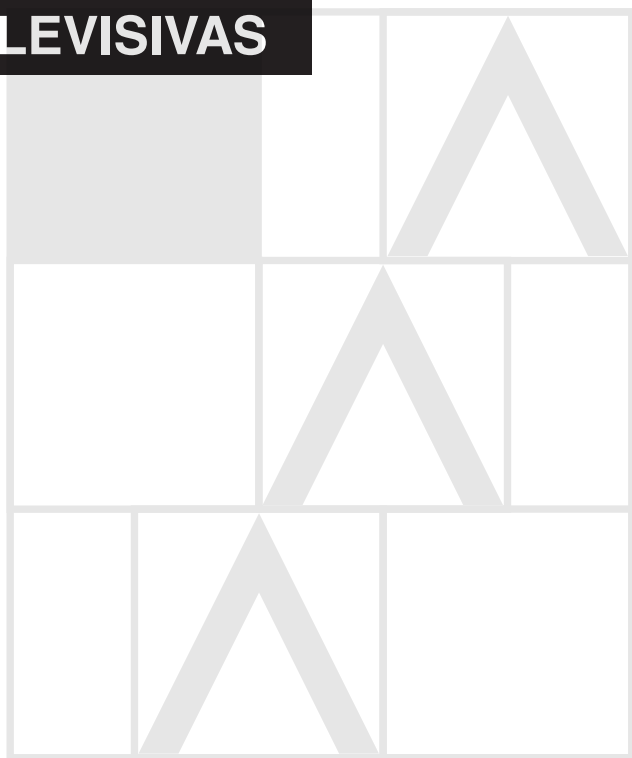


Las

SERIES

TELEVISIVAS



la marca
e d i t o r a

BIBLIOTECA DE LA MIRADA

dirigida por Guido Indij

NOTA DE ENVÍO

La biblioteca de la mirada surge en 1995 con la intención de agrupar aquellos textos que pasan por el escritorio de **la marca editora**, y que, a pesar de pertenecer a diversos géneros discursivos —paper, ensayo, arte, crítica, pop, antología, teórica, fotográfica, manifiesto, revista, etcétera—, pueden ser ordenados en una misma categoría: son capaces de hacernos reflexionar sobre nuestro lugar como lectores.

Esta colección se propone informar con el fin primordial de constituir en el lector una mirada activa, no inocente, un ojo capacitado para abordar analíticamente la compleja trama generada por la cultura.

LIBRO-OJO
(Λιβρο Οξο)

Si existe un común denominador para los libros que integran esta biblioteca, resultará inútil buscarlo en el formato, o en los criterios de diseño, o de color de tapa... Estos no refieren necesariamente (al menos no en modo directo) a los medios, pero son herramientas esenciales para el desarrollo de una reflexión crítica y de la supervivencia en la sociedad del espectáculo, en una sociedad de la información.

Su objetivo es político, en tanto apuntan a reponer protagonista en el rol del receptor y procuran señalar —de las más diversas maneras— los mecanismos de la percepción.

Listado © 1995-2025

Las

SERIES

TELEVISIVAS

¿El futuro del cine?



la marca
editora

Jean-Pierre Esquenazi

Traducción de
Rodrigo Molina-Zavalía



Título

Las series televisivas. ¿El futuro del cine?

Título original

Les séries télévisées L'avenir du cinéma ? Deuxième édition

Edición original

© Armand Colin 2014, Paris

Armand Colin is a trademark of Dunod Editeur

11, rue Paul Bert, 92240 Malakoff

Autor

Jean-Pierre Esquenazi

Colección

Biblioteca de la Mirada

Director de colección

Guido Indij

Traducción al español

Rodrigo Molina-Zavalía

Edición

Fátima Nieves García

Corrección

Mónica Campos

Foto de tapa

ABC Photo Archives/Disney General
Entertainment Content via Getty Images

Editorial

la marca editora

Oficina

Pasaje Rivarola 115 (1015)

Buenos Aires, Argentina

Tel

(54-11) 4 372-4957

E-mail

info@lamarcaeditora.com

W³

www.lamarcaeditora.com

Imprenta

Replika Press

ISBN

978-950-889-480-9

Fecha de impresión

Abril de 2025

Lugar de impresión

Impreso en India. Printed in India.

Depósito de ley

11.723

©

la marca editora

Esquenazi, Jean-Pierre

Las series televisivas : ¿el futuro del cine? / Jean-Pierre Esquenazi. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : la marca editora, 2025.

248 p. ; 23 x 16 cm.

Traducción de: Rodrigo Molina-Zavalía.

ISBN 978-950-889-480-9

1. Cultura de Masas. 2. Sociología del Arte. I. Molina-Zavalía, Rodrigo, trad. II. Título.
CDD 791.4501

No se permite la reproducción parcial o total, el almacenamiento, el alquiler, la transmisión o la transformación de este libro, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico o mecánico, mediante fotocopias, digitalización u otros métodos, sin el permiso previo y escrito del editor. Su infracción está penada por las leyes 11.723 y 25.446.

Introducción. Éxitos y conceptos erróneos de las series	13
Primera parte. Difusión televisiva, series y audiencias	23
Capítulo 1. La serie, el género televisivo dominante	25
1. La instalación de la televisión en los hogares.....	25
2. La vida familiar y la televisión	30
3. Parrillas de programación y citas televisivas.....	32
4. La serie, o la adaptación de la producción a la difusión	36
Capítulo 2. La complicidad entre los públicos y las series.....	41
1. Las investigaciones.....	41
2. Las comunidades de interpretación en las series	47
3. Las audiencias de series en el espacio público	52
4. Una complicidad que se mantiene	55
Segunda parte. Producción de series de televisión.....	59
Capítulo 3. Producción de series.....	61
1. La doble economía de las series de televisión	61
2. El ejemplo estadounidense.....	64
3. La invención de las series televisivas.....	72
Capítulo 4. La trayectoria de un creador de series: Steven Bochco	79
1. El aprendizaje	79
2. La necesidad de una renovación en el género y la “revolución” de <i>Dallas</i>	82
3. La invención de <i>El precio del deber</i>	83
4. ¿Cómo es un episodio de <i>El precio del deber</i> ?	86
5. De <i>El precio del deber</i> a <i>Policías de Nueva York</i>	89
Tercera parte. Series de televisión y narración.....	95
Capítulo 5. La inscripción de las series en la historia de la ficción popular.....	97
1. Una herencia.....	97

2. El género y la fórmula	103
3. Un ejemplo: las metamorfosis contemporáneas del melodrama	109
Capítulo 6. Las series “inmóviles”	119
1. ¿Clasificar las series?	119
2. Las series nodales	122
3. <i>Soap-operas</i> y <i>sitcoms</i>	128
Capítulo 7. Las series “evolutivas”	133
1. El surgimiento del formato extendido	133
2. Las series corales	135
3. Las series folletinescas	146
4. Un arte del tiempo	151
Cuarta parte. El arte (narrativo) de las series.....	155
Capítulo 8. Estilos y formas	157
1. El virtuosismo estilístico	157
2. El virtuosismo rítmico	166
3. El virtuosismo genérico	172
Capítulo 9. Lo pleno, lo íntimo	177
1. Especificidades de las series	177
2. La plenitud de los universos ficcionales de las series	181
3. Formas de lo íntimo	186
4. La profundización del personaje	191
Quinta parte. Las series y la crítica social.....	201
Capítulo 10. Actualidad de las series.....	203
1. La cultura popular estadounidense y el imaginario político	203
2. Las series y lo femenino	208
3. Realismo serial	215
4. El 11 de septiembre y las series	221
Capítulo 11. Series y tradición carnalesca.....	225
Bibliografía.....	233
Cultura Popular	233
Historia de las series y de la televisión	234
Monografías	236
Públicos de series	237
Otros	238
Artículos citados	240

Introducción

Éxitos y conceptos erróneos de las series

Los aficionados a las series se multiplican. No solo ya no se ocultan como antes, cuando el oprobio recaía sobre un género considerado “comercial” y “degradante”, sino que se manifiestan, discuten, expresan su entusiasmo y parecen no tenerle miedo a ninguna crítica. Desde finales de la década de 1980, *Hélène et les garçons* [*Hélène y los chicos*] tiene gran aceptación entre niños y adolescentes; no obstante, la serie sigue siendo objeto de burlas y a menudo despreciada, lo que refleja el sentimiento general del público cultivado hacia la televisión en general y hacia este tipo de programa en particular. Sin embargo, en 1994, la socióloga Dominique Pasquier demostró la importancia de este programa gracias a su perfecta adaptación a los deseos y necesidades de los niños. La emisión de *Twin Peaks* en el desaparecido Canal 5 obtuvo un suceso pasajero a causa de la curiosidad que despertó. Otro fenómeno notable es el éxito de boca en boca de una serie estadounidense emitida en el canal de cable Jimmy a partir del otoño de 1994 y titulada *NYPD Blue* [*Policías de Nueva York*]. La serie constituye, según sus escasos espectadores (el canal aún tiene poca difusión), una especie de *shock* emocional y narrativo poco común. El éxito de *Friends* en la segunda mitad de la década de 1990 entre adolescentes y estudiantes la convierte en un acontecimiento mediático. *The X-Files* [*Los expedientes secretos X*]¹ provoca por su parte polémicas públicas y fuertes críticas que en realidad no inciden en la gran audiencia apasionada por la serie. Y se comienzan a encontrar comentarios (que en realidad no llegan a ser críticas) en *Libération* o *Le Monde* sobre las series.

