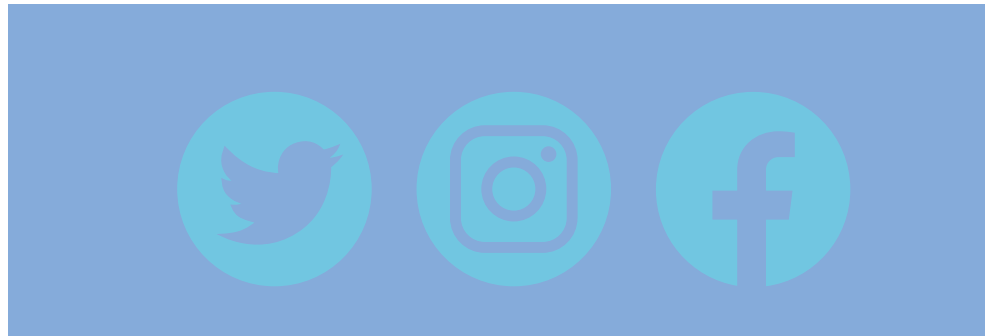
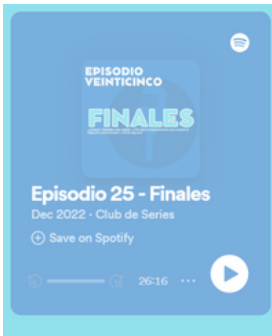


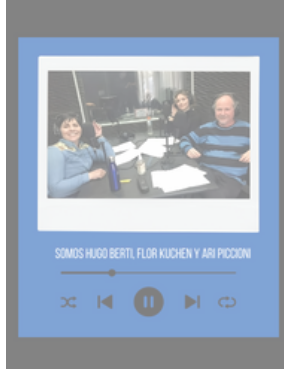
CLUB DE SERIES LA REVISTA

UN PORTAL AL UNIVERSO DE LAS FICCIONES AUDIOVISUALES SERIADAS

TESINA DE GRADO
lic. en Comunicación Social



NOTICIAS



Estudiantes: Kuchen, María Florencia; Zanelli, Rocío Belén.

E-mail: kuchenflorencia@gmail.com - rociozanelli10@gmail.com

Director: Hugo Berti

Codirectora: Arianna Piccioni Luna

Rosario - 2023



FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA
Y RELACIONES INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO



ACCESO DIGITAL A NUESTRA REVISTA

www.clubdeseries.com.ar

SPOILER ALERT

The screenshot shows the Club de Series website interface. At the top, there is a navigation menu with categories: QUIÉNES SOMOS, NOTICIAS, ARTICULOS, CRITICAS, MULTIMEDIA, NO SE QUÉ VER, CLUB, and a search bar labeled BUSCAR. Below the navigation is a featured article titled "LO REAL Y EL REALISMO EN LA FICCIÓN SERIADA" by Hugo Bertl, featuring a photo of several men in suits. The main content area is divided into three columns. The left column contains three news items: "APPLE TV+ LANZA EL ADELANTO DE LA TERCERA TEMPORADA DE 'THE MORNING SHOW'", "MÁS ROMANCE Y AVENTURAS EN PARÍS: 'EMILY EN PARÍS' CONFIRMA SU TEMPORADA 4", and "CRISIS EN HOLLYWOOD: SINDICATO DE ACTORES SE UNE A LA HUELGA DE GUIONISTAS". The middle column features a "FINALES" section for "Episodio 25 - Finales" from Dec 2020, with a Spotify link. The right column has a "DESCUBRI NUESTRO CANAL DE YOUTUBE" button. At the bottom, there is a "SUSCRIBITE A NUESTRO NEWSLETTER" button and social media icons for Twitter, Instagram, and Facebook. The footer includes the text "CLUB DE SERIES 2020" and "FOTOGRAFIA: GUY AROPERA / WIREIMAGE.COM".

Resumen:

La experiencia de mirar una serie trasciende la pantalla.

En el siglo XXI el consumo de series y de textos relacionados con ellas ha crecido notablemente, atrayendo el interés de los aficionados que desean sumergirse en su universo. En esta tesina exploramos cómo el consumo de televisión genera conversaciones y discusiones, creando la necesidad de compartir nuestras experiencias de visualización con otros. Disfrutamos hablar sobre lo que vemos, ya sea para recomendar una serie, debatir sobre el último episodio o formular teorías y especulaciones.

El objetivo de esta tesina de producción es poder ofrecer un producto concreto para ampliar el universo comunicacional del club de series. Proporcionándoles una plataforma que les permita explorar y ampliar su universo comunicativo implementando nuevos contenidos para poder atender a sus intereses y objetivos.

Palabras clave:

Comunicación visual - Estrategia de comunicación - Ficción televisiva - Metatextos - Narrativas seriadas - Revista digital - Transmedialidad

Agradecimientos

La una a la otra porque juntas superamos desafíos, celebramos logros y demostramos que el trabajo en equipo siempre es más lindo. No solo concluimos esta etapa, sino que construimos una amistad que perdurará más allá de estos días de estudio.

A nuestras familias, por apoyarnos durante todo este tiempo y darnos la oportunidad de estudiar.

A nuestros facuamigues, por hacer el paso por la facultad un lugar para compartir y crecer juntas.

A la Fcpolit, por brindarnos un espacio lleno de aprendizajes académicos y personales.

A Hugo y a Ari, por confiar en nosotras y acompañarnos en este viaje.

A la Universidad Nacional de Rosario por habernos brindado la invaluable oportunidad de una educación gratuita y de calidad.

Universidad pública, siempre.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
2. OBJETIVOS	7
3. HISTORIA BREVE DE LAS NARRATIVAS SERIALES TELEVISIVAS	8
3.1 El origen de las series de televisión	8
3.2 Las edades doradas de la televisión estadounidense.	10
3.3 Las series de televisión en Argentina	18
4. FORMAS DE CONSUMO Y NUEVAS NARRATIVAS	25
4.1 La experiencia trasciende la pantalla.	28
5. LOS METATEXTOS Y LAS SERIES	30
6. REVISTAS DIGITALES SOBRE SERIES	32
6.1 Los géneros dentro de las revistas digitales sobre series	34
6.2 Antecedentes: análisis de revistas digitales sobre series	33
7. PROYECTO REVISTA CLUB DE SERIES	38
7.1 Proceso de desarrollo	40
7.2 Identidad visual y guía de estilo	42
8. CONCLUSIONES	51

1- Introducción

El club de series surgió en 2020 como un espacio donde discutir serialidades televisivas que desembocó en la creación de un podcast, publicado en Spotify. Para darle difusión, se crearon perfiles en las redes sociales Instagram, Facebook y Twitter.

Entendiendo que cada red social maneja sus propios formatos comunicativos, (distintos lenguajes, estilos de publicaciones, extensiones de textos) y que su consumo está intrínsecamente ligado a lo diario, y debido a que el Club de Series está interesado en crear nuevo contenido que no se adapta a los canales ya trabajados, se suma la necesidad de fidelizar a su comunidad, traccionar oyentes y lectores, y así ampliar su universo comunicativo.

La incorporación de una revista digital permite distribuir información en extensión, imágenes y videos, funcionando como un proyecto transmediático donde confluyen diversas secciones de interés para los lectores.

En los últimos años, las formas de consumos culturales fueron mutando en paralelo a los avances tecnológicos y, con el aumento de las propuestas que nos traen las nuevas plataformas de streaming, el consumo de series televisivas aumentó de manera exponencial¹ y con ello los aficionados interesados en la lectura de paratextos que refieren a los productos audiovisuales.

Ahora el espectador elige qué mirar y en qué momento hacerlo, pasando de un modelo de consumo televisivo tradicional donde la propuesta estaba limitada a lo que la cartilla le presentaba, a uno con múltiples ofertas accesibles desde dispositivos de uso individual.

Los medios de comunicación, tal como explica Omar Rincón (2006), habitan y producen la cultura del entretenimiento. Como filosofía del entretenimiento han venido marcando las pautas de la experiencia vital y una infatigable tendencia compulsiva a la diversión cubre con su manto todos los lugares de la socialización

¹ <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10>

mediática. La lógica del entretenimiento se ha convertido en la estrategia narrativa preferida por los medios de comunicación para seducir, conformar, generar emociones y transmitir conocimientos.

Es interesante analizar cómo el impacto del consumo de televisión genera conversaciones basadas en la necesidad de compartir nuestras experiencias con otras personas. Nos gusta hablar sobre lo que miramos, ya sea para recomendar una serie, debatir sobre el último episodio o formular teorías y especulaciones.

Las revistas especializadas en televisión ofrecen un espacio dedicado a la discusión, el análisis y la exploración de los contenidos. A través de ellas, los espectadores pueden expandir sus hábitos de consumo, obtener información adicional, conocer detalles sobre el detrás de escena y acceder a entrevistas con actores y creadores. De esta forma, permiten que los usuarios se interesen por leer artículos informativos, críticas y nuevas perspectivas que enriquecen la comprensión de los textos televisivos.

