

DE LOS SERRANO A CSI

SILVIA ROZAS BARRERO

PERIODISTA,

Los estudios de comunicación que se realizan en nuestra sociedad se centran normalmente en el pensamiento racional de la información política, la prensa económica, los artículos de opinión; dejando así, a un margen, los "productos" televisivos basados en el pensamiento simbólico que apelan a los sentimientos: las series de ficción. Encajadas en las parrillas y adornadas con la publicidad buscan audiencia por las tardes y por las noches. Tradicionalmente, las series tenían dos públicos objetivos: las mujeres por las mañanas y las familias por las noches. Pero ni la mujer está ya en casa por las mañanas ni el consumo televisivo es ahora familiar, sino individual. Las cadenas de televisión quieren audiencia, desean enganchar a los espectadores, que no cambien a otra. Pero lo más importante, lo que mantiene viva una serie es la publicidad, quizá no tanto por su audiencia total como por su target. El ránking lo encabeza: CSI, Aída, Yo soy Bea, Los hombres de Paco, Los Serrano y House.

Los ingresos publicitarios son la fuente principal de ingresos de una televisión comercial en abierto. Por eso, ¿cuánto cuesta un spot publicitario de 20 segundos en cada cadena? Se oscila desde los 170 euros/anuncio de La 2 de 2.30h a 3.30h, a los 44.500 euros/anuncio en el Prime/Late Night de Telecinco.

Este artículo comenta las características de las series con mayor éxito en la actualidad. Además, ofrece datos relacionados con los índices de audiencia.

Tarifas oficiales 1er trim. 2007 - Spot de 20 segundos, emisión nacional en día laborable

	TVE 1	LA 2	ANTENA 3	CUATRO	TELECINCO	LA SEXTA
7:00						
7:30						
8:00						
8:30	560 €	1.100 €	525 €	200 €	600 €	
9:00						
9:30						230 €
10:00						
10:30	720 €		450 €	250 €	1.300 €	
11:00						
11:30		260 €				300 €
12:00	900 €		730 €			
12:30						
13:00			1.800 €	1.000 €	2.800 €	670 €
13:30	2.400 €	2.400 €				1.470 €
14:00						
14:30		3.000 €	12.500 €	1.800 €	8.500 €	
15:00					11.600 €	
15:30	8.100 €	2.900 €	8.100 €	2.300 €		1.240 €
16:00						
16:30	6.800 €	2.300 €	4.800 €		12.500 €	
17:00						
17:30	3.500 €	1.400 €				
18:00			3.600 €	2.500 €	6.900 €	1.190 €
18:30	3.000 €					
19:00		1.600 €				
19:30	3.800 €		4.900 €	2.400 €	6.300 €	2.540 €
20:00						
20:30	8.500 €					
21:00			11.400 €	3.500 €	13.000 €	1.980 €
21:30	12.000 €	2.300 €	14.600 €	5.500 €	15.300 €	
22:00						
22:30		3.100 €	de 14.600 € a 17.700 €			de 3.030 € a 4.070 €
23:00	de 9.100 € a 14.700 €	de 1.400 € a 4.300 €		de 4.000 € a 18.000 €	de 12.500 € a 44.500 €	
23:30						
00:00			11.300 €			
00:30	de 2.500 € a 5.100 €	de 400 € a 1.200 €				
01:00			2.400 €	2.000 €	5.500 €	360 €
01:30	900 €	250 €	840 €		1.750 €	
02:00						
02:30	360 €	170 €	575 €	500 €		
03:00						

(Fuente: Oblicua Medios)

FAMILIA

¿VOCACIÓN PEDAGÓGICA?