No obstante, la verdadera explosión de las series en Francia se produjo en la década de 2000. Las cadenas de televisión se dieron cuenta de que las series se habían convertido en el principal “atractivo” de la audiencia

1 *Expediente X* en España.

(excepto la telerrealidad [*reality show*] para algunas “grandes emisiones” como *Star Academy*). En los últimos años, las diferentes variaciones de *CSI: Crime Scene Investigation* [*CSI. Escena del crimen*] han sido, de lejos, las series con mayor audiencia de la televisión francesa, mientras que *Without a Trace* [*Sin rastro*] obtiene regularmente altos índices de audiencia en los canales públicos. Los canales de cable también deben sus mayores éxitos a las series, ya sea que se trate de Canal Jimmy, 13^e Rue, Série Club, Paris Première o TMC. Las revistas dedicadas a las series proliferan, en especial aquellas que se enfocan en las nuevas series y sus estrellas, al igual que los blogs, foros y sitios de debate.

El interés es general o casi: las series aún no son tomadas en serio por la prensa cultural ni por los investigadores. No existe una verdadera crítica de las series de televisión que de alguna manera se asemeje a la crítica estadounidense. *Les Inrockuptibles*, una revista dedicada a las artes medias² como el cine o el rock, no tiene una sección de series; los artículos de *Libération* que las tratan siguen estando mal informados, son breves y superficiales. En comparación con los artículos de fondo de *The New York Times*, donde desde 1995 (Weinraub, 1995) se decía que las teleseries se habían vuelto más creativas e interesantes que el cine, los periódicos franceses cumplen un papel lamentable. Los universitarios no se interesan por las series, excepto algunos especialistas en cine como Geneviève Sellier y Pierre Beylot, organizadores del primer coloquio dedicado al género en 2002; sin embargo, sus estudiantes, a menudo fervientes seriéfilos, no pedirían nada más que ver ilustradas las cuestiones de la escritura audiovisual o de la economía de los medios con ejemplos extraídos de la producción de series.

Cabe agregar que existen muy pocas obras que aborden la cuestión de las series; y suelen adoptar un tono arrogante y condescendiente. En un libro publicado en 2006 por la editorial suiza Peter Lang, Danielle Aubry (2006: p. 195) escribe a propósito de *Twin Peaks* (serie creada, escrita y producida por David Lynch), sin buscar justificar su juicio de otro modo: “Los manierismos formales y estilísticos que parecen tan sorprendentes, tan audaces y nuevos la primera vez que se ven [...] no logran disimular la profunda inanidad del contenido o, peor aún, su autocomplaciente y degradante misoginia,

- 2 Traduzco “artes medias” considerando que constituye una categoría entre las artes nobles y las artes populares y teniendo en cuenta que el concepto de “arte medio” se ha consolidado desde el libro de Pierre Bourdieu *Un arte medio. Ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*. Téngase en cuenta que en francés *moyen* [“medio”] significa, además, “intermedio” [N. de T.].

su sentimentalismo a veces rayano en la cursilería”: la serie es un género que aún suscita esta forma de juicio tajante, por otra parte completamente contradictoria con todo lo que se ha podido escribir, que sin duda no se toleraría jamás a propósito de una película del mismo cineasta. En comparación con una producción universitaria estadounidense o inglesa desbordante y apasionada, la ausencia francesa parece aún más sorprendente. Solo algunos aficionados y conocedores en el sentido fuerte del término como Martin Winckler (2002) o Alain Carrazé (2007) han defendido y analizado con fervor el universo de las series, en particular a través de la extraordinaria y erudita introducción al fenómeno propuesta por este último en su libro *Les Séries télé* de la editorial Hachette.

Ni siquiera contamos con palabras para hablar de las series. En cada uno de los artículos que he escrito sobre el tema al menos dos lamentablemente me han faltado: primero, un equivalente del término de “lectura” para la televisión. Se habla de “audiencia”, pero esta denominación simplemente denota la presencia de un público. Finalmente me he dado cuenta de que algunos autores canadienses utilizan el término “telespectación” [*télespectature*]³ que me parece excelente y que tomo prestado con gratitud. Por otra parte, el francés está desafortunadamente desprovisto de términos para describir la competencia mediática, ese saber que adquirimos de forma progresiva por medio de nuestra familiarización con los programas televisivos. El inglés propone varios términos que asocian una competencia y la capacidad de actuar que esta permite: *policy* (la conducción de la política), *agency* (la potencia de actuar),⁴ *literacy* (el saber leer y por extensión el saber leer literario). En esta perspectiva utilizaré el franco-inglés “médiacy”,⁵ derivado del inglés *mediacy* que varios autores emplean para designar nuestros saberes adquiridos en relación con la televisión.

3 Actividad visual de los telespectadores. Se trata de una experiencia colectiva [N. de T.].

4 “Agencia” no es un término desconocido en castellano: ya se encontraba en el primero de nuestros diccionarios, el *Diccionario de autoridades* (1726), con una definición que hoy resulta un tanto extraña: “el cuidado, solicitud y diligencia que uno pone en los negocios propios o ajenos”. En la actualidad, el término se ha retomado en castellano en las ciencias sociales (en el sentido más amplio) y se emplea con un sentido similar al del inglés y que aquí el autor destaca [N. de T.].

5 Traduzco “saber televisivo adquirido” cada vez que el autor emplea *médiacy* [N. de T.].

Ya es hora, si no de acompañar, al menos de buscar comprender un movimiento popular que, como veremos, afecta a todas las clases sociales y todas las edades. Este libro constituye un intento de introducción al universo de las series, destinado tanto a los aficionados a las series como a los académicos interesados en las cuestiones de la producción televisiva, el relato popular y su recepción o en los problemas narratológicos inéditos que plantean las series: en efecto, se puede “entrar” en el mundo de las series de varias maneras. Desde este punto de vista, la obra es también un catálogo de enfoques metodológicos posibles para abordar un género vasto y proteico.

Por tanto, este libro no se titula *Historia de las series de televisión* y no tiene vocación de ser un inventario. Ha sido preciso realizar una serie de elecciones, que sin duda dejarán fuera a los aficionados a algunas series de las que no hablaremos. Cuestiones de elección personal y también de disponibilidad nos guiarán para delimitar el campo de este estudio, aunque el criterio principal sigue siendo la necesidad de ilustrar lo mejor posible el desarrollo actual del género. Desde esta perspectiva, ha sido necesario privilegiar el ámbito estadounidense por un gran número de razones convergentes. La primera, que no resulta baladí, es el veredicto del público, jamás refutado, especialmente en Francia. En este momento en que estoy escribiendo estas líneas, leo en *Télécâble Sat Hebdo* (7 de febrero de 2009): “*CSI* sigue arrasando en audiencia en Francia. Este entusiasmo por las series estadounidenses es un fenómeno que se extiende a todas las televisiones francesas. En France 2, *Sin rastro* acaba de vencer de nuevo a la ficción francesa del lunes por la noche en TF1”. Solo algunas series británicas y, al menos en algunas partes del mundo como África, las telenovelas⁶ sudamericanas (Thomas, 2003) compiten con los productos estadounidenses. A menos que se afirme, como hacen algunos iluminados, que la televisión está en manos de manipuladores políticos y que su público es un ejército de incautos embrutecidos, hay que reconocer que un suceso tan generalizado se basa en algunas cualidades.