La experiencia de mirar una serie trasciende la pantalla y los fans utilizan otros medios para generar conversaciones. Internet se volvió el lugar propicio para este fenómeno, entrelazando a internautas de intereses diversos, pero con un mismo propósito: sumergirse aún más en el mundo de las series. Con estas prácticas de consumo viene aparejado un incremento de la producción de revistas enfocadas en esta temática.

Esta revista digital operará como un metatexto para satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento de los entusiastas de series televisivas. La publicación se distingue por su enfoque dirigido hacia una audiencia con intereses específicos en el tema, al tiempo que adopta un estilo comunicativo divulgativo, favoreciendo el acceso y la comprensión de los contenidos por parte de cualquier usuario interesado. Reconociendo la naturaleza multidimensional de la interpretación del contenido, entendemos que su apreciación e interpretación estarán influidas tanto por la formación especializada en el campo de cada individuo como por diversos factores socioculturales que convergen en su percepción.

2- Objetivos

Objetivo general:

- Diseñar, desarrollar y publicar una revista digital como parte del proyecto multimedia “Club de Series”, ampliando el universo comunicacional en torno a las series de televisión.

Objetivos específicos:

- Proporcionar a los usuarios una plataforma interactiva que promueva la participación, la exploración de contenidos relacionados con las series y la interconexión con otras plataformas y dispositivos transmedia.
- Implementar estrategias de contenido, diseño y usabilidad, para lograr una revista digital atractiva, innovadora y de calidad.
- Generar un medio para difundir y fomentar el consumo de textos en variados lenguajes, géneros y formatos que aborden el universo de las ficciones seriadas.
- Promover la producción de contenidos y fomentar la discusión a través de estos en relación a diversos aspectos de este fenómeno cultural del siglo XXI.

3- Historia breve de las narrativas seriales televisivas

Esta descripción breve de la historia de las series de televisión y su impacto en la cultura y la comunicación de masas es un contexto que nos permite argumentar la importancia de realizar una revista digital sobre series en la actualidad.

Nos abocaremos a comprender mejor el desarrollo de las series de televisión, explicaremos su origen, los hitos relevantes en su evolución y los cambios significativos en la narrativa y la producción a lo largo del tiempo, así como los diversos géneros de ficción televisiva que fueron surgiendo. Para realizar este desarrollo haremos referencia, por un lado, a los orígenes de la televisión británica y estadounidense. También detallaremos las edades doradas norteamericanas, entendiendo a éstas como los períodos en donde la televisión de dicho país alcanzó sus picos de calidad.

Por otro lado, describiremos cómo la televisión latinoamericana fue influenciada por estos modelos para sentar sus bases y posteriormente desarrollar un estilo propio. Considerando que una parte significativa de las emisiones televisivas en países latinoamericanos, como Argentina, se sustentaba en la importación de producciones extranjeras.

La importancia de tomar estos ejes para nuestro análisis se debe a que gracias a la amplia producción y la extensa distribución internacional de los contenidos provenientes de Estados Unidos, este país se convirtió en referente mundial en el ámbito del entretenimiento televisivo.

A continuación realizaremos un recorrido histórico basado en la lectura del libro "Historia de las series" de Tony de La Torre (2016) y "La nueva edad dorada" de Concepción Cascajosa Virino (2009).

3.1 El origen de las series de televisión

La evolución de la ficción televisiva en su etapa experimental, que empezó a desarrollarse a partir de 1928, estuvo influenciada por diversos factores, como el desarrollo tecnológico, los cambios televisivos y los impactos socioculturales de la época.

En este contexto, surgieron las primeras emisiones televisivas de la historia. En Estados Unidos, se destacaron producciones como "Queen's Messenger" en 1928,

una adaptación televisiva de radioteatro que sigue las intrigas y aventuras de un mensajero real en la corte de la reina. También, en 1931, se transmitió "The Television Ghost", una serie donde George Kelting contaba la historia y actuaba como un fantasma, maquillado de blanco y con una toalla sobre su cabeza. Debido a las limitaciones técnicas de la época, los efectos visuales no resultaban muy efectivos, lo que llevó a mostrar únicamente un primer plano del protagonista. No se conservan grabaciones del programa, siendo las fotografías el único registro disponible.

Por otro lado, en Inglaterra se dieron a conocer producciones como "The Man With the Flower in His Mouth" en 1930, una serie basada en una obra teatral del reconocido dramaturgo italiano Luigi Pirandello, que explora temas existenciales y psicológicos. En 1936, se presentó "Marigold", una serie que sigue la vida y las aventuras de una joven que trabaja como sirvienta en una gran mansión inglesa. Y en 1938, llegó "Ann and Harold", que relata la vida cotidiana de una pareja de clase media, explorando las relaciones humanas y los desafíos de la vida moderna. Estas primeras series reflejan la clara influencia del teatro y la literatura en la ficción televisiva de la época, y sentaron las bases para el posterior desarrollo de la narrativa televisiva.

Es importante tener en cuenta que durante esta etapa, se llevaron a cabo los primeros experimentos televisivos, en una época en la que se referían a esta forma de entretenimiento como "radio televisión", y en la que predominaban las adaptaciones de obras teatrales, a excepción de "The television ghost", el primer proyecto creado específicamente para la televisión. Estas se enfocaban más en el aspecto sonoro que en lo visual, y se registraban con un número reducido de cámaras y actores, con una producción limitada, lo que los hacía propensos a errores propios de la televisión mecánica de aquel entonces.

Luego de estos años, la Segunda Guerra Mundial (1939 - 1945) dejó una profunda grieta en la industria televisiva, pero una vez finalizado el conflicto, se retomaron las producciones de ficción y se experimentaron mejoras significativas. Es a partir de este momento que la televisión comienza a tener un desarrollo continuo y

progresivo, comenzando a formarse como un gran medio de comunicación y ello trae aparejado el surgimiento de géneros televisivos.

El periodo de posguerra fue testigo del surgimiento de la sitcom (comedia de situación), que se caracteriza por presentar situaciones cómicas y humorísticas en episodios de corta duración, generalmente con un grupo de personajes recurrentes y un entorno familiar o social establecido. Este género tuvo su origen en la radio y aún no había sido explotado en la televisión. "Pinwright's Progress" se convirtió en la primera sitcom televisiva del mundo que se estrenó el 29 de noviembre de 1946 realizada por la BBC². Aunque no se conserva ninguna imagen de los diez episodios que se transmitieron en vivo, esta serie marcó el comienzo de un nuevo formato en la televisión.

3.2 Las edades doradas de la televisión estadounidense

La primera edad dorada

La historia de la televisión está marcada por una búsqueda constante de identidad propia, especialmente desde principios de 1940 a mediados de 1950. En este periodo, podemos comenzar a hablar de la "primera edad dorada de la televisión", definida por Concepción Cascajosa Virino (2009) como:

... fue el tiempo de la antología dramática realizada en directo desde Nueva York por profesionales del mundo del teatro, obras únicas con, a menudo, conciencia crítica para tratar temas como el divorcio, el suicidio, el alcoholismo, la violencia juvenil, las debilidades del sistema de justicia, el racismo..., además de adaptaciones de clásicos literarios y éxitos recientes. (Cascajosa Virino, Concepción: 2009 p.8).

Las antologías son un tipo de formato televisivo en el que cada episodio presenta una historia independiente y autoconclusiva. Estas se convirtieron en un éxito

² La British Broadcasting Corporation es el servicio público de radio y televisión del Reino Unido.

comercial para la NBC³, ya que si bien las ficciones tenían una trama, los patrocinadores y las cadenas se aliaban para promocionar sus productos de una forma directa hacia los espectadores. Un ejemplo clave de esto fue cuando el 3 de octubre de 1948, la cadena lanzó "Philco Television Playhouse".

Esta antología ofrecía una variedad de historias dramáticas que involucraban a diferentes actores y directores de renombre. Uno de los capítulos más memorables de esta serie fue titulado "The Trial of Mary Surratt", emitido el 12 de noviembre de 1950. El episodio se centra en el controvertido juicio de Mary Surratt, una mujer acusada de conspirar en el asesinato del presidente Abraham Lincoln. A través de una narrativa intensa y una cuidadosa ambientación histórica, el capítulo explora los detalles del juicio y examina los dilemas morales y legales que enfrentó Mary Surratt.

El 17 de octubre de 1948 se estrenó "Ford Theatre", la primera serie antológica de CBS⁴. Con esta serie se buscaba asociar la marca Ford con valores de sofisticación, clase y calidad, atributos que creían que sus clientes valoraban. El primer episodio, titulado "Years Ago", presentó la obra de Ruth Gordon, que seguía la historia de una aspirante a actriz interpretada por Pat Kirkland, quien retomó su papel de la versión teatral de Broadway.

A principios de la década de 1950, la televisión experimentó una rápida expansión y se integró en la vida de millones de personas. En Estados Unidos, comenzó a desarrollarse la noción de una audiencia nacional, a diferencia de las transmisiones locales que caracterizaron la época experimental (1928 - 1938).