Las series de televisión, al igual que las telenovelas, nunca han sido entretenimiento puro. Si las telenovelas no han cesado de presentar vidas y pasiones rurales, burguesas, familiares o de clanes, tampoco ha dejado de estar presente la condición de la mujer, el medio social, la violencia y el poder y hasta la lacra de los embarazos prematuros y el pavor del SIDA. Esta vocación pedagógica y reflejo de la sociedad como elemento dramático está muy presente en la ficción norteamericana y europea. En España, las series de los años 70 ya se decantaban por argumentos donde se reflejaba la sociedad española debatiéndose entre una época de esperanzado desarrollo y una sociedad urbana tradicional y conservadora. Los argumentos e historias de la ficción televisiva durante la transición española iniciada en 1976 - una época llena de situaciones dramáticas y de sobresaltos por asesinatos políticos, intento de golpe de estado y crisis económica - se volcaron en buscar una identidad política en la mejor literatura española. En los guiones de las series españolas se van alejando progresivamente del mimetismo de la comedia familiar, que marcó la ficción española de los años 90, en pos de temáticas más globales y de características genéricas más universales (historias de médicos, periodistas, policías, abogados, maestros). Últimamente, la sociedad española se ha visto sacudida por dos hechos que conciernen directamente la condición de la mujer y del hombre: la violencia y la homosexualidad. Ninguno de estos dos temas de la condición humana le son ajenos a la ficción televisiva española.

Fijaremos la mirada en sólo seis de las series que más audiencia y repercusión mediática tienen en España: Los Serrano, Yo soy Bea, House, Los Simpson, Futurama y CSI.



“LOS SERRANO”

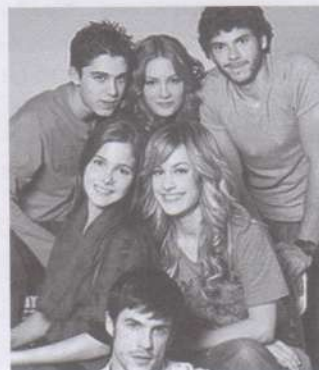
Ellos son neuróticas y sofisticadas. Ellos son sencillos y campechanos. Ella es profesora y él propietario de una taberna y entrenador del equipo del barrio. Ella tiene una madre y dos hijas. Él tiene tres hijos y un hermano. Ellas adoran la comida sana. Ellos, el jamón y el vino. Diego y Lucía, recién casados y absolutamente enamorados, deberán aprender a convivir bajo el mismo techo con siete personas que viven en mundos diferentes... en divertidos y entrañables mundos que te atraparán. Así se define a sí misma la serie “Los Serrano”. Después del éxito de “Médico de familia” y de “Periodistas”, la productora Globomedia vuelve a acertar. Porque “Los Serrano” reúne ante la pantalla a jóvenes y a mayores; es la apuesta “familiar” de Telecinco y es capaz de competir tranquilamente con el bastón del doctor “House”. Con una emisión semanal, consigue cuotas de pantalla del 23,7% (más de 4 millones de espectadores).

Se estrenó en abril de 2003, partiendo de la boda de Diego (Antonio Resines) y Lucía (Belén Rueda). Hace poco la serie recuperó uno de los recursos clásicos para deshacerse de un personaje: la muerte trágica. Belén Rueda no podía compaginar su trabajo en la serie con una representación teatral, y por eso mismo Diego sufre ahora la depresión más profunda de

cualquier familia. El capítulo de la muerte de Lucía congregó a más de 5 millones de personas. Una serie de audiencia, que en 2005 se convirtió en el quinto programa, detrás de tres retransmisiones deportivas y de Aquí no hay quien viva.

La vida familiar de “Los Serrano” se desarrolla en tres ambientes: la casa, el bar y el colegio. En estos lugares temas de actualidad irán saliendo en cada capítulo, desde el enamoramiento de Eva (Verónica Sánchez) y Marcos (Fran Perea), los problemas económicos de la familia, los celos en la pareja... La casa, en concreto, la cocina, es lugar de encuentro. El pasillo del colegio intenta acercarnos al ya famoso “Compañeros”. Y la barra del bar es el refugio de Diego cuando la situación familiar se complica.

Pero esta serie, además de vender valores y estereotipos, está sacando un gran negocio económico gracias a la popularidad de sus actores porque utiliza su éxito televisivo para ser plataforma de otros negocios como: los discográficos, los productos de su serie, cursos de inglés, etc... Lo último ha lanzado al mercado es un disco llamado “Santa Justa Klan”, formado por los actores más pequeños: Teté, Guille, Boliche y DVD. Y no es casualidad que este disco esté lanzado por la misma discográfica a la que pertenece Fran Perea



y el Sueño de Morfeo, grupo que salió en la serie para hacer promoción de su disco.

Pero el lanzamiento de este disco está provocando un gran malestar en Telecinco, con la productora Globomedia, la encargada del nuevo grupo, debido a que los productores están más preocupados por la promoción del disco, que por la caída vertiginosa que está sufriendo la serie en cuanto a audiencia se refiere.