Es cierto que los estadounidenses han comprendido muy rápidamente que la noción de “serie” se adapta a la perfección a las formas de difusión de la televisión. Tanto *I Love Lucy* [*Yo amo a Lucy*] como *Dragnet*, series que anticiparon y ejercieron una enorme influencia en los dos grandes géneros de la *sitcom* [comedia de situación] y de la serie policial, comenzaron su programación en 1951. Francia, singularmente, nunca ha desarrollado ni reflejado una verdadera política de producción de series. Sin embargo, esto

6 En castellano en el original [N. de T.].

no se debe a que falten antecedentes históricos: las novelas-folletines del siglo XIX o los seriales cinematográficos de los años 1910-1920 tuvieron un enorme éxito. En el ámbito de la ficción televisiva, la lógica que se impuso inicialmente fue la de las antologías. *En votre âme et conscience* o *La caméra explore le temps* (cuyas primeras emisiones datan de 1956 y 1957), se presentan guiones y personajes distintos dentro de esquemas relativamente similares. Estas antologías reflejan el “deber de cultura” que guía a técnicos y productores, como señala con nostalgia Jean-Jacques Ledos (2007). La televisión debe entonces transmitir un patrimonio cultural preexistente. Sin duda, Francia también hizo un intento de producir series de televisión con altas ambiciones artísticas, como lo describe brillantemente Gilles Delavaud en su ensayo *L'Art de la télévision* (2005). No obstante, debido a que no se cree realmente en las capacidades del medio, los medios utilizados siguieron siendo irrisorios, como lo admite implícitamente Jean d'Arcy, director de programas durante siete años, al dirigirse a sus directores el día que toma posesión de su cargo: “Con las cámaras de video, los dos estudios que tienen y los decorados y actores, háganme algo que se parezca lo más posible a las películas que no puedo programar” (citado por G. Delavaud, p. 57). Al otro lado del Atlántico, también es la época de las antologías, celebrada por los historiadores como “la Primera Edad de Oro de la televisión estadounidense”. Esa época es quizás la única en la que la producción de ficción francesa y la estadounidense son comparables.

En los Estados Unidos, las series definitivamente prevalecen sobre las antologías a fines de la década de 1950. En Francia, la década de 1960 vio la introducción de verdaderas telenovelas [*feuilletons*] como *Le Temps des copains*; pero los productores nunca tuvieron los medios para rivalizar, por ejemplo, con las series inglesas *Coronation Street* o *Crossroads*, que debutaron respectivamente en 1960 y 1964. No se hizo ningún intento de competir con las series de aventuras británicas como *Danger Man* (*Cita con la muerte*, 1960-1968) o *The Avengers* (*Los vengadores*, 1961-1969), que se emitieron de manera errática en nuestras pantallas (solo hemos asimilado la noción de temporada en la última década), pero con gran éxito. A principios de la década de 1980, incluso las series eran más o menos señaladas como perniciosas debido al “escándalo ideológico” al cual dio lugar la serie *Dallas*, un escándalo muy revelador de nuestra ignorancia. *Dallas* se considera un ejemplo de la producción estadounidense, mientras que desconocemos la gran cantidad de series “liberales” producidas en ese momento, ya sea *I Spy* [*Yo soy espía*], cuyo personaje es negro, *All in the Family* [*Mi familia*], que se

burla ferozmente de las opiniones de derecha (Gomery, 2008: pp. 215-260) o *M*A*S*H*, presentada de manera parcial en una versión francesa deslavada que, gracias a una cuidadosa traducción, atenúa la carga antimilitarista contenida en la serie.

Cuando Francia comienza realmente a producir series, sus productores sufren dos desventajas importantes en comparación con la producción estadounidense. Primero, la falta de recursos, porque el género se estima menor dentro de un medio que ya se considera subordinado. La debilidad financiera de la producción tiene un impacto directo en el número de episodios producidos: la cantidad necesaria para fidelizar efectivamente al público nunca se alcanza. Competir con las series anglosajonas se vuelve imposible. Además, el sistema de producción conduce a encomendar la escritura de todos los episodios a un solo autor, que por sí solo no puede construir las variaciones indispensables para el buen funcionamiento de la serie: una serie no es una película. Un feliz y reciente contraejemplo de este punto de vista es el de *Plus belle la vie*, que ha logrado fidelizar a una audiencia en torno a un proyecto bastante claro empleando eficazmente las mejores recetas de la *soap-opera*.

Por otra parte, la conciencia más o menos vaga del deber cultural impregna hasta el menor episodio de *Navarro* (que comienza en 1989). La producción francesa sigue estando literalmente marcada por consignas provenientes de una intelectualidad que sigue pensando que debe guiar precisamente las elecciones del gran público. Pero la pedagogía rara vez se lleva bien con la ficción. Desde *Thierry la Fronde* (1963-1966), pasando por *Les Brigades du Tigre* (1974-1983) o *Marie Perlenche* (1984-1986), la producción francesa sufre las mismas desventajas, aunque *Maguy* (1985-1993) en el género cómico y las *Enquêtes du Commissaire Maigret* (desde 1967) en el género policial son destacadas excepciones.

La década de 1990 vio a las series estadounidenses liberarse de los últimos grilletes que las lastraban y así se produjo una obra maestra tras otra. Los franceses intentarán imitar los productos estadounidenses: por ejemplo *La Crim'* que usaba las recetas visuales de *Policías de Nueva York*, pero empleaba un esquema narrativo rutinario. También debemos saludar la iniciativa de individuos como Pierre Grimblat o Hugues Pagan que, en una época u otra, intentaron impulsar una verdadera producción. Actualmente la esperanza es de rigor: *Clara Sheller*, *Les Enquêtes de Nicolas Le Floch*, *Engrenages*, en géneros diferentes, han seguido recientemente vías más ambiciosas, al tiempo que permanecen dentro de las tradiciones narrativas nacionales.

Sin embargo, reconozcamos que la exploración estadounidense del campo de las series continúa siendo incomparable. A lo largo del tiempo ha seguido siendo ambiciosa y llena de enseñanzas. Tanto en lo que respecta a los modelos de producción, la invención narrativa y genérica, la conciencia de los retos culturales, políticos, feministas, económicos y sociales, como en la exploración de territorios ficcionales inéditos, las teleseries estadounidenses siguen a la vanguardia de otras producciones nacionales que, muy a menudo, las copian. Por tanto, tomaremos de ellas la mayoría de nuestros ejemplos.

Para organizar este trabajo, eran posibles varios métodos. Proceder por producción nacional no era conveniente, debido a las razones que acaban de explicarse. Una descripción por géneros también habría sido una posibilidad, que frecuentemente ha tentado a los analistas. Pero por un lado una clasificación es difícil de establecer ya que los puntos de transición son numerosos y, por otro lado, no puede pretender ser estable ya que el equilibrio e incluso la definición de los géneros no dejan de cambiar según los modos de producción.

La presentación cronológica era posible (criterio adoptado por Alain Carrazé), por ejemplo si se quería confiar en la temporalidad estadounidense: el tiempo de los pioneros (1951-1960) antes del dominio de las “Big Three” (NBC, CBS, ABC, 1960-1980);⁷ luego el período de la segunda Edad de Oro según Robert Thompson (1996), que vio a los canales de cable progresar grandemente y forzar ciertas transformaciones en toda la producción (1980-1992); por último, la entrada de Fox y sobre todo el ascenso de HBO y Showtime que esta vez revolucionaron el panorama televisivo y estimularon la innovación y la inventiva (desde 1992 hasta nuestros días). Pero ese plan habría conducido a una historia de la televisión estadounidense que no es el objetivo buscado por nuestro libro. Por tanto, hemos optado por una división en perspectivas complementarias. De hecho, se pueden mirar las series con diferentes lentes: cada parte del libro corresponde a un punto de vista posible sobre el tema y también a un método para acercarse a él.

Excepcionalmente, comenzaremos por abordar los problemas de la difusión televisiva y del público; la adecuación de las series a los modos de difusión televisiva para nosotros emergerá como un rasgo decisivo de su desarrollo.

7 National Broadcasting Company, Columbia Broadcasting System y American Broadcasting Company, respectivamente [N. de T.].

Continuaremos con el estudio de la producción, sus principios generales y sus modelos.

Luego situaremos el formato dentro del gran movimiento de la narrativa popular y de sus géneros esenciales, cuyo origen se remonta al siglo XIX.

Una vez establecidos sus vínculos con el público y sus situaciones industrial y cultural, podremos detallar las características particulares del delicado arte de las series televisivas.

Por último, veremos que las series nunca han abandonado la ambición de describir nuestra realidad contemporánea (¿con la excepción de las series francesas?).

De esta manera podremos analizar todos los matices del campo y desde una variedad de distintos puntos de vista. Este panorama general se ilustrará con múltiples ejemplos, cada uno de los cuales se examinará cada vez desde el ángulo deseado: seleccionaremos en tal o cual serie ciertos elementos o aspectos capaces de informar nuestro propósito, sin pretender nunca un examen monográfico de ninguna serie en particular. Insistiremos en las cualidades narrativas y estilísticas de las series: con demasiada frecuencia, lo único que se retiene del poder de atracción que representan ante el público es su facilidad de uso y consumo. Pero se descuidan sus continuas innovaciones o los usos renovados de antiguos procedimientos, a menudo cinematográficos, sobre todo en el ámbito narrativo. Destacarlos quizás lleve a los especialistas del cine y de la ficción en general a interesarse un poco más en ellas.