En el ámbito de la ficción, la serie que tuvo más éxito durante esta época fue la sitcom "I Love Lucy" (1951). En 1952, alcanzó una audiencia de 67,3 millones de espectadores, superando en índices de audiencia a los dos programas de variedades más populares. Esta comedia de situación se basa en los intentos de la protagonista por alcanzar el éxito, lo cual a menudo provoca el caos familiar y

³ National Broadcasting Company es una cadena de televisión —y anteriormente, también de radio— comercial de origen estadounidense.

⁴ CBS es una cadena de televisión abierta estadounidense, que tuvo sus inicios como una cadena de radio, propiedad de la división CBS Entertainment Group de Paramount Global.

desconcierto en su esposo. Sin embargo, al final de cada episodio, Lucy mantiene su papel doméstico y nunca logra alcanzar sus objetivos. El personaje no evoluciona, sino que se mantiene prácticamente inalterable durante todo el recorrido de la serie, basando su éxito en la capacidad de Lucille Ball para hacer reír con un humor físico y su expresividad.

La televisión comenzaba a mostrar signos de desarrollarse como una industria autónoma y distinguible de otras formas de entretenimiento como el cine, el teatro o la radio. Este proceso condujo a que la ficción televisiva encontrara su propia identidad y se estableciera como un género único dentro de la industria mediática.

Uno de los proyectos a destacar en esta época es “Playhouse 90”, una serie dramática de antología de televisión estadounidense que se emitió en CBS desde 1956 hasta 1960, contando con un total de 133 episodios. Durante su tiempo en antena, obtuvo la reputación de ser una de las mejores antologías de la época dorada de la televisión. Esta serie se destaca por su enfoque innovador y audaz. Cada episodio presentaba una historia independiente con una duración de 90 minutos, lo cual permitió a los guionistas desarrollar tramas y personajes de manera más profunda y compleja. Abordando temas controvertidos y socialmente relevantes de la época, logró diferenciarse de producciones televisivas del momento.

El aspecto más destacado de Playhouse 90 fue su formato de emisión en vivo. A pesar de que la televisión en directo estaba perdiendo popularidad y se vio amenazada por la creciente presencia de las grabaciones previas, la serie optó por mantener la autenticidad y la emoción del teatro en vivo. Esto implicaba que los actores tenían que realizar sus interpretaciones sin posibilidad de corrección o edición, lo cual añadía un nivel de tensión y espontaneidad al espectáculo.

Otro género que irrumpió con fuerza en la pantalla fue el Western, centrado en historias ambientadas en el Viejo Oeste de los Estados Unidos durante el siglo XIX. El primer héroe del salvaje Oeste en llegar a la televisión fue el famoso personaje conocido como el Llanero Solitario de “The Lone Ranger”, que originalmente era una

serie de radio dirigida principalmente al público infantil y que ABC⁵ estrenó en 1949. El western se convirtió en un fenómeno cultural en las décadas de los 50 y 60, y las series de televisión fueron un factor que contribuyó a su popularidad.

Finalizando la década del 50, pese a la gloria de esta primera edad dorada, las producciones no pudieron mantenerse a la altura y este periodo culminó. La creciente popularidad de la televisión llevó a la saturación del mercado y a la competencia entre los programas por la atención del público, donde muchas de las producciones televisivas se caracterizaron por no tener un desarrollo profundo para lograr llenar los horarios de programación, con un enfoque en el reciclaje de material y el uso repetitivo de escenografías y tramas.

Segunda edad dorada

La década de los 70 estuvo caracterizada por privilegiar el entretenimiento y el drama ligero, donde las comedias de situación se imponen en la grilla televisiva.

Este periodo culminó con el estreno de “Hill Street Blues” en 1981, una serie dramática que exploró las posibilidades de la coralidad de personajes, el realismo, la serialidad y la crítica social en el contexto del género policiaco. Esta serie alumbró el camino a seguir para las producciones que vendrán y que, al igual que “Hill Street Blues”, exploraron las posibilidades narrativas y temáticas que se alejaban del estilo más tradicional y conservador de la televisión norteamericana.

El drama de calidad que caracterizó esta segunda edad dorada de la televisión norteamericana cumplió una serie de requisitos que, según Cascajosa, retomando a Robert S. Thompson, se resumieron en uno: no parecer televisión convencional. Thompson estableció un canon para la televisión de calidad, que se basaba en la búsqueda de prestigio mediante la participación de reconocidos directores y dramaturgos en el equipo creativo, así como en la construcción de una audiencia urbana, de clase media y con educación, compuesta principalmente por jóvenes profesionales.

⁵ American Broadcasting Company es una cadena de televisión de radiodifusión comercial de Estados Unidos creada en 1943.

Es importante destacar que estas producciones no fueron las únicas que dominaron la pantalla. A pesar de la atención centrada en dramas complejos y narrativas sofisticadas, también surgieron numerosas series de contenido más ligero que apuntaban a un público masivo. De esta manera, aunque la televisión experimentó un florecimiento notable en términos de calidad y ambición artística, no se puede ignorar la existencia de un amplio espectro de opciones de programación.

En palabras de Cascajosa también nos encontramos (al menos aparentemente) en el clímax de un lento proceso de evolución que se inició con "Hill Street Blues", en el que las fórmulas narrativas se van haciendo más complejas y los temas más amplios.

Las series que caracterizan esta etapa se destacan por tener protagonistas corales, múltiples tramas y por explorar la funcionalidad de la memoria de los capítulos anteriores para seguir construyendo su universo. También mostraron una tendencia a la hibridación de géneros y al realismo, aunque de manera regular utilizaban fórmulas referenciales y autorreflexivas. Estas series tienen una base literaria sólida, y la figura del escritor en el proceso creativo es dominante.

Algunos ejemplos notables que podemos mencionar son: "The Mary Tyler Moore Show", que se estrenó en 1971. La serie rompió barreras al colocar en el centro de la trama a una mujer autónoma, capaz y profesional, algo innovador en la televisión estadounidense de la época. Presentando a un personaje femenino que disfruta de su soltería y busca una carrera en un ámbito dominado por hombres. Aborda temas como la igualdad salarial, el sexo prematrimonial y la infidelidad, desafiando las convenciones y ofreciendo una representación radicalmente distinta del papel de la mujer en la sociedad.

Otra serie destacada fue "St. Elsewhere" (1982-1988), que se estrenó un año después de "Hill Street Blues" y compartió algunos atributos narrativos de calidad con este drama policial. Ambientada en un hospital con recursos limitados al que acuden pacientes rechazados por otras instituciones médicas, explora la vida personal de los doctores y aborda cuestiones sociales en su narrativa. Utilizando un

reparto coral y arcos argumentales que se entrelazan a lo largo de episodios y temporadas, la serie empleó técnicas como el uso de la cámara en mano y una ambientación realista para retratar la distribución socioeconómica de los habitantes de la ciudad y la importancia de un lugar que generalmente pasa desapercibido.

"Moonlighting" (1985-1989) fue otra serie de la época, centrada en los casos investigados por la agencia de detectives Luna Azul, dirigida por Maddie Hayes y David Addison. La serie se destacó por su mezcla de misterio, diálogos ingeniosos y la tensión sexual entre los protagonistas.

"Twin Peaks" (1990-1991), creada y dirigida por David Lynch, cautivó a la audiencia con su historia de intriga en torno al agente del FBI Dale Cooper, enviado a investigar el misterioso asesinato de Laura Palmer en el pueblo ficticio de Twin Peaks. La serie marcó un punto de inflexión al despertar el interés de círculos intelectuales más enfocados en aspectos estéticos que culturales, y su enfoque único en la narrativa y la ambientación contribuyó a su legado duradero.

Sin embargo, a pesar de que se consideraban series de calidad en cuanto a su desarrollo técnico, estas a menudo se enfrentaron al desafío de no lograr una audiencia significativa. Esto las sometía a presiones por parte de los ejecutivos de televisión, ya que se encontraron en un conflicto tradicional entre el deseo de mantener la calidad artística y la necesidad de atraer una audiencia más amplia. Con la cancelación de Twin Peaks en 1991 podemos observar el cese de las producciones de autor y se dio el paso a fórmulas convencionales. A medida que las cadenas de televisión se volvieron más dependientes de los ingresos publicitarios, se enfocaron en maximizar las ganancias y captar la atención de la audiencia masiva.

La tercera edad dorada

A finales de la década de 1990, la cadena por cable HBO⁶ decidió dar un giro audaz y empezar a producir su propia ficción dramática de larga duración, decidiendo ser

⁶ HBO (Home Box Office) es una cadena de televisión por suscripción estadounidense, propiedad de Warner Bros. Discovery a través de su división Warner Bros.

ambiciosa en su estrategia de programación. A diferencia de los canales de televisión abierta, los canales por cable no dependen de los ingresos publicitarios para mantenerse a flote, sino que obtienen sus ingresos a través de las suscripciones. Con esta libertad financiera, HBO decidió arriesgarse con contenidos violentos y sexualmente explícitos, apostando por una programación que se alejaba de los estereotipos y de la censura impuesta por las cadenas de televisión convencionales. Con esta nueva inventiva a la hora de producir ficciones televisivas, HBO dió luz verde a “OZ” (1997 - 2003) un drama que explora la vida cruel del mundo carcelario y posteriormente produjo y distribuyó “The Sopranos” (1999 - 2007) una serie que mezcla el género gángster y el drama familiar y que rápidamente se posicionó como una de las mejores series de la época marcando así el inicio de la tercera edad dorada.