No sólo nos están haciendo promoción del disco durante la serie, con la aparición de la canción en la cabecera, durante y final de cada capítulo, sino que en su página de Internet, tienen un amplio espacio dedicado al disco. También les hacen promoción en programas de Telecinco como "A tu lado" y "El programa de Ana Rosa", en los que los niños han sido entrevistados y han actuado, y programas como "Aquí hay tomate", te ofrece bajarte la canción a tu móvil.

La familia de "Los Serrano" toma el relevo de los product Placement y desayuna en la cocina con los productos puestos estratégicamente encima de la mesa. Según la Asociación de Usuarios de la Comunicación, en esta serie aparecen las siguientes marcas: Balay, Cine Cité, Coca cola, Codan, Chocolate Nestle, Galletas María, Haribo, La Lechera, Mahou, Mercado de Fuencarral, Minute Maid, Navidul, Nescafe, Ono, Prosegur, Puleva Batido, Puleva Omega Calcio, Smarties Sousa, Top fit, Colon.....



"YO SOY BEA"

Tras la apuesta hace años de Antena 3 con el culebrón colombiano "Yo soy Betty, la fea", Telecinco estrenó en julio de 2006 una adaptación española, "Yo soy Bea", y la



cadena norteamericana ABC, "Ugly Betty". Esta historia sigue cautivando a medio mundo tras la presentación de una nueva Beatriz Pérez Pinzón, aclamada por telespectadores de más de 70 países. Es la serie más vista desde 1995, desde que se estrenó ha conseguido un Tp de Oro a la mejor serie de telenovela, su audiencia ha conseguido una cuota de pantalla del 38,9% y, además, su audiencia es fiel y cada tarde, congrega a más de 3 millones de personas. Así es que la cadena Cuatro ha adquirido los derechos de emisión de "Ugly Betty" y será una de sus novedades.

Producida en colaboración con Gruñid, Freemantel Media y RCN, "Yo soy Bea" cuenta con actores nacionales, tramas adaptadas a la sociedad de nuestro país y elementos humorísticos. Personajes estereotipados, guiones tópicos y esperados, con previsibles golpes de efecto a través de los decorados; pero una serie que escapa a lo pretencioso y pedante, el espectador no espera más.

"Yo soy Bea", una ficción de emisión diaria que narra la historia de una joven de 26 años, muy preparada y excelente en su profesión de economista, que sin embargo, tiene dos grandes frenos en su vida: falta de atractivo físico y la falta de habilidades sociales.

Los personajes de la serie ofrecen los estereotipos más comunes y manidos de nuestra sociedad: la fea es lista, profunda y está enamorada del jefe, el galán; la guapa es desagradable, superficial y está orgullosa de su curso.

Curiosa serie en la que la protagonista ha firmado un contrato en el que no puede ser vista en público, quizá para no desvelar el esperado final, que Bea, en realidad, es guapa; Bea sufrirá su cambio de patito feo a cisne, que se quedará con Álvaro y que triunfará el amor. Eso es de esperar, si seguimos con el estereotipo. Pero esta situación ha provocado que la actriz pase por una situación anímica muy complicada, las duras y muchas horas de trabajo a las que ha sido sometida desde que comenzó la serie, la presión mediática que sufre y la cautela constante que debe mantener para que no la fotografíen los medios, han llevado a la actriz a una depresión. Por eso, los personajes secundarios de la serie han tomado protagonismo desde hace semanas.

Sin embargo, la trama de Bulevar 21 se alarga interminablemente y el blog de "la fea" comienza a cansar a sus más fieles seguidores. (http://www.yo_tambiensoybea.com/diariodeunafea)

En 2006, la serie, que se ha mantenido imbatible en el 100% de sus emisiones, supuso además una magnífica oportunidad comercial para los anunciantes, a los que ha ofrecido una media del 36,6% en target comercial¹.

¹ Es el grupo de audiencia compuesto por los individuos entre 13 y 54 años, de clases sociales media y alta, que viven en poblaciones de 10.000 o más habitantes.