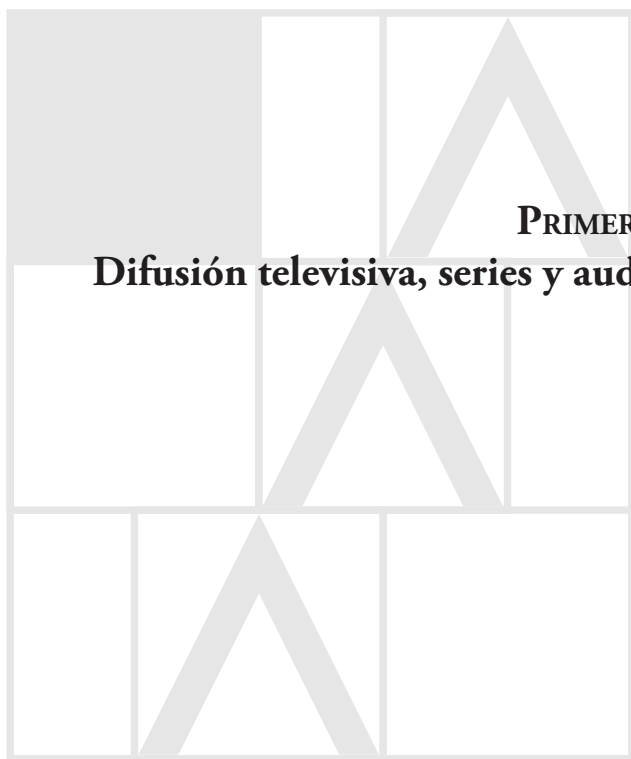
¿Qué esperar de este enfoque multidireccional? Las series en él aparecerán sucesivamente en diferentes etapas de su existencia, bajo luces distintas, capaces, creemos, de recomponer una imagen global del campo. Toda serie depende de sus condiciones de difusión y de la historia particular de su producción; también se inscribe en una relación significativa con la historia de los grandes géneros narrativos, es objeto de una construcción original a menudo inventiva, introduce una relación singular con la realidad y suscita interpretaciones plurales por parte de sus diferentes públicos. Se necesitarían estudios monográficos para detallar cada una de estas dimensiones. Una serie podrá servir de ejemplo en el capítulo sobre la producción, y luego en razón de sus cualidades estilísticas en otro capítulo; otra solo aparecerá en el capítulo dedicado a la narratividad serial.

Por ejemplo, se examinará el modo en que *24* exagera los principios narrativos de la telenovela jugando con el tiempo real de la serie; o bien se observará cómo la protagonista de *The Closer* [*Caso resuelto*], serie producida

por James Duff para TNT desde 2005, afronta el problema del estatus de una ejecutiva dentro de una empresa con mayoría de hombres. Estas dos series tienen obviamente otras características que no detallaremos aquí. Tampoco serán tratados muchos otros temas, como por ejemplo las constantes luchas de difusión entre las cadenas de los Estados Unidos y que llegan a Francia; por ejemplo, la batalla librada entre France 2 y TF1 con motivo de sus respectivas emisiones del domingo por la noche de *Sin rastro* y de *CSI. Escena del crimen*. Las cuestiones ligadas a las series son numerosas y para los estudiantes motivados todas ellas constituirían excelentes temas para disertaciones sobre sociología de la cultura o la historia de las formas de representación.

Si la función de las obras de arte, como escribe John Dewey (2005: p. 110), consiste en proponer a las comunidades sociales experiencias a través de las cuales revivir de modos renovados sus prácticas cotidianas más problemáticas, y si, como insiste en ello (p. 149), el medio esencial empleado con este fin por los artistas es la búsqueda de un dinamismo formal perfectamente adaptado a una materia específica, las teleseries sin duda han creado un nuevo registro del arte. Este último se ha afirmado empleando rápidamente instrumentos originales, pero afirmando cada vez más sus vínculos con, por un lado, el inmenso patrimonio de la ficción popular así como con las dificultades de la vida contemporánea. Desde esta perspectiva, parece que el arte de las teleseries sigue un camino inverso al tomado por las artes clásicas, que dan la impresión de querer romper con nuestra vida cotidiana, ciertamente demasiado banal. Parece que ya es hora de no descuidar más el lugar que este género ha ocupado para un gran número de públicos y de dotarse del aparato metodológico que nos permita medirlo.

la marca
editora



PRIMERA PARTE

Difusión televisiva, series y audiencias

la marca
e d i t o r a

Capítulo 1

La serie, el género televisivo dominante

1. La instalación de la televisión en los hogares

Nos faltan estudios sobre los inicios de la televisión en Francia, al menos en cuanto a las reacciones del público: se sabe poco sobre quiénes exactamente veían la televisión, en qué lugares se colocaba al receptor, cuáles eran las reacciones de los primeros telespectadores, cómo situaban el nuevo medio en relación con el cine o la radio, por ejemplo.

Sin embargo, esta historia de los inicios de la difusión televisiva, en particular la de las dudas que suscitó, es clave para comprender el surgimiento y luego el auge del género serial en la televisión. Por tanto, vamos a remontarnos a la historia estadounidense, mucho mejor documentada y extremadamente interesante (es cierto que la historia británica también ha sido objeto de estudios apasionantes, como *Do Not Adjust Your Set* de Kate Dunn, publicado en 2003), porque está llena de giros imprevistos, resulta muy instructiva y permite apreciar con mayor facilidad lo que sabemos acerca de la historia francesa. Además, las series nacieron en este contexto social y económico: tomar la medida de ello es una etapa crucial en nuestro trabajo.

La televisión estadounidense no experimentó un verdadero auge hasta los años de la posguerra. Ya en 1941, David Sarnoff, presidente de RCA, el principal fabricante de receptores, predijo que el desplazamiento de la vivienda desde el centro de la ciudad hacia los suburbios iría acompañado de un gusto pronunciado por el entretenimiento en el hogar que proporcionaría la televisión (Boddy, 1998: p. 28); sin embargo, su predicción no cobraría todo su sentido hasta la década de 1950. En efecto, como relata Anna McCarthy (2000), la difusión televisiva tuvo sus primeros éxitos en bares y restaurantes de los centros urbanos. Los clientes habituales se reunían para ver, en particular, retransmisiones deportivas. El público se componía

esencialmente de varones, pero desde el punto de vista del origen social era diverso. El bar y su televisor jugaban el papel de una sala de espectáculos donde la asistencia podía comportarse de manera similar a como lo hace el público en las gradas de un estadio. Así, en un primer momento, la recepción de la televisión sucedía en el espacio público y no en el espacio privado, de acuerdo, por otra parte, con los hábitos a menudo formados a principios de siglo, que llevaban a pequeñas comunidades a reunirse después del trabajo en este tipo de lugares de ocio y descanso. Si la recepción pública de la televisión hubiera seguido dominando, no cabe duda de que la serie no habría adaptado tan bien a los deseos y necesidades del público. La difusión de la televisión sigue siendo limitada en esta época: en 1947, solo se habían vendido 60.000 televisores, la mayoría en Nueva York.

A principios de la década de 1950 se produjo un espectacular cambio de tendencia. Las ventas de televisores se dispararon hasta el punto de que en 1955 la televisión estaba instalada en dos tercios de los hogares estadounidenses, es decir, 36 millones de receptores; recordemos que toda Europa en la misma época solo contaba con unos 5 millones de receptores. Es bastante fácil correlacionar este gusto inmoderado con la construcción de ciudades de viviendas unifamiliares en la periferia de las ciudades donde se refugiaban las clases medias en reconstrucción, incluso cuando tenían que habitar provisionalmente viviendas prefabricadas o autocaravanas: David Sarnoff en definitiva tenía razón. La revista *Business Week* señala ya en 1949 que la televisión se está convirtiendo en el espectáculo de los pobres (Boddy, 1998: p. 27): es cierto que entonces se trata solo de la ciudad de Nueva York, pero muy pronto esta constatación vale para todo el país. Nótese de paso que en Francia la venta de televisores aumentará diez años más tarde, en la década de 1960, cuando la política de construcción inmobiliaria dé sus frutos.

En esta época, por tanto, el aparato de televisión reemplaza a la radio en el *living-room* (Gomery, 2008: pp. 108-141), no sin modificar la disposición de toda la casa, como veremos. La organización de la difusión calca la ya existente para la radio. Las grandes cadenas radiofónicas, la NBC, la CBS y la ABC, se convirtieron en los grandes distribuidores de programas de televisión. Estos programas son retomados por sus estaciones locales afiliadas, que en 1950 ascendían a un centenar. Este “doble papel” de las grandes cadenas generará retrasos (Spigel, 1992: pp. 77-78): por ejemplo, a principios de los años cincuenta hubo algunas dudas sobre la transformación de las *soap-operas* radiofónicas en series televisivas; y también hay que esperar hasta 1951

para que las cadenas se lancen a la producción de programas destinados a llenar las tardes, dejadas hasta entonces a la discreción de las cadenas locales.

