Pop Idol* o *American Idol*. Otros formatos incluyen *The Chair* y otros programas desarrollados por la productora neozelandesa *Touchdown*, que fue adquirida por el grupo de medios holandés Eyeworks en 2006. En cuanto a la interesante hibridación de formatos, es la televisión maorí la que está demostrando más capacidad de innovación, produciendo variaciones inteligentes y culturalmente diversas de los formatos convencionales, como el programa cómico de citas *Find Me a Maori Bride* (2015) o el programa de talento *Sidewalk Karaoke* (2016).

A pesar de las oportunidades de financiación compartida, las coproducciones no son una característica importante de la televisión neozelandesa. Hay algunas notables excepciones como la serie creada y dirigida por Jane Campion *Top of the Lake* (Reino Unido / Australia / Nueva Zelanda, Sundance Channel: 2013) y la comedia dramática *800 Words* (Australia / Nueva Zelanda, TV One: 2016-2017). El éxito de esta última serie podría lle-

var a emprender otras similares pero, en general, parece haber poco deseo entre las emisoras australianas de crear conexiones con Nueva Zelanda, a pesar de la estrecha relación cultural y la historia que ambos países comparten. A pesar de la decisión del tribunal superior del proyecto Blue Sky de 1998, que obligó a los canales de televisión australianos a contar a Nueva Zelanda como «contenido local» bajo las leyes de contenido australiano. Esto no ha supuesto un aumento significativo del material de Nueva Zelanda en las pantallas australianas, mientras que, por el contrario, los programas australianos siguen estando muy presentes en las pantallas de Nueva Zelanda. ■

REFERENCIAS

- Bounanno, Milly (2008). *The Age of Television: Experiences and Theories*. Bristol: Intellect Books.
- Piñón, J. (2014). Reglobalization and the rise of the network cities media system in producing telenovelas for hemispheric audiences. *International Journal of Cultural Studies*, 17(6), 655-671. <https://doi.org/10.1177/1367877913515867>
- Rincón, O., Martínez, M.P. (2014). Colombianidades Export Market. En A. Dávila y Y. Rivero (eds.), *Contemporary Latina/o Media* (pp. 169-185). New York: New York University Press.
- Rivera, J. (2014, junio 16). La televisión invisible. *Periódico El Nuevo Siglo*.
- Sinclair, J. (2003). «The Hollywood of Latin America» Miami as Regional Center. *Television & New Media*. <https://doi.org/10.1177/1527476403254159>
- Uribe-Jongbloed, E., Pis Diez, E. (2017). TV formats market in Latin America: trends and opportunities. *International Journal of Digital Television*, 8(1), 99-115. https://doi.org/10.1386/jdtv.8.1.99_1

conclusión

REPENSAR LA TELEVISIÓN A NIVEL MUNDIAL

ELISA HERNÁNDEZ-PÉREZ

Las series de televisión forman parte de un imaginario cultural cada vez más global y local al mismo tiempo. Se plantea de esta manera la necesidad de reflexionar sobre las series no solo como entretenimiento (aunque, por supuesto, lo sean), sino como objetos sociales, económicos, históricos y culturales. Esto no quiere decir que todos estos puntos de vista deban ser planteados cada vez que pensemos, hablemos o escribamos sobre series de televisión, sino que han de servir para reconocer y recordar las limitaciones intrínsecas a las metodologías de análisis que adoptamos. Como nos han explicado Concepción Cascajosa, Marjolaine Boutet, Amanda Lotz, Enrique Uribe-Jongbloed, Jerónimo Rivera-Betancur y Geoff Lealand al responder a todas estas preguntas, hay mucho —tanto detrás como delante de una serie de televisión— como para asumir que un análisis o comentario superficial del texto en sí nos pueda ofrecer una visión completa de las implicaciones y efectos que la producción televisiva tiene en nuestra sociedad. Dicha investigación es sin duda necesaria, pero ha de ser consciente de la inabarcable presencia y prestancia que las series tienen mucho más allá del medio en que se emiten.

Si algo nos confirma el modo en que los colaboradores describen y hablan de la producción televisiva en España, Francia, Estados Unidos, Colombia y Nueva Zelanda es la enorme relevancia que los factores económicos (relacionados con el potencial beneficio de las empresas productoras) tienen a la hora de configurar la estructura in-

dustrial y audiovisual de los diferentes países. El modo en que funciona la industria audiovisual en un país, la propiedad de las empresas productoras, los modelos de distribución y los datos de audiencia son, como hemos visto, factores e índices fundamentales no solo para comprender dichos países, sino también las relaciones que se establecen entre las diferentes naciones a través de la realización, distribución y recepción televisiva. Algunos factores, como la presencia y relevancia de grandes y poderosos conglomerados o la progresiva aparición de los nuevos medios en la recepción y visionado de las series de televisión, parecen ser una característica común de la dirección en la que hoy avanza el sector audiovisual global, mientras que otros, como la hibridación genérica de la telenovela en Colombia o la presencia y protección de la cultura maorí en Nueva Zelanda, podrían concebirse como fenómenos y reacciones locales a ciertas tendencias unificadoras de la industria televisiva mundial.