"HOUSE"

"House", está producida por Bryan Singer ("X-Men", "Sospechosos Habituales" y "Superman Returns"), que también dirige el piloto de la serie y que aborda el género desde un punto de vista

más original y novedoso, tanto argumental como visualmente. Comenzó a emitirse en noviembre de 2004 en la cadena Fox y en enero de 2006 en Cuatro, que apuesta por las series norteamericanas que más audiencia tienen ("The Closer", "Entre fantasmas", "Sex, love and secrets" o "Queer as Folk").

Esta producción rompe barreras y se acerca a la medicina sin miedo ni complejos, a través de la figura de su protagonista principal, el doctor Gregory House, especialista en el tratamiento de enfermedades infecciosas. Físicamente muy peculiar, un hombre atractivo, entrado en la cuarentena, afectado por una cojera y con un carácter solitario. Es un firme creyente de que debe curar las enfermedades, no a los pacientes. House es un antihéroe que investiga sus casos con la minuciosidad de un Sherlock Holmes.

La serie está ambientada en un hospital universitario de Princetown, donde Gregory House dirige una unidad especial, encargada de pacientes afectados por dolencias extrañas, en la que colaboran un selecto grupo de aventajados ayudantes.

Con cuatro candidaturas a los Emmy incluyendo la de mejor actor para el británico Hugh Laurie ("Los amigos de Peter", "Sentido y sensibilidad"), da vida a este personaje, muy distinto de los protagonistas de otras producciones de este tipo. Junto a él, destaca la presencia de Robert Sean Leonard ("El club de los poetas muertos"), que da vida al oncólogo James Wilson, uno de los pocos amigos del protagonista.

"House" destaca también por una original aproximación a los casos. El hecho de que el servicio donde ejerce el protagonista sea una unidad dedicada a enfermedades raras, da oportunidad a los creadores para mostrar de una manera muy realista qué es lo que afecta a cada paciente: escáners, radiografías y secuencias figuradas del interior del cuerpo humano, al estilo "Viaje alucinante", añaden un toque trasgre-

sor y nuevo a esta producción. Será por todo esto que su cuota de pantalla supera el 20%, con más de 4 millones de espectadores.

Hugh Laurie ganó el Globo de Oro 2005 al mejor actor de serie dramática y ese mismo año House logró cinco nominaciones a los premios Emmy y David Shore consiguió el preciado galardón al mejor guión. De tal manera que House está entre las diez mejores series de televisión de 2005 que ha elegido el American Film Institute (AFI). Hasta el bastón del doctor usado en el rodaje se ha subastado en eBay y ha alcanzado un precio final de más de 8.300 euros.



LOS SIMPSONS

Empezaron como pequeños cortos de 2 minutos de duración en un programa de variedades llamado "The Tracey Ullman Show" en 1987. El productor de este programa, que más tarde se convertiría también en el productor de la serie, James L. Brooks, pensó en introducir como cortos unos cómics subversivos y underground llamados "Life in Hell" cuyo creador era Matt Groening. Éste asegura que con sólo una llamada de Brooks se puso a dibujar, y he aquí que le salió la familia Simpson asentándolos en la ficticia localidad de Springfield. Groening eligió este nombre porque era la ciudad más cercana a su casa. Los nombres de los miembros de la familia fueron sacados de la propia familia del dibujante. El padre y el hijo de Matt Groening se llaman Homer, su madre Margaret (aunque en casa la llamaban Marge) y sus hermanas Lisa y Maggie. El nombre de Bart salió de un anagrama de la palabra inglesa "brat" (travieso). Además, muchos personajes de la serie tomaron su nombre de las calles del vecindario en que creció Groening.

Por cierto, los Simpsons son amarillos porque la primera vez que los dibujó Groening, lo dibujo en Papel de ese color, cuando cambió de color de papel, no le gustaron y se quedaron como estaban.

Tras aparecer en el programa americano, éste consiguió éxitos de audiencia debido en gran medida

a que la mayoría de espectadores aguantaba todo el programa simplemente para ver los cortos de Los Simpsons. Así se ganó el aplauso tanto por parte de la crítica como de los espectadores. La Fox decidió que tuvieran su propio programa de unos 30 minutos de duración y el 17 de Diciembre de 1989 la familia Simpson debutaba en la cadena en horario de máxima audiencia.