En su obra *Make Room for TV* (1992), Lynn Spigel ofrece una notable descripción de la revolución que supuso la instalación de la televisión en los hogares estadounidenses durante la década de 1950-1960: leyendo las revistas de la época, constata que el receptor se convierte en uno de los ejes de la vida familiar, lo que implica ciertos ajustes. Por ejemplo, la ubicación del aparato de televisión plantea un problema (pp. 89-90, p. 101): las mujeres, a menudo confinadas a la cocina, están alejadas del receptor situado en el *living-room* y se buscan soluciones para que a pesar de todo puedan seguir los programas. De ahí surgirán las cocinas que en la actualidad reciben el nombre de “americanas”. Las revistas también se interrogan sobre las relaciones dentro de la pareja: si bien es cierto que el marido se mantiene en el hogar lejos de los lugares de perdición urbanos por los programas de televisión, en especial los deportivos, ¿no existe el riesgo de que estos le impidan participar eficazmente en la vida familiar e incluso cumplir con el deber conyugal? (p. 88, p. 96). Una cuestión recurrente concierne a los niños: nos alegramos de que las jóvenes, en particular, se apeguen al salón familiar gracias a la televisión, pero tememos la inmoralidad de los programas, en especial teniendo en cuenta que todo el mundo constata que son sobre todo los programas “para adultos” los que atraen a la juventud (pp. 52-57).

Estas diferentes problemáticas que sacuden el panorama mediático estadounidense demuestran hasta qué punto la televisión está ahora asociada a la familia y, más aún, a la vida doméstica. Por supuesto, la industria de los programas es muy consciente de ello. Muy pronto se dirigió sobre todo a las amas de casa, símbolos indiscutibles del hogar, hasta el punto de conmover a la prensa: algunos se quejaron de las representaciones poco masculinas de los hombres en las primeras ficciones; de ello sobrevino una telefobia inevitablemente misógina (pp. 62-65). Es cierto que los anunciantes se dirigen sobre todo a las mujeres para venderles aparatos electrodomésticos y... televisores.

En cuanto a los programas, se inscriben naturalmente en la principal tradición del entretenimiento estadounidense, el espectáculo de vodevil nacido a finales del siglo XIX. Recordemos que lo que los estadounidenses llaman *vaudeville* es un espectáculo compuesto por secuencias cortas y diversas: al malabarista le sigue un cantante, luego vienen los domadores de animales o los cómicos (Portes, 1997: pp. 82-83). Para muchos historiadores (por ejemplo, Snyder, 1989), este tipo de espectáculo marca la entrada de los estadounidenses en la era de la cultura popular moderna. Evidentemente, se

adapta al nuevo medio y, en especial, a su ubicación familiar: “al mezclar las tradiciones del entretenimiento en vivo con narraciones sobre familias estadounidenses convencionales” (Spigel: p. 151), las grandes cadenas encuentran una primera solución para reunir a las familias frente a la pequeña pantalla. El *Texaco Star Theater*, animado por Milton Berle, ya un clásico de la programación radiofónica de la NBC, pasa a la televisión con un éxito tan grande que muchos restaurantes deciden cerrar durante su emisión: las monerías del actor, junto con los números ofrecidos por los invitados e insertados en una narración muy ligera, lo convierten en la primera estrella de la televisión.

Sin embargo, rápidamente los críticos reclaman una mayor continuidad narrativa. A partir de entonces, las comedias familiares olvidan sus orígenes vodevilescos: se busca un nuevo equilibrio narrativo que privilegie las articulaciones del relato. Las nuevas estrellas son familias televisivas, como las de *The Ruggles*, sin duda una de las primeras *sitcoms* (la serie comenzó en 1949). Esta última se desarrolla casi en su totalidad en el salón familiar, imitando así la situación de los telespectadores: las aventuras de la familia Ruggles se asemejaban a las dificultades vividas por su público. Así, la televisión estadounidense está desde comienzos de la década de 1950 en vías de una mayor narrativización de sus programas de entretenimiento: un emblema revelador de esto lo constituye el relevo producido entre el bufón Milton Berle y el comediante Charlie Ruggles. Las huellas del vodevil, todavía presentes en las *sitcoms*, por ejemplo a través de la interpelación directa de los telespectadores (Spigel: p. 159), desaparecen de un género nacido alrededor de 1951: las obras dramáticas para la televisión producidas por un patrocinador específico dentro de antologías son otro indicio de la demanda de relatos por parte del público. Son el equivalente de nuestra época de las “obras dramáticas” estudiadas por Gilles Delavaud (2005): rodados en directo, están escritos con cuidado por escritores reconocidos como Paddy Chayefsky o Reginald Rose (Stempel, 1996). Mimados por los críticos de los grandes periódicos, suelen ofrecer temáticas sociales y políticas ambiciosas, y los historiadores hablan de ellos como la “Primera Edad de Oro de la televisión”. No obstante, tienen un éxito relativo en comparación con las comedias familiares, de inspiración más popular y festiva, y también más amena.

La noción de serie aún no se había impuesto, aunque *Yo amo a Lucy*⁸ y *Dragnet* van a demostrar desde 1952 la eficacia de un género ya no calcado del teatro o la radio, sino en el que se emplean modos de producción

cinematográficos. Milton Berle o el equipo de *The Ruggles* trabajan sobre una cuerda demasiado floja: estos programas diarios se transmiten en directo, se escriben de un día para el siguiente y están a merced del menor incidente. Además, son agotadores para toda la producción: esta transposición inmediata del modelo radiofónico, con una tecnología menos exigente, no era sostenible a largo plazo. Así pues, fue avanzando hacia un modelo diferente que la producción televisiva encontró un equilibrio satisfactorio tanto para la industria como para el público. Su azarosa constitución atestigua las incertidumbres de la época. En 1950, la CBS quiso que uno de sus éxitos radiofónicos, *My Favorite Husband*, interpretado por su estrella Lucille Ball, habituada también a los estudios cinematográficos, se convirtiera en una *sitcom* televisiva rodada en Nueva York. Pero Lucille Ball, casada con un comediante, Desi Arnaz, no tenía intenciones de mudarse de Hollywood. Ambos propusieron a la CBS producir lo que se convertirá en *Yo amo a Lucy* en un estudio californiano. Para reducir el tiempo de rodaje, imaginaron que podía rodarse en simultáneo con varias cámaras dirigidas por el antiguo operador de Fritz Lang, Karl Freund, y en presencia de un público para recuperar el ambiente teatral de los rodajes en directo. El resultado se editaba y se enviaba luego a Nueva York (Marc y Thompson, 1995: pp. 27-29). *Yo amo a Lucy* constituye, pues, la primera *sitcom filmada* de la historia de la televisión. Se beneficia de guiones que destacaban la inventiva de los actores al presentar a una Lucille Ball despojada de sus atractivos más encantadores, para no escandalizar al salón familiar: la televisión no es el cine (Spigel, 1992: p. 153). *Yo amo a Lucy* será todo un suceso cuando el productor Jess Oppenheimer decida convertir el embarazo de Lucille Ball en parte de la trama de la serie. En el preciso momento en que la familia Arnaz-Ball se agranda, su familia ficticia, la familia Ricardo, la imita (Stempel, 1996: p. 31).

Dragnet manifiesta otra faceta de los hábitos de Hollywood. Su creador, Jack Webb, es actor y escritor, autor para la radio de numerosos *crime shows* inspirados en los *films noirs* de posguerra, rodados por Warner Bros. o Universal, de los cuales es un intérprete habitual. Su escritura es apreciada por su realismo: conoció un gran éxito radiofónico con sus obras dramáticas cuyos personajes son *hardboiled detectives*. *Dragnet*, otra serie radiofónica, se inspira en los diarios de la policía de Los Ángeles. Webb logra que la NBC acepte la idea de transponer la serie a la televisión empleando los modos de producción y los equipos del cine de serie B. El éxito es inmediato, lo que demuestra que el film de bajo presupuesto puede servir de modelo para la producción televisiva de series tanto en el plano narrativo como en el de la

realización (Marc y Thompson, 1995: pp. 131-136). *Dragnet* constituirá un ejemplo a seguir para las series de aventuras: fórmula narrativa precisa, ritmo idéntico de un episodio a otro, constitución de personajes recurrentes. Todo está ahí, o casi. Con una sola excepción: Webb es el autor de la totalidad de *Dragnet*, escritor, productor y personaje principal, una forma de proceder que no está llamada a perpetuarse.

2. La vida familiar y la televisión

Tanto *Yo amo a Lucy* como *Dragnet* obtuvieron un éxito tal que se convirtieron en referentes de la producción televisiva, no solo para sus respectivos géneros, la *sitcom* y la serie policial, sino de toda la producción de ficción estadounidense. ¿Por qué este tipo de producciones, que pueden dar lugar a citas regulares, *programables* tanto por las cadenas como por los telespectadores, rodadas en condiciones que les aseguran una calidad constante, se impusieron como un verdadero modelo? Para abordar esta cuestión, debemos interrogarnos sobre las condiciones de la vida familiar, creadora de hábitos y rutinas necesarios para la vida colectiva.