El macrogénero dramático ha sido uno de los principales motores de la televisión norteamericana en estos últimos años, y ha contribuido a consolidar su posición de liderazgo en el panorama audiovisual mundial. Este género, con diversas variedades como el policial, el espionaje, el médico o el judicial, ha obtenido éxitos comerciales, impacto crítico e influencia cultural, lo que lo sitúa en una posición privilegiada dentro de la industria televisiva.

Por otra parte, los procesos de renovación emprendidos por el cable han alejado a la comedia del tono amable y familiar que la caracterizaba y que ha sido la base de su popularidad entre el público estadounidense. Así, la preeminencia de las fórmulas dramáticas sobre las cómicas se ha visualizado de forma más clara en los procesos de hibridación. La serie “Ally McBeal” (1997-2002), que combinaba elementos cómicos y dramáticos de forma innovadora, aumentó la viabilidad de esta fórmula, que fue el puntapié para otras series como “Desperate Housewives” (2004-2012), “Boston Legal” (2004-2008) y “Ugly Betty” (2006-2010). En estas series, las situaciones cómicas se ponen al servicio de tramas complejas y del desarrollo psicológico de los personajes, lo que ha permitido a la comedia explorar nuevos territorios y ampliar su potencial público.

Tal como vimos en la primera como en la segunda edad dorada, en esta etapa se vuelve a alcanzar un pico de calidad en las producciones televisivas. Las series

desafían las narrativas convencionales y abordan temas provocadores, lo que genera un mayor interés y participación del público. La televisión demuestra su capacidad para entretener, informar y provocar reflexión en la audiencia. La diversidad de géneros, temáticas y enfoques narrativos contribuye a enriquecer el panorama televisivo, que ofrece una amplia gama de opciones para los espectadores.

"The Sopranos" (1999-2007) y otras apuestas del cable como "Sex and the City" (1998-2004) y "Six Feet Under" (2001-2005) parecían reforzar la idea de que el futuro de la ficción televisiva residía en la programación dirigida a una élite, ya que HBO era una cadena con suscripción paga. Aunque por televisión abierta también se podían ver series exitosas como "24" (2001-2010) y "Buffy the Vampire Slayer" (1997-2003), así como otras producciones aclamadas como "The West Wing" (1999-2006). La temporada 2004-2005 marcó un momento clave en la televisión norteamericana, con el lanzamiento de las series "Lost" (2004-2010), "Desperate Housewives" (2004-2012), "House" (2004-2012) y "Grey's Anatomy" (2005-presente) en cadenas generalistas. Estas reforzaron el éxito masivo entre el público y la idea de una audiencia dirigida a una cultura popular.

"Lost" se adentra en un misterioso mundo de supervivencia en una isla, intrigando a los espectadores con su trama llena de giros y enigmas. "Desperate Housewives" exploró las vidas aparentemente perfectas de las mujeres en un tranquilo vecindario suburbano, revelando oscuros secretos y sorprendentes revelaciones. La serie médica "Grey's Anatomy" cautiva al público con su enfoque realista y emotivo sobre la vida de los médicos en un hospital, mientras que "House" rompe con los convencionalismos al presentar a un médico brillante pero polémico en su búsqueda de diagnósticos poco comunes. Estas series demuestran que el éxito masivo y la narrativa innovadora no eran exclusivos del cable, desafiando las expectativas y atrayendo a las audiencias de todas las clases sociales.

Las producciones de calidad supieron adaptarse y mantenerse. En los últimos 20 años se produjeron grandes éxitos como "Game Of Thrones" (2011-2019) que nos hizo interesarnos por los dragones y una lucha sin fin por el trono, "House of Cards" (2013-2018) que pone una lupa sobre la casa blanca y desglosa los intereses

políticos de los personajes, “Breaking Bad” (2008-2013) que nos cuenta la vida de un profesor que se convierte en un capo de la droga, o la irreverente “The Office” (2005-2013) que tanto en su versión británica como norteamericana nos mostró que una oficina puede ser divertida. Es así como a lo largo del tiempo observamos variaciones en cuanto géneros donde, si bien hay una preeminencia del drama, otros géneros como la comedia, las series de época y las de ciencia ficción supieron estar a la altura, ganarse un lugar y cautivar audiencias.

El cambio en las tecnologías también ocupa un lugar importante y con el advenimiento de las plataformas de streaming se logró consolidar un mercado amplio y diversificado, con producciones que se diseñan y desarrollan con el objetivo de atraer y cautivar a audiencias específicas. Cada serie o programa televisivo busca conectar con un grupo demográfico particular y adaptarse a sus preferencias, intereses y características.

3.3 Las series de Televisión en Argentina

Para comprender plenamente el impacto y la importancia de estas producciones en el contexto nacional, es fundamental realizar un repaso sobre cómo se instaló la tecnología televisiva en Argentina y las etapas de desarrollo que ha experimentado a lo largo del tiempo: la llegada de la televisión por cable, la digitalización de las señales y el auge de las plataformas de streaming. A través de este breve recorrido histórico, comprenderemos cómo el desarrollo ha sido determinante a la hora de lograr la consolidación de la industria audiovisual y en la creación de contenidos propios, teniendo en cuenta que la programación se basaba en producciones nacionales y extranjeras.

Nos basamos en el artículo “Cincuenta años no es nada” de Luis Buero, quién marca que existieron 5 etapas en el desarrollo de la televisión argentina y las relacionamos con las producciones nacionales más exitosas de cada momento.

En primer lugar, una etapa experimental, que se desarrolló desde 1951, cuando tuvo lugar la histórica primera transmisión del discurso de Eva Perón el 17 de octubre. Etapa que se extenderá a lo largo de diez años y estará marcada por numerosos errores técnicos y de producción propios de la experimentación televisiva, ya que

todos los programas se transmitían en vivo, hasta las ficciones. Muchos profesionales provenientes de la radio, el teatro y el cine emigraron hacia este nuevo medio. La televisión argentina se caracterizó por ser de carácter público, ya que su financiamiento provenía del Estado, esta situación tuvo un impacto significativo en el desarrollo y contenido de los programas televisivos de la época, teniendo en cuenta que solo existía canal 7 (Tv Pública).

En 1956 se emitió la primera telenovela⁷: "Teleteatro a la hora del té", protagonizada por María Aurelia Bisutti y Fernando Heredia. Los productores se dieron cuenta de que existía un público femenino al que podían apuntar. A partir de entonces, surgieron comedias familiares como "Mama a M" en 1958, protagonizada por Mirtha Legrand y Mariano Mores. Estos ciclos de media hora se contaban con humor y en diferentes escenografías.

La segunda etapa abarca desde mediados de los años 60 hasta 1974 y se caracteriza por el surgimiento de la televisión privada. Durante este período se produjo un cambio tanto en el ámbito comercial como tecnológico, y las mediciones de audiencia cobraron una importancia cada vez mayor en todo el mundo. Hasta 1966 surgieron canales privados en la capital y en las principales ciudades del interior del país. En sus comienzos, todos estos canales privados contaron con el apoyo de un patrocinador estadounidense, cadenas como CBS, ABC y NBC proporcionaron capital, tecnología y programación. Es así como en esta época se dió lugar a la transmisión de ficciones estadounidenses en la pantalla argentina tales como "Highway Patrol", "The Lone Ranger", "Cisco Kid", "I Love Lucy"; "Perry Mason"; "Lassie"; "The Adventures of Rin Tin Tin", entre otras.

En el terreno nacional, "El amor tiene cara de mujer" fue la primera telenovela de gran éxito. Se estrenó en Canal 13 en 1964 y duró siete temporadas. La historia de Nené Cascallar, protagonizada por Delfy de Ortega, Angélica López Gamio, Iris Láinez y Bárbara Mujica, estaba ambientada en un centro de belleza donde trabajaban mujeres de diferentes edades y sectores sociales.

⁷ Programa televisivo narrativo de argumento melodramático que está concebido para ser emitido en capítulos.

En 1972, "Rolando Rivas taxista" creada por Alberto Migré, marcó un antes y un después en el género de las telenovelas. La historia de amor entre un taxista y la adinerada Mónica Helguera Paz, protagonizada por Claudio García Satur y Soledad Silveyra, se emitió en Canal 13 y fue un gran hito en la historia de la televisión argentina.

Esta época fue un momento clave para las ficciones de nuestro país ya que trascendieron la cadena local llegando a la pantalla mundial de la mano de uno de nuestros pioneros, el director y productor Nicolás Del Boca. Estas novelas marcaron una etapa considerada como la "edad de oro" del género de telenovelas.