Se llevan grabadas 12 temporadas. Matt Groening tenía previsto finalizar la serie en su 11 temporada, pero la gran presión por parte del público le hizo reconsiderar su idea y aceptó realizar otra más.

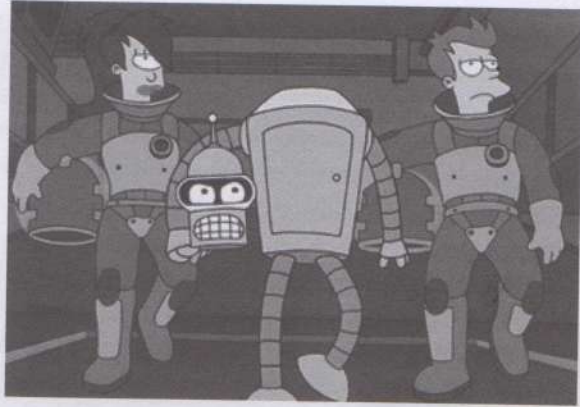
Durante los 13 años que lleva en antena se han conseguido una gran cantidad de premios, destacando los 15 Emmy y más recientemente una estrella en el Paseo de la Fama de Hollywood.

EN ESPAÑA

En España se estrenaron un domingo de 1991 por la Primera de TVE en horario de máxima audiencia, a pesar de que ya se había estrenado antes en Canal Plus en 1990. Las tres primeras temporadas se emitieron por La 2 a razón de un capítulo por semana, aunque se cambiaba de fecha y día de emisión frecuentemente. En 1994 pasaron a Antena 3 y a partir de este momento se emiten todas las temporadas aunque en horarios y días cambiantes. Y lo normal es que, antes de emitir una temporada nueva, se repitan las primeras temporadas. A pesar de todos los cambios sufridos (repeticiones frecuentes, cambios de horarios, e incluso de desapariciones espontáneas) Los Simpsons siguen siendo uno de los programas con más audiencia diaria.

Hay muchas series de televisión, pero Los Simpson es un caso especial. Es la pionera de un género que triunfa en la actualidad y se mantiene fuerte en las audiencias llegando a una cuota de pantalla del 30% a mediodía. Y es que sigue gozando de una enorme popularidad en todo el mundo tras casi 20 años de vida. Por si todo esto fuera poco, aún hay mucho que esperar de esta familia amarilla en el futuro: con la serie asegurada como mínimo hasta la temporada 19 (que concluirá a mediados de 2008), la máxima atención la centra en la actualidad la esperadísima película de Los Simpson, que llegará a los cines de todo el mundo el 27 de Julio de 2007.

No es una serie para niños, aunque sean dibujos animados. Los menores no son capaces de desentrañar las innumerables ironías que traslada esta producción sobre la sociedad norteamericana.



FUTURAMA

Esta nueva serie de dibujos animados, también de Groening, se estrena en marzo de 2000 en Estados Unidos, en agosto de ese mismo año en Fox Latinoamérica y en octubre de 2006 en La Sexta. Narra la historia de Fry, un repartidor de pizzas que, por un descuido, es congelado el 31 de diciembre de 1999 y mil años después recupera la actividad. Así, el personaje se encuentra viviendo en el año 3000 y la civilización es muy diferente a la que él conoció. Los creadores realizaron un minucioso trabajo de investigación sobre el género de ciencia ficción para evitar las críticas de expertos en el tema. Pero esta serie, aunque se desarrolla en el futuro, no deja de plantear temas pasados y presentes como el deseo de poseer la eterna juventud o la necesidad de estar con los seres queridos que ya han muerto. Los personajes de Futurama se parecen físicamente a sus primos hermanos Simpson.

Esta atrevida y original serie, que está cargada del humor que caracteriza a sus creadores, cuenta las aventuras de un grupo de peculiares personajes que, en el Nueva York del año 3000, intentan salvar el mundo. Futurama no es una utopía, sino una forma poco idealista de plasmar la forma de vida del año 3000, en el que los humanos siguen lidiando con los mismos conflictos que existen en el siglo XXI.

El problema entre razas se encuentra centrado aquí en las relaciones entre humanos, aliens y robots. El conflicto más importante es la plaga migratoria de los aliens a la Tierra, unido al elevado número de robots superinteligentes / superincompetentes los cuales son, en general, vagos, hoscos e incapaces de asumir las funciones que les asignan sus creadores humanos.