Numerosos autores han entendido la vida familiar, la vida doméstica, como el quid de una paradoja. Desde un primer punto de vista, la casa constituye un refugio contra las limitaciones y las obligaciones de la vida pública, su orden impuesto contra el que se puede resistir si no queda otra opción, pero ante el cual por lo general hay que someterse. Al abrigo del mundo exterior entre los muros del “hogar”, por el contrario podemos dar rienda suelta a nuestras ansias de desorden a la vez espaciales y temporales. Jean-Paul Filiod (2003) insiste acerca de este aspecto en su artículo “C’est quoi ce bazar?”. Pero el autor también insiste en los límites que impone la vida familiar a la desenvoltura de cada individuo. Es necesario que todos los habitantes de la casa lleguen a un acuerdo de concesiones mutuas que permita yuxtaponer todos los desórdenes personales sin poner en peligro la vida colectiva. De la misma manera, Jean-Hugues Déchaux (1999) muestra que cada miembro de la familia es portador de dos ideales diferentes en cuanto a la libertad: la del grupo, por un lado; la propia, por otro. François de Singly (2005), en una obra ya clásica, subraya el grado en que la familia contemporánea se ha convertido en el criterio y el instrumento del desarrollo personal: como si el asentimiento dado a un conjunto de normas colectivas garantizara el apoyo del grupo familiar en la realización de uno mismo.

Así, la vida en el hogar no es solo retiro o asilo: es también construcción. Por tanto, necesita regularidades, escogidas y elaboradas en el seno de la familia. Así, como escribe Perla Serfaty-Garzon (2005: p. 103), “la casa es el sitio donde ocurren numerosos rituales” que jalonan los momentos intensos de la vida familiar, como los reencuentros, las comidas y las actividades de ocio en familia. La ritualidad privada, en la medida en que es la expresión de la faz colectiva de la familia, y en la medida también en que cada uno puede participar en su elaboración y encontrar en ella su lugar particular, constituye una parte decisiva de la vida del hogar. A menudo atañe a los actos más ínfimos de la vida colectiva: el orden de la mesa familiar, el del sofá, el de las tareas domésticas o de las formas admitidas de conversación son objeto de rituales particulares; el amor mismo se esconde en pequeñas ceremonias casi anodinas.

Las investigaciones sobre las conductas de los telespectadores (por ejemplo, Donnat, 1998: pp. 115-150) confirman que la televisión forma parte del dispositivo ritual general. Demuestran en particular que la pequeña pantalla se ha ido integrando de manera progresiva en nuestras vidas íntimas y en nuestros hábitos, hasta el punto de que cada una de las formas infinitamente variadas del consumo televisivo están intensamente marcadas por liturgias privadas o ceremonias domésticas. También está claro que la televisión rara vez se ve al azar. Cada quien establece sus propias citas con la televisión, que reparten las horas frente al aparato para cada uno de los miembros del grupo familiar y que respetan el conjunto de hábitos –los rituales– de la familia. Cuando llega la hora de encender el televisor, nos sentamos en el sofá en nuestro lugar habitual, mientras que la posesión del control remoto siempre recae en la misma persona. Es cierto que esta atribución puede cambiar según la hora o el día. Incluso existe a menudo una especie de reglamento sobre la disposición del control remoto: en función de la hora y también del día, se admite que un miembro u otro de la familia disponga del mando. La instalación delante del televisor es, por tanto, objeto de hábitos sólidamente arraigados en el espíritu familiar.

Si bien puede ser arriesgado extender a la descripción de la vida familiar los análisis realizados por sociólogos británicos en la década de 1970 sobre las “subculturas”, existen algunas analogías llamativas. ¿Podría considerarse la organización de la vida familiar como una forma de construir una red de valores y modos de vida que la proteja de las presiones externas, de manera similar a como Stuart Hall (1975: p. 41) observa las subculturas construidas por las clases dominantes? La familia se apropia de los programas

convirtiéndolos en elementos de su modo de vida; y los programas, transformados o asimilados por la “subcultura” familiar, llegan a representar su situación, sus aspiraciones o reivindicaciones. Las series son, como veremos, excelentes candidatas para desempeñar un papel importante en este marco familiar y cultural.

Las redes sociales nacidas en el seno de otras comunidades pueden contribuir a dar fuerza y vigor a estas representaciones, como lo ha demostrado Dominique Boullier (2003) a propósito de las discusiones en el comedor. Más aún, las discusiones de colegio relatadas por Dominique Pasquier (1999), o entre fans más adultos descritas por Henry Jenkins (1992) a propósito de las series, permiten que los elementos encontrados en espacios privados participen más ampliamente en la vida de las audiencias. Algunos incluso se vuelven capaces de contribuir a los estilos que ciertas comunidades de público dan a su modo de vida (Hebdige, 2008): pueden ser esgrimidos como emblemas distintivos por colectivos particulares. Si *Buffy*, la destructora de vampiros, es un personaje tan importante para muchas jóvenes estadounidenses de diversos orígenes, ¿no será porque representa una “solución”, aunque sea imaginaria o fantasiosa, a problemas reales que resultan de las relaciones con los hombres? Según Stuart Hall (pp. 47-48), la función de los estilos de vida construidos por las minorías sociales consiste en dar a conocer las contradicciones dentro de las cuales el espacio público quisiera encerrarlas.

3. Parrillas de programación y citas televisivas

Ahora estamos en condiciones de comprender por qué la teleserie se ha convertido en un género tan importante en la producción televisiva, pero también en el género más amplio del relato popular. Antes de detallar la perfecta adaptación del género a la producción y difusión televisiva, cabe insistir en el hecho de que este recorrido no ha sido fácil. La serie ha sido durante mucho tiempo despreciada y menospreciada, sobre todo en Francia. Pero incluso en los Estados Unidos, fue inicialmente recibida por los actores del campo cultural con cierta condescendencia. Una anécdota es célebre en este sentido: en 1961, cuando el género serial hacía muy poco tiempo se había impuesto como dominante, Newton Minow, a quien el presidente Kennedy acababa de nombrar como responsable del organismo de regulación de la televisión, habla de la programación televisiva como de un *vast*

wasteland [un extenso páramo]. Esta opinión no es aislada: por ejemplo, uno de los “personajes” de la Edad de Oro de la década de 1950, Paddy Chayefsky, al comienzo de la siguiente década proclama a quien quiera escucharlo que la televisión ha dejado de ser creativa (Marc y Thompson, 1995: p. 125). Es cierto que ya no alcanza con ser escritor para controlar la creación televisiva; se han instalado otra organización y otros oficios que Chayefsky no comprende y que a él no le convienen. Nuestra nostalgia por la era de las grandes dramaturgias hoy no ha desaparecido, como lo demuestra la obra de Jean-Jacques Ledos publicada en 2007, *L'Âge d'or de la télévision 1945-1975*, donde el autor deplora la desaparición de la televisión “cultural” de los artesanos de los primeros tiempos.

El espectáculo cinematográfico originalmente se concibió a partir de lo que llamamos *music-hall*. Se proyectaban varias películas, de diferentes tipos, separadas por un entreacto. El cine constituía un entretenimiento para un público ruidoso, relajado y familiar. Las salas de barrio, sobre todo, pero también los grandes cines exclusivos, un poco más silenciosos, seguían más o menos este modelo que se adaptaba a la perfección al público del momento. La propia producción de las películas se diseñaba para ajustarse a esta forma de difusión. Luego llegó la política de autor y la idea de que la gente iba al cine para ver una película concreta, elaborada y dirigida por un artista de cine. Esta concepción transformó las formas de asistir al cine: la función se reduce, literalmente consagrada a lo que antaño se llamaba la “gran película”. Todo un sector de la producción cinematográfica desapareció, como los noticiarios, o se transformó; los dibujos animados previos al programa desaparecieron antes de que la industria de la animación renaciera con la telenovela; en cuanto a los documentales, se convirtieron en reportajes o “temas” de la televisión.

Al igual que el cine, la televisión tuvo que adaptarse a los hábitos de su público. La situación de la recepción televisiva ha movido a las cadenas a establecer políticas de programación capaces de insertar el espectáculo televisivo en el seno de la vida familiar. Más aún, han buscado conciliar las rutinas y ritos familiares con la difusión de los programas que ofrecieran citas específicas y precisas a los telespectadores. Su regularidad ha permitido la elaboración de un eficaz saber televisivo adquirido [*médiacy*]: la competencia de la telespectación no ha dejado de perfeccionarse.