En 1974, los canales privados de Buenos Aires fueron estatizados por el gobierno justicialista. Dos años después, una nueva dictadura militar asumió el control del país, lo que tuvo un impacto significativo en la televisión y en la continuidad de los canales privados. Durante los años del autodenominado "Proceso de Reorganización Nacional", se desarrolla la tercera etapa, la que se caracteriza por importantes cambios tecnológicos. Uno de los momentos más destacados de este periodo se produjo en 1978, cuando se implementó la transmisión a color que dio origen a ATC (Argentina Televisora Color), la cual implicó la adopción de la norma PAL-N para la transmisión en colores. Si bien al principio solo se exportaba una señal a color que se podía ver desde el extranjero, con el tiempo esta innovación tecnológica permitió que los televidentes argentinos experimentaran una nueva dimensión visual en sus hogares.

Con la recuperación de la democracia y con la llegada de Alfonsín al gobierno, se produjo un contexto de cambios significativos en el ámbito de la televisión. Durante su mandato, que se prolongará desde 1983 hasta 1989, se impulsaron políticas de apertura democrática y libertad de expresión, lo que tuvo un impacto directo en el panorama televisivo del país.

En el año 1980, surgieron Video Cable Comunicación⁸ y Cablevisión⁹, marcando así un punto de partida fundamental que desencadenaría una transformación de la televisión argentina durante la siguiente década. El auge de la televisión por cable resultó en la apertura de más de 1200 canales, teniendo en cuenta que se originaron canales en muchas ciudades y pueblos del país. Esta expansión del mercado televisivo trajo consigo una separación entre los canales de televisión abierta, y los distribuidores de señales, que eran los canales por cable. En 1986, se dio inicio a la utilización de satélites para la transmisión de video, audio y datos, lo que permitió a las empresas del sector ofrecer hasta 70 canales en sus paquetes de señales, tanto nacionales como extranjeras.

Desde los 80 a los 90, surgieron los unitarios¹⁰, como "Zona de riesgo" (1992-1993) y "El precio del poder" (1992-1993), y las comedias, como "Buscavidas" (1984-1987), "Amigos son los amigos" (1990-1993), "La banda del Golden Rocket" (1991-1993), "Son de Diez" (1992-1995) y "Mi cuñado" (1993-1996). Estas producciones alcanzaron una audiencia impresionante. En 1980 se emitió "Rosa de lejos", considerada la primera telenovela con perspectiva feminista en la televisión argentina. A lo largo de 264 capítulos, la historia mostró la transformación de una mujer humilde y analfabeta en una mujer empoderada y admirada. Además, fue la primera telenovela a color en el país. En este período también surgieron ficciones dirigidas al público infantil y adolescente, como "Pelito" (1983-1986) y "Clave de sol" (1987-1991), producciones que abrieron camino para fenómenos como "Chiquititas", que se estrenó en 1995 y "Cebollitas" de 1997.

En los años 90 se dió la quinta etapa mencionada por Luis Buero, donde dos tendencias marcaron el panorama televisivo argentino: En primer lugar, se produjo una desregulación que eliminó cualquier obstáculo para la formación de conglomerados de medios. Los grandes operadores comenzaron a adquirir canales de cable en distintas regiones del país para formar redes o cadenas con el objetivo

⁸ Video Cable Comunicación S.A., más conocida por su sigla VCC, fue una empresa proveedora de televisión por cable de Argentina que operó entre el 1 de diciembre de 1982 y el 1 de julio de 1998, siendo una de las pioneras de ese servicio en Argentina.

⁹ Cablevisión fue fundada en 1981 como una empresa de televisión por cable bajo el nombre de Mandeville.

¹⁰ Los programas de televisión unitarios son un tipo de formato de programación que se caracteriza por contar con episodios autoconclusivos e independientes entre sí.

de unificar todos los servicios bajo un solo proveedor, incluyendo telefonía, internet y televisión. En segundo lugar, comenzaron a constituirse los multimedia¹¹ dando paso a la televisión "light" o, como menciona Luis Buero, de contenidos pasteurizados donde se destacan programas como "Videomatch" o "Hola Susana". Durante este período, los decorados deprimentes, los temas sociales incómodos y los personajes controvertidos desaparecieron de la programación televisiva, dando paso a una oferta más orientada al entretenimiento y al chimento. Uno de los programas más destacados de la época fue "Grande Pa", que se estrenó en enero de 1991 y se mantuvo en el aire durante cuatro años con un éxito arrasador. Esta comedia conquistó al público con su historia entrañable y personajes carismáticos, convirtiéndose en un fenómeno televisivo.

Además, durante los años 90, la productora Pol-ka, liderada por Adrián Suar, dejó una marca significativa en la televisión argentina. Con programas como "Gasoleros" (1998-1999), que marcó un quiebre en las telenovelas al ofrecer una comedia costumbrista, y los unitarios semanales "Poliladron" (1995-1997), "RRDT" (1997-1998), "Verdad consecuencia" (1996-1998) y "Carola Cassini" (1997), Pol-ka demostró que tenía la capacidad de hacer televisión de una forma diferente y atractiva para el público.

En este contexto no podemos dejar de mencionar el conglomerado de series argentinas producidas por María Cristina de Giacomini conocida por todos como Cris Morena. Sus producciones destinadas al público adolescente juvenil estuvieron presentes en la televisión argentina durante un largo periodo desde los 90 hasta su última producción, "Aliados", en el 2013. Estas telenovelas marcaron a toda una generación que creció mirando éxitos como Verano del 98 (1998-2000), Rebelde Way (2002-2003), Alma pirata (2006) y Casi ángeles (2007-2010) destinadas a un público adolescente. Por otro lado, ha dado vida a telenovelas infantiles como la ya mencionada Chiquititas (1995-2006), Rincón de luz (2003) y Floricienta (2004-2005). Además de su labor como creadora, se destacó por su conducción en el icónico

¹¹ Un multimedia es una estructura empresarial que se caracteriza por articular un conjunto de medios de comunicación de distinta naturaleza (clásicamente prensa escrita, televisión y radio) en manos de un mismo grupo propietario.

programa juvenil de los años 90, "Jugate conmigo", que se convirtió en un referente para toda una generación.

En los años 2000, hubo un auge de las series de televisión nacional, destacando producciones como "Okupas" (2000) una miniserie que refleja en su historia la decadencia social y económica durante la crisis argentina de finales de los años noventa y "Los simuladores" (2002-2004) una serie episódica que gira en torno a la vida de cuatro socios que mediante operativos de simulacros sofisticados resuelven problemas de gente común, considerada por muchos como la mejor serie argentina. Estas marcaron un cambio en la forma de narrar historias ya que se acercaron más al formato de series como las que conocemos hoy en día.

También se produjeron exitosas telenovelas como "Son amores" (2002-2004), "Resistiré" (2003), "Padre Coraje" (2004), "Montecristo" (2006), "Lalola" (2007-2011), "Los exitosos Pells" (2008-2009), "Valientes" (2009-2010). Durante este período, se inició la era de la venta de formatos en el mercado internacional, con producciones argentinas como "Los Roldán" (2004-2005) y "Rebelde Way" (2002-2003) siendo adaptadas en otros países.

Sin embargo, con el surgimiento de las plataformas audiovisuales, el modelo de venta de formatos cambió, y se abrieron nuevas oportunidades para los creadores argentinos a través de la licencia de contenidos originales. En la actualidad, podemos nombrar ficciones nacionales como "El marginal" (2016), que muestra a un exconvicto infiltrado en la cárcel, explorando la violencia, las relaciones y los desafíos de la vida en prisión. "Casi feliz" (2020), que cuenta la historia de Sebastián, un exitoso conductor de radio que no encuentra la felicidad por la difícil relación con su ex esposa, el amor de su vida. "El reino" (2021) es un thriller dramático donde un candidato es asesinado, y ahora su compañero de fórmula tiene la posibilidad de convertirse en presidente. "Porno y Helado" (2022) cuenta la historia de Pablo y Ramón, dos treintañeros que, junto a Ceci, una joven estafadora, fingen tener una banda de rock. "El encargado" (2022) es una comedia dramática que narra con ironía y humor las aventuras de Eliseo, que hace uso y abuso de su poder de vigilancia en el edificio donde trabaja. "División Palermo" (2023) es una comedia sobre una guardia urbana inclusiva que se ríe sobre la corrección política, y

“El Amor Después del Amor” (2023) un recorrido por la vida y la carrera del gran músico Fito Páez. Estas producciones se asociaron con distintas plataformas de Streaming, quienes les brindaron el financiamiento necesario para producirlas y distribuir las. Esto benefició y estimuló a las productoras nacionales a elevar su target de calidad.

Sin embargo, en el terreno de la televisión en abierto, actualmente las telenovelas nacionales han disminuido notablemente, siendo las telenovelas importadas de países como Brasil y Turquía las que ocupan los horarios estelares en los principales canales.

4. Formas de consumo y nuevas narrativas

Desde su origen hasta la actualidad hubo cambios en la forma en que las audiencias consumen televisión. Estos cambios fueron impulsados por avances tecnológicos y la creciente disponibilidad de opciones de entretenimiento. Uno de los principales factores en un primer momento de esta evolución fue la introducción de la televisión por cable. Antes de su popularización, las audiencias se encontraban limitadas en términos de acceso a la programación televisiva ya que estaba restringida a los canales que se podían ver por antena.