En cualquier caso, la puesta en común de las tendencias, tanto temáticas y de contenido como industriales y económicas, que aparecen en diferentes contextos televisivos nos sirve no solo para repensar la orientación en la que la televisión como medio se ha desarrollado en los últimos años, sino también para poner en marcha la conversación sobre el camino que tomará en el futuro inmediato. Este *(Des)encuentros* pretende ser nuestra humilde aportación a este necesario e interesante debate. ■

MÁS ALLÁ DE LA «TELEVISIÓN DE CALIDAD»: EL MEDIO EN OTROS LUGARES DEL MUNDO

Resumen

En un contexto en el que la globalización cultural e industrial se presenta cada vez más como un proceso complejo y paradójico cuya principal característica parece ser la tensión y lucha entre lo local y lo global, esta discusión entre expertos en televisión de diferentes lugares del mundo busca ampliar los horizontes geográficos de aquello de lo que hablamos cuando hablamos de producción, distribución y recepción de series de televisión para ayudarnos a repensar el medio más allá de las fronteras de la «televisión de calidad».

Palabras clave

Televisión; España; Francia; Estados Unidos; Colombia; Nueva Zelanda

Autores

Concepción Cascajosa Virino es profesora titular de Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid, donde forma parte del grupo de investigación TECMERIN y dirige el Máster en Guion en Cine y TV con ALMA Guionistas. Es autora de *Prime Time* (2005), *El espejo deformado* (2006), *De la TV a Hollywood* (2006), *Mujeres en el aire. Haciendo televisión* (2015, con N. Martínez), *Historia de la televisión* (2015, con F. Zahedi) y *La cultura de las series* (2016), y editora de *La caja lista: televisión norteamericana de culto* (2007), *A New Gaze: Women Creators of Film and TV in Democratic Spain* (2015) y *Dentro de «El Ministerio del Tiempo»* (2015).

Marjolaine Boutet es profesora de Historia Contemporánea en la Universidad de Picardie-Jules Verne (Amiens, Francia). Está especializada en series de televisión y es autora de *Les Séries Télé pour les Nuls* (First, 2009) y *Cold Case: la mélodie du passé* (PUF, 2013). Su trabajo de investigación se centra en la representación de la Historia y sus conflictos en pantalla. Ha editado dos números en revistas online profesionales sobre series de televisión dedicadas a la guerra en las series (tvseries.revues.org) y actualmente está escribiendo un libro sobre el drama francés de la Segunda Guerra Mundial *Un Village Français*, que se publicará en otoño de 2017.

Amanda D. Lotz es profesora del Departamento de Estudios de la Comunicación, Artes y Cultura Visuales en la Universidad de Michigan y miembro del Media Center at Peabody. Es autora de cuatro libros, incluyendo *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television* y *The Television Will Be Revolutionized* y co-autora de *Understanding Media Industries and*

BEYOND “QUALITY TV”: THE MEDIUM THROUGHOUT THE WORLD

Abstract

We live in a context in which cultural and industrial globalization is a more and more complex and paradoxical process whose main characteristic seems to be the tension and struggle between the local and the global. This discussion among experts in television from different countries seeks to broaden the geographical horizons of what we talk about when we talk about television production, distribution, and reception, so as to figure out how to rethink the medium beyond the “quality TV” boundaries.

Key words

Television; Spain; France; United States; Colombia; New Zealand

Authors

Concepción Cascajosa Virino is a Professor of Media Studies at Universidad Carlos III de Madrid, where she is part of the investigation group TECMERIN. She also directs the MA in TV and Film Screenwriting with ALMA Guionistas. She is the author of *Prime Time* (2005), *El espejo deformado* (2006), *De la TV a Hollywood* (2006), *Mujeres en el aire. Haciendo televisión* (2015, with N. Martínez), *Historia de la televisión* (2015, with F. Zahedi) and *La cultura de las series* (2016); and the editor of *La caja lista: televisión norteamericana de culto* (2007), *A New Gaze: Women Creators of Film and TV in Democratic Spain* (2015) and *Dentro de «El Ministerio del Tiempo»* (2015).

Marjolaine Boutet is an Assistant Professor of Contemporary History at Université de Picardie Jules Verne (Amiens, France). She specializes in TV series and is the author of *Les Séries Télé pour les Nuls* (First, 2009) and *Cold Case: la mélodie du passé* (PUF, 2013). Her research focuses on the representation of history and conflicts on screen. She edited two issues of the bilingual peer-reviewed online journal *TV/Series* (tvseries.revues.org) dedicated to war in television series, and is currently writing a book on the French World War II drama *Un Village Français*, to be published in the autumn of 2017.

Amanda D. Lotz is Professor in the Departments of Communication Studies and Screen Arts and Cultures at the University of Michigan and Fellow at the Media Center at Peabody. She is the author of four books including *Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television* and *The Television Will Be Revolutionized* and co-author of *Understanding Media Industries and Television Studies*. Her current project explores how cable

Television Studies. Su proyecto actual explora cómo las series por cable y la distribución por Internet han transformado la televisión estadounidense a principios del siglo XXI.