Los programas que facilitan la planificación de la difusión forman lo normal de la televisión. Forman su columna vertebral esencial, y entre ellos se hallan las series televisivas. Es cierto que la televisión necesita

acontecimientos excepcionales proporcionados por el deporte, la política, la actualidad, y que no duda en dramatizar algunos programas para presentarlos como ocasiones singulares. Así, el próximo partido es inevitablemente el partido del siglo, el próximo reportaje un reportaje excepcional o exclusivo, etc. No obstante, incluso cuando logran capturar lo único o lo excepcional, de inmediato lo transforman en imágenes ritualizadas. Pensemos, por ejemplo, en las imágenes de las dos torres del World Trade Center contra las cuales se estrellan sendos Boeings, transmitidas y luego retransmitidas una y otra vez, al infinito, en nuestras pantallas. Esta excepcionalidad abarca sus propios límites: la regularidad es necesaria, en especial desde el punto de vista de las familias. Esto explica que las cadenas televisivas no dejen de construir cadencias gracias a emisiones regulares, formatos inalterables, presentadores recurrentes. La parrilla de programas es una manifestación ejemplar de ello: constituye un sistema complejo de propuestas de citas televisivas regulares, de promesas (Jost, 1999), capaces de insertarse dentro de otra forma de regularidad, a saber, el conjunto de ritos que organizan la vida dentro de la casa.

Desde esta perspectiva, el control de la capacidad de reacción del público frente a los programas parece constituir un objetivo prioritario tanto de las cadenas de difusión estadounidenses como de los canales europeos. Un hecho necesario para la continuidad de un programa televisivo es que uno o varios miembros de la familia lo hagan suyo de manera regular. Ese programa debe encontrar su lugar dentro de la ritualidad familiar. Debe insertarse en el *marco familiar de la recepción* televisiva. Como toda vida social, esta tiene una regularidad, pero con altos y bajos, hecha de series de diferentes secuencias, cada una de las cuales obedece a su propia lógica. Es por esta razón que el concepto de “flujo” debe desaparecer de todas las formas de explicación o reflexión sobre la televisión. A excepción del hecho de que los flujos de electrones atraviesan el receptor de la televisión, el concepto no tiene ninguna pertinencia. No explica ni la producción ni la recepción de los programas televisivos. El término fue empleado por primera vez por el destacado sociólogo inglés Raymond Williams (1975) cuando, en su primer viaje a los Estados Unidos, permaneció durante muchas horas en la habitación del hotel donde se hospedaba frente al televisor sin poder captar el orden que organizaba la programación. Recibió el movimiento de las imágenes sonoras como un flujo o una corriente continua. Antes de generalizar imprudentemente su experiencia, Williams primero reconoce que se trata de la visión de un telespectador inexperto e incluso incompetente. Podríamos

comparar su actitud con la de un lector del *Ulises* de Joyce que nada supiera de los desarrollos de la literatura o con la de un espectador de los *drippings* de Jackson Pollock que no conociera la historia de la pintura desde 1900. Esta interpretación del movimiento continuo de las imágenes proveniente de alguien sin un trato previo con la televisión estadounidense ha conducido a un sinnúmero de malentendidos y cegueras; así se ha podido hablar de la televisión olvidando la diversidad de programas. La noción de flujo ha parecido cómoda y fácil de usar para los investigadores que, como el conjunto de su clase social de origen, tenían muy poca simpatía por un medio muy popular.

Desde hace al menos quince años, la literatura académica anglosajona ha criticado ampliamente un concepto del todo inapropiado para su objeto. Para contribuir a aclarar la historia de su uso, recordemos la crítica que propone la historiadora del cine y la televisión Kristin Thompson (2003: pp. 5-16). Ella muestra que todo lo que sabemos sobre los modos de percepción de la telespectación, ya sean encuestas etnológicas o mediciones de audiencia, revela que *el contexto de la recepción televisiva es discontinuo*: el espectador no deja de escoger y, al hacerlo, produce cortes en la programación. Prefiere ver un programa o pasar a otro a través del *zapping*, dejar de ver televisión para dedicarse a otra actividad. Por otra parte, estos mismos estudios confirman que la interrupción de un programa (una serie) por otro (una pausa publicitaria) no afecta en absoluto la comprensión del primero, sobre todo si el segundo programa no tiene nada que ver con el que fragmenta (tampoco se puede pretender que responder a una pregunta formulada por un familiar haga olvidar toda la novela que se está leyendo). Por cierto, desde sus inicios la literatura popular habituó a sus públicos a sus ritmos sincopados: las primeras novelas aparecieron en folletín [por entregas] en la prensa popular, pero siempre se situaban en la misma página y en la misma columna. Se podría eventualmente pretender, concluye Kristin Thompson, que la noción de flujo se aplica incluso al deseo del teledifusor: este último soñaría con un telespectador “pegado” a su receptor y sin que sostenga en la mano el control remoto. Pero ya no se trata ni siquiera de eso: los responsables de los canales son más realistas y saben que deben producir programas para satisfacer expectativas diferentes. Resumiendo de forma brutal: fuera de un marco técnico, el concepto de flujo no tiene aplicación en el ámbito de la televisión.

Podemos volver a la realidad de la ritualidad de la vida familiar y a la necesaria adaptación de la programación televisiva. Su respuesta primordial desde sus orígenes es la propuesta de programas diversos concebidos como

un conjunto de citas delante de la pantalla todas diferentes, pero regulares y específicas. La “parrilla de programas” anunciada y publicitada, no solo por medio de la prensa, sino también puesta en escena dentro de la emisión, es el *marco de presentación* de la producción televisiva susceptible de satisfacer la condición ritual de la recepción. La parrilla comporta un sistema de franjas horarias fácilmente memorizables que orientan la telespectación. Permite construir hábitos y familiaridades receptivas, conjugar de manera feliz los ritmos de los programas y la vida familiar de los telespectadores. Como todo telespectador aprende rápidamente, produce un conjunto de interrupciones promocionales o publicitarias: estas interrupciones son el precio a pagar por todos los medios “gratuitos”. El funcionamiento general de la parrilla de programas asegura así una comunicación fácil entre los teledifusores y los públicos: gracias a la publicidad, los primeros pueden cumplir sus promesas y los segundos acomodarlas a sus gustos y estilos de vida. Entre ellos, la promesa de un placer incesantemente renovado y casi seguro es la más importante: es en este punto donde encontramos las series y su definición televisiva.

4. La serie, o la adaptación de la producción a la difusión

Continuemos explorando la respuesta de los programadores a la demanda de regularidad del telespectador. La asiduidad del público no solo se mantiene gracias a la parrilla de programas y a su comunicación a través de la prensa. Dentro de los programas, hasta en los interprogramas (Esquenazi, 1998), los emisores realizan un conjunto de gestos dirigidos al telespectador, que Goffman (1974) quizás se complacería en llamar “actos rituales televisivos”. Estos tienen como propósito exhibir la complicidad de los ejecutivos de la televisión con los órdenes rituales de las familias a través de la puesta en escena de una complicidad casi obsesiva entre la difusión y los públicos.

Emisiones como *Le Vrai journal* (Canal+, 1996-2006) o *Tout le monde en parle* (France 2, 1998-2006) se han estructurado incluso a partir de manifestaciones exageradas de este comportamiento: guiños, propuestas de tuteo, frases obligadas (como “¿Se acuerdan de...?”) pronunciadas por Karl Zéro en la primera; los timbres, jingles, tipos de entrevistas, etc., de Thierry Ardisson en la segunda, forman un arsenal impresionante de actos de habla rituales que parecen tener como objetivo introducir al telespectador en ceremonias basadas en complicidades a menudo toscas (Rouquette, 2001). Los

juegos basados en reglas y pruebas son otro tipo de programas que acogen los efectos rituales (Leveneur, 2009). Otro ejemplo son los recientes programas de telerrealidad, que se basan en “pasos obligados” desesperadamente uniformes.

Si toda la televisión lúdica o informativa parece poseída por una manía por el gesto ceremonial, o al menos cómplice, consagrado a la “conexión” entre una emisión, un presentador y “el” público, el único género ficcional capaz de mantener la regularidad televisiva es la serie. Incluso está concebida para inscribirse en la ritualidad receptiva: su programación obedece a la ley del retorno de lo mismo, cada episodio constituye una promesa hecha a los telespectadores de obedecer exactamente y sin miramientos una fórmula narrativa que siempre se respeta a pie juntillas. No se ve “Death Lends a Hand” o “Lady in Waiting” (episodios 2 y 5 de la primera temporada), sino un *Columbo*⁹ cada semana a la misma hora. No se sigue *The Young and the Restless*, se reencuentran personajes familiares, una especie particular de vecinos, cada día arrellanados en el mismo sofá. La serie en cuanto género responde exactamente a las exigencias de la programación televisiva; es el ejemplo de una programación ideal, como lo fue por ejemplo la novela-folle-tín para los primeros periódicos populares del siglo XIX (Angenot, 1975). Precisamente, la serie responde a la demanda de regularidad de dos maneras: por un lado, puede programarse *ad hoc* y encaja en la parrilla de programación de forma sencilla semana tras semana, por lo que se adapta con facilidad al conjunto de rituales familiares; por otro lado, la serie presenta un plan cuyas regularidades son aparentes y explícitas: el telespectador las reconoce fácilmente y puede encontrarlas sin dificultad.