Con esta incorporación la oferta televisiva se expandió considerablemente, los canales temáticos y la variedad de programas disponibles permitieron a las audiencias acceder a una gama más amplia de contenido. Las series que antes eran difíciles de encontrar o solo estaban disponibles en ciertas regiones, ahora estaban al alcance de un público más amplio.

Con la creación del VHS y el DVD, se dio lugar a la posibilidad de grabar programas y películas, y con esto la oportunidad de ampliar el público aún más. Pero el cambio más significativo en el consumo televisivo se produjo con la irrupción de las plataformas de streaming que tienen su origen en el desarrollo de la tecnología de transmisión de contenido a través de internet con la posibilidad de acceder a él sin la necesidad de descarga.

En 2007, Netflix lanzó su servicio de transmisión de contenido, que permite a los usuarios ver programas de televisión y películas en línea, en lugar de tener que esperar a que los DVDs llegaran por correo, servicio que brindaba originalmente la empresa. Netflix se convirtió rápidamente en un líder del mercado, gracias a su amplia selección de contenido y su modelo de negocio de suscripción mensual. En los años siguientes, otras compañías, como Amazon Prime Video¹², Hulu¹³ y HBO,

¹² Prime Video es un servicio a través de suscripción de streaming OTT de películas y series creado y gestionado por Amazon.

¹³ Hulu es un servicio de suscripción a la carta de vídeo estadounidense propiedad de Disney Entertainment, una división de The Walt Disney Company, con NBCUniversal, propiedad de Comcast, como accionista de capital.

lanzaron sus propias plataformas de streaming, lo que llevó a una mayor competencia en el mercado.

La disponibilidad de estos servicios revolucionó la forma en que las audiencias acceden a las series, ya que en lugar de depender de horarios fijos o de la programación de cable, los espectadores pueden elegir qué series ver y cuándo verlas. Esta flexibilidad les permitió a las audiencias adaptar su consumo a sus propias preferencias y rutinas diarias. Los espectadores ahora pueden explorar una amplia gama de series de diferentes géneros, estilos narrativos y países.

Es así como las series de televisión producidas en todo el mundo han encontrado un espacio para llegar a audiencias globales, rompiendo las barreras geográficas y culturales que antes limitaban la difusión de las producciones televisivas.

A lo largo de nuestra historia la televisión estadounidense cumplió un rol muy importante en cuanto al contenido transmitido por la televisión por cable, pero no fue el único. Desde hace varios años podemos ver cómo las telenovelas turcas y brasileras se ganaron un lugar en la pantalla argentina. Asimismo, como mencionamos anteriormente, uno de los aspectos más destacados de las plataformas es la diversificación e inclusión de producciones de diferentes países y culturas.

Ejemplos destacados incluyen series como "Dark" (2017-2020) y "Unorthodox" (2020) de Alemania, "Lupin" (2021-2022) y "Marianne" (2019) de Francia, y "Peaky Blinders" (2013-2022), "Sherlock" (2010-2017), "The Crown" (2016 al presente) y "Black Mirror" (2011 al presente) de Inglaterra. Además, Italia ha contribuido con "Suburra: Blood on Rome" (2017-2020), mientras que los países nórdicos han presentado "Borgen" (2010-2022), "Norsemen" (2016-2020) y "Rita" (2012-2020). También se ha observado un aumento en la popularidad de las series de anime asiáticas, con títulos como "Attack on Titan" (2013-2023), "Death Note" (2006-2007) y clásicos como "Dragon Ball Z" (1989-1996). Asimismo, las telenovelas asiáticas han logrado posicionarse como contenido preferido por los usuarios de estas plataformas, con ejemplos como "Meteor Garden" (2018) de Taiwán, y "Boys Over Flowers" (2009) y "Playful Kiss" (2010) de Corea del Sur.

Las plataformas de streaming y la multiplicidad de pantallas (computadoras, celulares, tablets, etc) trajeron consigo una nueva experiencia para el usuario. La posibilidad de encontrar en ellas series que se transmitieron hace años, nuevas series que se entregan en tiradas completas y el fin de las pausas publicitarias, generaron en el consumidor un deseo creciente de mirar series.

El binge watching es un fenómeno que se ha vuelto cada vez más común en relación a las series en plataformas. Se refiere a la práctica de ver múltiples episodios de manera continua, sin pausas entre cada uno, generando una experiencia inmersiva y adictiva. Esta forma de consumo ha transformado la manera en que las personas disfrutan y se relacionan con estas producciones, creando una cultura de maratones de visualización que se ha vuelto característica de la era del streaming.

Según los resultados de un estudio realizado entre noviembre de 2022 y enero de 2023 por el SINCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina)¹⁴, se encontró que el 65% de la población consume películas o series a través de plataformas web de streaming. Además, el 59% de ellos paga algún tipo de suscripción para acceder a estos contenidos. En contraste, solo un 3% descarga frecuentemente contenido audiovisual de internet para verlo posteriormente.

En cuanto a los dispositivos utilizados, casi el 60% de la población prefiere ver los contenidos en su televisor, mientras que el 28% los disfruta en sus dispositivos móviles, como el celular y la computadora. Los géneros más elegidos en las plataformas son acción/aventura y comedia. Sumado a eso, en el último año un 72% de la población, ha consumido series o películas argentinas tanto en la televisión como en las plataformas de streaming.

Es interesante destacar que el 42% de las decisiones de consumo de contenido audiovisual están influenciadas directamente por la algoritmización de la oferta, es decir, la elección en el momento, las sugerencias de la plataforma o la publicidad y

¹⁴ <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10>

los avances promocionales. Estos hallazgos revelan cómo las plataformas de streaming han transformado los hábitos de consumo de entretenimiento, ofreciendo una amplia gama de opciones y utilizando algoritmos para personalizar y dirigir la experiencia de visualización de cada individuo.

4.1 La experiencia trasciende la pantalla.

Los medios de comunicación han adquirido un papel de gran relevancia en la vida social contemporánea, influyendo de manera significativa en diversos aspectos de nuestra sociedad. La diversidad de contenidos presentes en los medios ha generado un impacto profundo en las agendas de conversación, en la toma de decisiones, en la configuración de culturas compartidas y en la formación de modos de pensamiento. A través de la transmisión de programas de televisión, películas, música y otros contenidos culturales, los medios ayudan a establecer y difundir la creación de una identidad cultural compartida.

Así como desarrollamos a lo largo de este texto, es interesante analizar la evolución de las series a lo largo de los años y su relación con la audiencia. Ya que estas marcaron un hito en la historia televisiva y sentaron las bases para el desarrollo del género estableciendo las narrativas y estéticas que se han mantenido hasta el día de hoy.

La relación de la audiencia con la televisión ha evolucionado a lo largo del tiempo. La televisión no solo es un medio de entretenimiento, sino que también cumple un papel crucial como formadora individual y colectiva de culturas y experiencias. La manera en que nos sumergimos en una serie va más allá de simplemente verla. Con el advenimiento de las redes sociales, se generan discusiones, debates y nuevas formas de contenido cultural a partir de los textos televisivos, esta interacción da lugar a la creación de contenidos relacionados con las series, enriqueciendo la experiencia de consumo y creando comunidades de fans.

Los intercambios comunicacionales que surgen a partir de las series se convierten en un medio de socialización. En este contexto, las revistas especializadas en series juegan un papel fundamental. Las publicaciones comparten textos informativos, análisis críticos, entrevistas y otros contenidos que permiten a los fanáticos

sumergirse en el universo de sus series favoritas, brindando un espacio para la reflexión y el intercambio de ideas.

5. Los metatextos y las series

Las series se han convertido en un fenómeno cultural sin precedentes. Capturaron la atención de millones de espectadores en todo el mundo, cautivando sus emociones, desafiando sus perspectivas y generando un sinfín de conversaciones. Pero, además de su poder narrativo en pantalla, las series de televisión han trascendido su medio original y han inspirado la creación de un fascinante mundo de metatextos o discursos en reconocimiento.

Podemos encontrar libros, críticas, ensayos, videos, análisis, podcast y otras formas de expresión que profundizan en los aspectos creativos y narrativos de las series, exploran su significado cultural, o simplemente comentan y comparten una opinión. Independientemente del formato en el que se presenten o si son producidos por académicos o fans apasionados, los metatextos sobre series de televisión nos permiten establecer un diálogo y compartir experiencias.

A continuación, vamos a explorar una selección de metatextos que consideramos relevantes. Dada la amplia cantidad de material disponible, hemos decidido describir algunos formatos y mencionar ejemplos representativos de cada uno.

Libros: Los libros sobre series de televisión ofrecen una exploración en profundidad de diversos aspectos, como la historia, los personajes, la producción y el impacto cultural de una o varias series. Pueden incluir guías de episodios, análisis críticos, entrevistas con el elenco y el equipo de producción, así como también teorías y reflexiones sobre los temas tratados.

Jason Mittell (2015), por ejemplo, en su libro *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, explora el mundo de la televisión contemporánea desde una perspectiva analítica y teórica. Examina cómo la narrativa televisiva ha evolucionado y se ha vuelto más compleja en los últimos años, desafiando las convenciones tradicionales y ofreciendo nuevas formas de contar historias. Mittell abordó una amplia gama de programas de televisión populares, desde dramas como "The Wire" y "Breaking Bad", hasta comedias como "The Office" y "Parks and Recreation".