Enrique Uribe-Jongbloed es profesor titular en el Departamento de Comunicación social y Cinematografía de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Sus áreas de interés son los medios de comunicación en idiomas minoritarios y los estudios de transducción cultural. Ha publicado sobre temas de televisión y negociación de formatos audiovisuales, así como sobre intertextualidad en los videojuegos, incluyendo artículos recientes en las revistas *Media International Australia* e *International Journal of Digital Television*. Ha sido miembro del comité técnico de los Premios India Catalina a la Industria Audiovisual colombiana en 2016 y 2017.

Jerónimo Rivera-Betancur es docente investigador de la Universidad de La Sabana. Director y fundador de la Red Iberoamericana de Investigación en Narrativas Audiovisuales (Red INAV) y Comunicador Social de la Universidad de Antioquia, Especialista en altos estudios en dirección escénica de la EICTV (Cuba), Magister en Educación de la Universidad Javeriana y candidato a PhD en Comunicación de la Universidad de Navarra (España). Autor de los libros *La imagen una mirada por construir* (2004-2006), *Narrativas Audiovisuales: Personajes, acciones y escenarios* (2007), *Cine: Recetas y símbolos. Guía para entender el cine sin dejar de disfrutarlo* (2010), *Héroes y villanos del cine iberoamericano* (2012) y *Cinefilia: entre el gusto y la calidad* (2016).

Geoff Lealand es profesor asociado en el departamento de Screen & Media Studies en la University of Waikato en Nueva Zelanda y se ha formado tanto en Nueva Zelanda como en EEUU. Enseña e investiga sobre análisis de televisión, periodismo, uso infantil de los medios, educación mediática y los conceptos relacionados con el cine nacional. Le interesa especialmente el estudio de las audiencias cinematográficas, un trabajo que puede verse en su web, Cinemas of New Zealand (www.cinemasofnz.info)

Elisa Hernández-Pérez (Tenerife, 1988) es licenciada en Historia del Arte por la Universidad de Salamanca. Tras cursar el Máster en Historia del Arte y Cultura Visual (2012) y el

series and internet-distribution transformed U.S. television in the early twenty-first century.

Enrique Uribe-Jongbloed is Professor of the Department of Social Communication and Film at Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. His research interests are media production in minority languages and cultural transduction studies. He has published articles on television and the negotiation of audio-visual formats, as well as intertextuality in videogames, including recent papers in the journals *Media International Australia* and *International Journal of Digital Television*. He was a member of the technical committee for the India Catalina Awards for the Colombian Audiovisual Industry in 2016 and 2017.

Jerónimo Rivera-Betancur is a research professor at Universidad de La Sabana. He is the director and founder of the Red Iberoamericana de Investigación en Narrativas Audiovisuales (Red INAV) and Media Specialist at Universidad de Antioquia. He holds a specialisation in stage direction studies from the EICTV (Cuba) and a Master's in Education from Universidad Javeriana, and is a PhD candidate in Communications at Universidad de Navarra (Spain). He is also the author of the books *La imagen una mirada por construir* (2004-2006), *Narrativas Audiovisuales: Personajes, acciones y escenarios* (2007), *Cine: Recetas y símbolos. Guía para entender el cine sin dejar de disfrutarlo* (2010), *Héroes y villanos del cine iberoamericano* (2012), and *Cinefilia: entre el gusto y la calidad* (2016).

Geoff Lealand is Associate Professor in Screen & Media Studies, University of Waikato, New Zealand (geoff.lealand@waikato.ac.nz), educated in both New Zealand and the USA. He teaches and does research in television studies, journalism, children and media use, media education, and concepts of national cinema. He is particularly interested in investigating film audiences and his website Cinemas of New Zealand can be found at www.cinemasofnz.info

Elisa Hernández-Pérez received her Bachelor's Degree in Art History from Universidad de Salamanca in 2010. She has a Master's Degree in Art History and Visual Culture (2012) and another in Interculturality and Communication (2013),

Máster en Interculturalidad y Políticas Comunicativas de la Sociedad de la Información (2013), ambos por la Universitat de València, actualmente se encuentra realizando su tesis doctoral, un análisis de la representación del discurso capitalista contemporáneo en la serie de televisión *The Wire* (David Simon, HBO: 2002-2008), como becaria FPU (Ministerio de Educación).

Referencia de este artículo

Hernández-Pérez, Elisa (2017). Más allá de la «televisión de calidad»: el medio en otros lugares del mundo. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 24, 115-133.

both from Universitat de València. She is currently working on her PhD dissertation, which is a textual analysis of the representation of contemporary capitalist discourse in the television series *The Wire* (David Simon, HBO: 2002-2008), as a pre-doctoral research fellow in Communication Studies at Universitat de València, through the FPU PhD scholarship program (Ministry of Education of Spain).

Article reference

Hernández-Pérez, Elisa (2017). Beyond "Quality TV": the medium throughout the world. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*, 24, 115-133.

Edita / Published by



Licencia / License



ISSN 1885-3730 (print) / 2340-6992 (digital) DL V-5340-2003 WEB www.revistaatalante.com MAIL info@revistaatalante.com