Por supuesto, la idea de obras en serie no es exclusiva de la televisión. Basta con pensar en los novelistas populares del siglo XIX, que entregaban aventuras heroicas día tras día en los primeros periódicos modernos. La explotación del concepto de “tema y variaciones” a la que recurren los músicos es la fuente explícita de innumerables obras musicales: las exploraciones de Johann Sebastian Bach o Ludwig van Beethoven de una forma temática nos resultan familiares. La serie se ha impuesto incluso en la pintura moderna, donde hablamos de la “serie” de los rehenes de Jean Fautrier o de la “serie” de las mujeres de Willem de Kooning.

La serie musical o pictórica es una colección de obras cuyo punto en común se define de un modo esencialmente formal: por ejemplo, las

9 *Columbo* en España.

Variaciones Diabelli constituyen un conjunto de piezas todas inspiradas en el mismo vals compuesto por Anton Diabelli. Cada una de ellas somete a variaciones a uno o varios componentes del vals inicial. Del mismo modo, las mujeres de De Kooning son una serie de figuras de mujeres simplificadas, pero potentes, que se destacan sobre un fondo cada vez más caótico.

La serie de obras ficcionales se inscribe por lo general dentro de un género literario, que el teórico de la literatura popular John Cawelti (1977: p. 6) define como “una combinación o síntesis de un número de convenciones culturales específicas y de una forma o de un modelo narrativo más universal” (antes que el término “género” Cawelti prefiere “fórmula”, pero nosotros a este último le reservamos otro uso). Un género se adscribe, pues, a un tipo de modelo narrativo empleado en el interior de un universo cultural característico. A lo cual hay que añadir un rasgo importante. Todo género se asocia a un tratamiento convencional del relato; el *western* se cuenta desde la perspectiva del personaje genérico del pionero que no teme adentrarse en territorios desconocidos; el relato policial, desde el punto de vista del investigador.

Una *serie* de relatos ficcionales se constituye a partir de lo que podríamos llamar un “aumento de particularización” del género: los creadores de la serie emplean los componentes de un género fijando algunas características de ellos. Por ejemplo, el novelista Michael Connelly sitúa sus novelas policiales en Los Ángeles y hace del inspector Harry Bosch su personaje, siempre enfrentado a un criminal inescrupuloso y a colegas estrechos de miras. Propongo llamar “fórmula” al marco estricto que se da a sí misma una serie (Esquenazi, 2002). Como en el caso de las *Variaciones Diabelli* o de las mujeres de De Kooning, se fijan rasgos particulares que se encontrarán en cada episodio de la serie. Estos son tanto formales como temáticos.

La serialidad televisiva resulta más rigurosa que otras formas de serialidad porque diversas obligaciones han llevado a los programadores a construir fórmulas de una notable precisión. Por ejemplo, la duración de cada episodio debe ser absolutamente constante; a menudo también, para las series destinadas a ser cortadas por la publicidad, la cadencia narrativa de cada episodio debe obedecer a una prescripción temporal categórica. El modo de producción audiovisual que desplaza equipos importantes y frecuentemente renovados constituye otra obligación de la serialidad televisiva: los decorados no pueden cambiarse. Por último, y sin duda es lo más importante, cada serie debe conseguir encajar lo más rápido posible en las regularidades del telespectador. Episodio tras episodio, no se puede tolerar ninguna

desviación de la fórmula original de la serie: por tanto, esta debe tener el rigor de un mecanismo de relojería.

Este rigor es la fuente directa de la inventiva serial. Toda producción de la cultura está obligada a la innovación, como recordó sin gran éxito Edgar Morin desde 1962 en *L'Esprit du temps*: la producción de series no escapa a la regla. Como lo demuestra Marc Alvey (2000: p. 47), los límites de la convencionalidad serial han sido constantemente puestos a prueba por la industria para crear fórmulas seriales innovadoras: la mezcla de géneros o la transferencia de personajes de un género a otro han sido muy frecuentes. Según la justa expresión de Alvey, la explotación de la “innovación convencional” ha seguido siendo una constante de la industria estadounidense. De tal suerte que puede afirmarse sin ninguna paradoja que la inventiva inagotable de los productores de series es el resultado directo de la reflexión acerca de las convenciones.

¿Es posible delimitar el dominio de las series televisivas? A veces se ha distinguido entre dos dominios: el de las telenovelas y el de las series propiamente dichas (Benassi, 2002): por un lado, el telespectador se mantiene en vilo por una historia cuyo siguiente giro imprevisto se aplaza hasta el siguiente episodio; por otro lado, se le promete una nueva historia, pero duplicada por completo siguiendo el modelo de la anterior. Sin embargo, muchas telenovelas (casi todas, a decir verdad) contienen elementos seriales y ninguna serie está exenta de evoluciones. En la actualidad, la mayoría de los productos sigue una doble lógica telenovelesca y repetitiva. Tanto es así que también se ha pensado que toda producción televisiva ficcional con episodios es una serie (Carrazé, 2007). Pero aunque la adaptación de Claude Barma para la ORTF de la novela de Alexandre Dumas, *Le Chevalier de Maison-Rouge*, está concebida para ser emitida en cuatro episodios, no pretende conquistar un público regular año tras año, al contrario que *The Avengers* [*Los vengadores*] en la misma época.

Parece, pues, que a pesar de todo se puede proponer un criterio para delimitar de modo aproximado el territorio serial. En su indispensable estudio sobre la *soap-opera*, Robert Allen (1985: p. 137) enfatiza que el género se caracteriza en particular por su resistencia al cierre: es una suerte de telenovela que ofrece momentos de resolución narrativa parcial, pero que se cuida de dejar la puerta abierta a nuevas peripecias. Es lo que Mary Ellen Brown (1994: p. 60) denomina la “apertura” del género. Lo que es cierto de la telenovelesca *soap-opera* lo es aún más de los otros tipos de series. Cada una debe velar por mantener su *apertura*, su capacidad de proponer nuevos relatos:

en la producción esta necesidad manifiesta el deseo de captar al público de forma regular y potencialmente “infinita”. Las series basadas en narraciones independientes, por ejemplo, garantizan una capacidad de seguir duplicándose infinitamente. El inspector Columbo potencialmente puede continuar con sus investigaciones hasta que Peter Falk fallezca. En cuanto a las series cuyo relato se extiende a lo largo de varios episodios, adoptan una dispersión narrativa que les permite mantener algunas historias “encendidas”: una conclusión local no significa un final general. Paradójicamente, una vez lanzada, una serie puede ser difícil de finalizar. Recordemos el golpe de mano de Alan Ball, quien, para asegurarse de que su serie *Six Feet Under* [*A dos metros bajo tierra*] finalice con la quinta temporada, realiza un último episodio que pone en escena la futura muerte de cada uno de sus personajes. De forma más general, las series solo terminan cuando el público pierde interés, esto confirma que la producción televisiva depende de la reacción de los públicos.

Desde esta perspectiva, lo que los estadounidenses llaman “miniseries”, que son ficciones desarrolladas y terminadas en pocos episodios, aparecen como productos que se mantienen dentro de los lindes del universo de las series: el cierre anunciado, la unidad de una historia, incluso si se cuenta en varias historias, parecen incompatibles con el proyecto tanto cultural como económico de las teleseries.

Llegamos finalmente a una conclusión inevitable: en las circunstancias que han rodeado el desarrollo del medio televisivo, era ineludible que la serie se convirtiera en uno de los géneros preferidos por el sistema. Ungido por los telespectadores que encuentran en él una suerte de confort y seguridad en el seno de su vida cotidiana, el género también ha sido progresivamente mimado por las grandes redes de difusión y por las productoras, en la medida en que les asegura beneficios sustanciales. Lógicamente ha atraído, como detallaremos en los siguientes capítulos, a personalidades ambiciosas que poco a poco han inventado un nuevo oficio, el de “creador” de series. Este oficio, que implica grandes competencias a la vez culturales, escriturales, económicas y de gestión, ha visto afirmarse a fuertes personalidades creativas como Rod Serling, Patrick McGoochan, Steven Bochco, Dick Wolf, etc. Si estamos en el buen camino, si la actual predominancia de las series resulta del sitio otorgado a los televisores en el salón familiar, deberíamos encontrar pruebas de ello no solo en el contenido, sino asimismo en el detalle de los modos de recepción de las series. Intentaremos verificarlo en el siguiente capítulo.