Críticas: Son escritos que refieren a una serie desde una perspectiva valorativa, produciendo un juicio de apreciación. Los críticos pueden examinar aspectos como la calidad del guión, las actuaciones, la dirección, el diseño de producción y otros elementos que conforman la experiencia visual y narrativa de la serie. Pueden ser publicadas en medios impresos generalistas o especializados, o en plataformas en línea dedicadas al área.

Ensayos: Exploran, describen y reflexionan sobre temáticas relacionadas con las narrativas seriales, los dispositivos de circulación, o los procesos de recepción. Estos escritos pueden abordar cuestiones como las representaciones sociales en la ficción, las estructuras narrativas, las dimensiones temporales, los arcos argumentales y de los personajes, las interpretaciones de las audiencias, o cualquier aspecto relevante de la serialidad.

Videos: Los videos pueden variar desde reseñas y análisis en formato visual hasta ensayos audiovisuales y videos de discusión en línea. Estos metatextos permiten a los creadores expresar sus opiniones, analizar escenas clave, teorizar sobre futuros desarrollos de la trama y compartir su amor por una serie en particular.

YouTube se ha consolidado como la principal plataforma para la creación y publicación de contenido en formato de video. Sin embargo, en los últimos años presenciamos el auge de otras plataformas como Twitch, TikTok e Instagram, que han ganado popularidad y se han convertido en espacios relevantes para los creadores de contenido. Estas plataformas ofrecen a los usuarios la oportunidad de compartir sus videos, ya sea a través de perfiles personales o cuentas especializadas.

Jorge Pinarello, conocido por su canal de YouTube "Te lo Resumo Así Nomás", se dedica a crear videos de resúmenes que condensan largas series o películas en un formato divertido y conciso. A través de su estilo único, Jorge logra captar la esencia de la trama, resaltando los puntos clave y brindando una visión general para aquellos que desean una versión más rápida y simplificada de la historia.

Un ejemplo notable de la influencia de su canal fue durante la última temporada de la popular serie "Game of Thrones". En ese momento, el fandom estaba tan atento a

las publicaciones de los videos de resúmenes de Jorge que incluso generaba más expectativa que los propios capítulos de la serie. La comunidad de seguidores esperaba ansiosamente su análisis, lo que muestra el impacto que su contenido ha tenido en el público y cómo ha logrado generar un interés masivo entre los fans de la serie.

Artículos: Existen diversos tipos de artículos relacionados con las series de televisión, cada uno con su propia estructura y enfoque. Entre ellos se encuentran los artículos periodísticos, que buscan brindar información objetiva y precisa sobre las series, sus actores y la industria televisiva en general. Los artículos de opinión se centran en expresar puntos de vista subjetivos y argumentados sobre temas específicos relacionados con las series. También existen los artículos científicos, que adoptan un enfoque más analítico y académico al explorar aspectos sociológicos, psicológicos o culturales de las series de televisión. Por último, los artículos de divulgación tienen como objetivo presentar el contenido de manera accesible y comprensible para un público más amplio, utilizando un lenguaje claro y ejemplos concretos. Cada tipo de artículo tiene una estructura particular que se adapta a su propósito y audiencia específica.

Podcasts: Son programas de audio en los que los creadores y en algunos casos invitados discuten y analizan episodios, temporadas o series completas. Pueden tener un enfoque temático, centrarse en una serie específica o abordar una variedad de programas televisivos. Permiten a los oyentes sumergirse en conversaciones informales, teorías, debates y reflexiones.

Las plataformas más utilizadas para distribuir y escuchar podcasts son Spotify e iVoox. En ellas podemos encontrar producciones dedicadas a una serie específica como "El Sinso Podcast", donde sus conductores Jorge Pinarello y Cásper Uncal analizan curiosidades de los episodios de Los Simpsons, o dedicados a las series en general como "Malditas Series", en el que el equipo de Malditos Nerd explora una amplia diversidad de temas referidos a las series del momento.

Por otro lado, las principales plataformas de producción y distribución de series, como Netflix y HBO, también ofrecen podcasts dedicados a sus propias producciones. Por ejemplo, "CheNetflix: El podcast" se centra en analizar y discutir las series originales de Netflix, mientras que los podcasts de HBO cuentan con

reconocidos críticos televisivos como Fiorella Sargenti y Nicolas Artusi, quienes crean programas sobre las series más exitosas de la plataforma.

Es importante destacar las revistas digitales sobre series de televisión como metatextos relevantes en el ámbito de la cultura televisiva. Estas publicaciones se han convertido en una fuente fundamental para explorar, analizar y discutir el vasto mundo de las series. En el próximo apartado, profundizaremos en la historia de su surgimiento y en las distintas secciones que conforman estas revistas digitales, brindando un panorama completo sobre su impacto y contribución al estudio y disfrute de las series de televisión.

6. Revistas digitales sobre series

Antes del apogeo de Internet y de las plataformas digitales, las publicaciones en papel eran el pilar básico de transmisión y difusión de investigaciones, noticias, editoriales y relatos.

Acercándonos al final del primer milenio, en la década del noventa, empezaron a publicarse y a popularizarse las revistas que dejaron la impresión de lado y comenzaron a utilizar como soporte la web.

Principalmente es en la primera década del siglo XXI, donde vimos cómo creció de forma exponencial el uso de internet y con él, de las revistas digitales. Esto trajo aparejado grandes cambios a la hora de concebir la información, ya que ahora el usuario tiene a su disposición, al alcance de un click, miles y miles de datos almacenados en la nube.

En este análisis, tomaremos en consideración las ventajas que las revistas digitales tienen por sobre las de papel.

- a) Abaratamiento de costes de producción (no necesitan de todo el proceso de impresión, comercialización, distribución, etc.).
- b) Se elimina la necesidad de hacer grandes tiradas, ya que solo hay que realizar un ejemplar en formato digital que será accesible a millones de usuarios potenciales.
- c) Es una tecnología ecológica, ya que deja de ser necesaria la impresión en papel.
- d) Suponen gran velocidad de acceso a través de las redes, que prácticamente es inmediato al de su creación.
- e) Se amplía el rango de usuarios que pueden llegar a la información, ya que existen una serie de mecanismos de búsqueda que facilitan que alguien lo encuentre navegando en la web.

En el caso de las revistas digitales de series de televisión, se enfocan exclusivamente en el mundo de las series y cubren una variedad de temas relacionados a estas. Estas revistas ofrecen reseñas detalladas de series y episodios, entrevistas con actores y creadores, análisis críticos de tramas y personajes, noticias y novedades del mundo televisivo, listas de recomendaciones, y artículos especializados sobre géneros, estilos narrativos y tendencias en la

industria. Además, algunas revistas digitales de series de televisión también incluyen contenido multimedia, como videos, podcasts o galerías de imágenes. Las revistas digitales sobre series se han convertido en una fuente popular de información y entretenimiento.

6.1 Los géneros dentro en las revistas digitales sobre series

Cuando nos adentramos en la estructura de las revistas digitales, principalmente enfocándonos en las revistas sobre cine y series ya existentes, reconocemos varios géneros o "secciones" que nos parece pertinente detallar.

Noticias: Espacio informativo dedicado a la redacción de noticias sobre el mundo de la televisión y espacios afines, que se va renovando acorde a la necesidad informativa. Podemos encontrar estrenos, novedades, actualizaciones e información sobre proyectos.

Entrevistas: Sección especializada de entrevistas, con la finalidad de acercar a los lectores a mayor información en donde se profundizan y tratan aspectos del campo del entrevistado.

Críticas de series: Este apartado contiene textos críticos sobre contenido audiovisual enmarcándose bajo la opinión de quienes los redactan.

Análisis o ensayo: Es un texto en el que se analiza y reflexiona sobre un tema específico de las narrativas seriales.

Multimedia: Sección en formato de vídeo, dentro de la misma página o por redes sociales como Tik-tok o Youtube ancladas a la revista, donde se muestran análisis de series, recomendaciones, trailers, entrevistas y otros tipos de videos de corta duración.

Podcast: Apartado dedicado a la distribución de Podcast, con acceso directo a los episodios y una breve descripción de cada uno para que los oyentes puedan elegir qué escuchar.

Newsletter: Boletín informativo de publicación periódica (semanal o mensual) donde, a través de una inscripción por mail los lectores de la revista reciben información extra sobre temas de interés, así como también notificaciones sobre nuevas publicaciones.

Galería de imágenes: Encontramos una recopilación de fotografías que permite a los lectores explorar visualmente el contenido y disfrutar de imágenes relacionadas con distintos programas de televisión.

6.2 Antecedentes: análisis de revistas digitales sobre series

En el proceso de creación de la revista “Club de series” creímos importante analizar tres antecedentes representativos de revistas digitales de series (Serializados; Spinoff; Acción Cine) para poder describir cómo surgieron, que contenido ofrecen y cómo es la experiencia de usuario basándonos en el área de navegación, diseño y de qué forma se comunica la información.