A pesar de todo esto, Futurama también muestra numerosos avances tecnológicos desarrollados en el año 3000, de hecho, la tecnología ha avanzado tanto que nuestros personajes ignoran qué es una rueda. Además de edificios flotantes, robots y ovejas espaciales, el profesor Farnsworth introduce numerosos e

inolvidables inventos tales como el "Oloroscopio", la "Paracaja" o la máquina de "Y si...?".

Otras innovaciones menos inspiradas incluyen la cabina de suicidio que funciona con monedas, y el Soylent Cola, bebida cuyo sabor resulta irresistible a todo el que la prueba.

En España, La Sexta ofrece dos capítulos a ración diaria, con unas cuotas de pantalla de más del 4% (más de 500.000 espectadores). Falta por saber, si laSexta intentará explotar "Futurama" como Antena 3 hace con "Los Simpson".



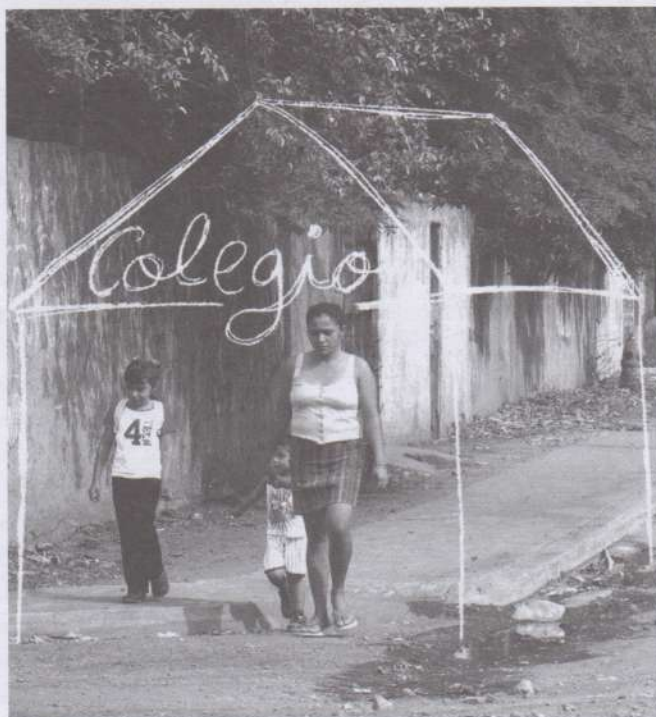
CSI

"Crime Scene Investigation" o "CSI" comenzó con "CSI: Las Vegas" en Estados Unidos y pasó a ser la serie dramática más vista con una media de 26,6 millones de espectadores. Posteriormente llegó a España de la mano de Telecinco y se cumplieron las expectativas de éxito previstas. Cuando finalizó la cuarta temporada obtuvo una media de 4.711.000 espectadores. Después de ver el buen rendimiento

de la serie en España, se decidió exportar "CSI: Miami" y "CSI: Nueva York".

Esta serie ofrece, básicamente, la investigación de violentas y misteriosas muertes, desapariciones y asesinatos con tres ciudades de fondo: Las Vegas, Miami y Nueva York. En cada una de ellas el equipo de investigación es diferente y cuenta con un reparto extraordinario.

En 2006 Telecinco puso en marcha una nueva política de ocupación comercial que le llevó a reducir la presión publicitaria en determinados espacios. El éxito de esta estrategia aplicada estuvo en esta serie, en la que voluntariamente Publiespaña se autorreguló y limitó la cantidad de publicidad emitida -en todas sus formas-, reportó beneficios no sólo a los anunciantes, que mejoraron sus resultados de campaña, sino también al programa, que cerró el año como la ficción extranjera más vista de nuestro país. ■



TIENEN DERECHO A LA EDUCACIÓN.

En **Entreculturas** trabajamos por el derecho a la educación de todas las personas, para que los más desfavorecidos tengan una educación de calidad. **Colabora con nosotros**, porque la educación es la herramienta más poderosa para acabar con la pobreza.

Entreculturas.

EDUCAR ES DAR OPORTUNIDADES



ONG Jesuita

902 444 844

www.entreculturas.org

Colabora. BBVA 0182 5906 86 0010008001.

Santander Central Hispano 0049 0001 54 2210040401.