Serializados

La revista digital Serializados es un proyecto español fundado en 2013 por Betu Martínez y Víctor Sala y desde 2016 está editada por Carlos Perelló. El proyecto surgió en un momento en el que las series de televisión estaban ganando popularidad y relevancia tanto en España como a nivel internacional. Comenzó como una revista digital, ofreciendo artículos escritos como noticias y críticas realizadas por su equipo editorial y colaboradores. Y luego, su contenido se diversificó con la incorporación de newsletter, podcasts y vídeos en su plataforma. Esto les ha permitido ampliar su alcance y ofrecer diferentes formatos para satisfacer las preferencias de su audiencia.

Espinof

Es una revista digital de Webedia¹⁵ dedicada al cine y la televisión que ofrece a sus lectores la última actualidad sobre series, películas, programas y futuros proyectos. Su enfoque se centra en analizar de forma crítica cada uno de los detalles que rodean al mundo del cine y la televisión, brindando recomendaciones de lo mejor para disfrutar del contenido audiovisual en cualquier contexto. Sin embargo, Espinof no se limita únicamente al cine y las series, sino que también muestra un gran

¹⁵ Webedia es una empresa francesa especializada en medios online, filial del Grupo Fimalac. Fundada en 2007 por Cédric Siré y Guillaume Multrier, su oficina central se encuentra en la comuna de Levallois-Perret.

interés por la televisión lineal, los realities y el anime, abarcando así una amplia gama de contenidos que atraen a un público diverso.

AcciónCine

Es una revista española fundada en 1992, actualmente dirigida por Héctor Alonso Bautista. Este proyecto cuenta con una revista convencional, disponible en su edición tanto impresa como digital, y además proporciona de manera gratuita un sitio web con un formato de revista digital.

Posee una variedad de secciones: noticias, reportajes, críticas, blogs de cine, newsletter y una sección multimedia que incluye una galería de fotos, imágenes del detrás de cámaras, video entrevistas, clips de video, cortometrajes y videos sobre efectos especiales. También se distingue por la cobertura de eventos y ruedas de prensa y proporciona contenido de video en directo.

A partir de la observación de las tres revistas digitales, notamos una característica común entre ellas: comparten un lenguaje coloquial al alcance de cualquier tipo de usuario.

El uso de este tipo de lenguaje permite que establezcan una relación más cercana con sus lectores, generando accesibilidad independientemente del nivel de conocimiento del lector sobre el tema en cuestión. Al evitar un lenguaje técnico y complejo, buscan llegar a un amplio público, eliminando barreras lingüísticas y promoviendo una experiencia de lectura fluida y agradable.

Sin embargo, notamos que hay secciones donde sí se utiliza un lenguaje más específico, como por ejemplo en las críticas donde el lenguaje se vuelve más detallado, ya que se espera que el lector esté familiarizado con la serie en cuestión para comprender las referencias y argumentos planteados.

7. Proyecto revista Club de Series

1) Descripción de la revista Club de Series.

Club de Series es una revista digital, disponible en www.clubdeseries.com.ar, donde los usuarios pueden acceder a diferentes tipos de contenido relacionados con las series de televisión. Su nombre se deriva del podcast homónimo, ya que es un proyecto que abarca múltiples plataformas.

La revista se compone de siete secciones:

Quienes somos: Información institucional para mostrar quienes conforman el equipo del Club de Series.

Noticias: Acá se presentan novedades sobre series, actualizaciones sobre proyectos audiovisuales y notas.

Artículos: En esta sección se incorporan artículos de difusión donde se analizan diversos temas relacionados a las series de televisión. Estos pueden abarcar desde tópicos transversales que incluyen varias series o análisis sobre una en específico.

Críticas: Acá encontramos análisis valorativos de las series que están en tendencia, proporcionando una perspectiva crítica.

Podcast: Esta sección sirve como un repositorio donde se pueden encontrar todos los episodios del podcast "Club de Series", con enlaces directos desde Spotify.

Multimedia: Esta página tiene como propósito mostrar todo el material multimedia disponible en el canal de Youtube del Club de series. Además, organizamos el contenido en forma de playlist para facilitar su búsqueda. Asimismo, la sección multimedia se subdivide en dos categorías que contienen material audiovisual específico. La primera, "Videoensayos", presenta videos creados por el club que analizan diversos temas relacionados con las series. La segunda, llamada "Luz,

cámara, acción", combina contenido como trailers, videos detrás de escena, entrevistas, y más.

No sé qué ver: Recomendaciones de series distribuidas por géneros o temáticas específicas.

Club: Esta sección funciona como un foro donde incorporamos disparadores para que los usuarios interactúen y compartan sus opiniones.

La revista tiene como objetivo primordial proporcionar contenido de interés relacionado con la temática de las series de televisión. Aunque no se encuentra limitada por un público objetivo específico en términos de edad o demografía, es importante destacar que, debido a su idioma de publicación en español, su audiencia principal se encuentra en América Latina y en aquellos países de habla hispana. El denominador común que une a su audiencia es, precisamente, su interés por las narrativas seriadas televisivas.

La revista no se enfoca únicamente en analizar producciones televisivas argentinas, sino que se esfuerza por abarcar un amplio contenido, incluyendo series de diversas procedencias. Las series que elegimos para crear contenido en la revista digital se encuentran disponibles en plataformas de streaming.

La revista ofrece a sus lectores acceso a diversos canales de comunicación vinculados al proyecto. Estos canales incluyen presencia en redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter y YouTube, lo que facilita la interacción con la audiencia y fomenta la difusión del contenido. Asimismo, se proporcionan enlaces de Spotify, incorporándolos a la interfaz de la web para que puedan ser reproducidos sin necesidad de salir de la misma.

En cuanto a la frecuencia de publicación de la revista no está establecida una periodicidad sino que sus entradas van a depender de la necesidad del contenido. De esta forma poder garantizar una oferta regular y actualizada de información y análisis, manteniendo así su relevancia y atractivo para su audiencia.

7.1 Proceso de desarrollo

El proceso de desarrollo de la revista digital se ejecutó en varias etapas con el objetivo de lograr una identidad visual sólida y una estructura bien definida para la publicación. A continuación, se presenta una síntesis de las principales actividades que realizamos:

Análisis de Identidad Visual: Llevamos a cabo un análisis de la identidad visual del podcast "Club de Series", considerando las placas en Spotify y las redes sociales (Instagram, Twitter, Facebook). Este análisis nos permitió identificar la paleta de colores existente y otros elementos visuales que se utilizaron como base para la creación de la revista digital.

Guía de Estilo: A partir de los hallazgos del análisis, desarrollamos una guía de estilo donde se definieron los elementos visuales. Estos son, el color principal, el color secundario y los colores neutros, así como las tipografías utilizadas para títulos, subtítulos y cuerpo de texto. Por otro lado, establecimos los tamaños y estilos específicos para cada tipo de contenido.

Boceto de la Estructura y Secciones: Diseñamos un boceto inicial de la estructura y las diferentes secciones que componen la revista digital. En esta etapa definimos los elementos de navegación y el orden de presentación de la información.

Recopilación de Contenido: Recopilamos y preparamos todo el material que se exhibe en la revista, el cual fue producido por nosotras, por los integrantes del Club de Series y con la colaboración de estudiantes del seminario Análisis de Televisión.

Creación de Maqueta en Figma: Utilizamos la plataforma de diseño Figma y en ella elaboramos una maqueta del prototipo de la revista. En esta etapa definimos cómo se visualiza la información, qué elementos interactivos se incorporan y cómo funciona la navegación del sitio.

Desarrollo en WordPress: Una vez finalizada la maqueta, procedimos a trasladar el diseño al sitio web utilizando la plataforma WordPress, con la ayuda de nuestra

co-directora Ariana Piccioni. En ella implementamos las funcionalidades definidas en la maqueta y trabajamos en la configuración del aspecto visual basado en la guía de estilo.

Este proceso se llevó a cabo de la siguiente manera:

Comenzamos adquiriendo el dominio www.clubdeseries.com.ar a través del registrador Ferozo. Para alojar nuestro sitio web, elegimos un servicio de hosting y configuramos el dominio en él. Luego, instalamos la plataforma de gestión de contenidos WordPress en el hosting. Esta plataforma nos proporcionó las herramientas necesarias para crear y personalizar nuestro sitio web.

Una vez que WordPress estuvo configurado, exploramos las plantillas disponibles y seleccionamos "Tempera". Esta elección se debe a que se aproxima a la maqueta que diseñamos previamente. Para adaptar la plantilla a nuestras necesidades utilizamos las capacidades de personalización de WordPress modificando los colores, la edición del encabezado y pie de página, la creación del menú con secciones y subsecciones, así como la creación de páginas y entradas. También editamos el carrusel de imágenes para destacar el contenido relevante.

Luego instalamos la herramienta Elementor, un plugin de creación de páginas que reemplaza el editor básico de WordPress, con ella realizamos modificaciones extras que nos permitió personalizar cada página visible en la revista.

Por otro lado, con esta misma herramienta, agregamos widgets específicos para cada página, como imágenes, newsletters y sumamos un foro al que denominamos "El Club". Implementamos un sistema de anclajes a Spotify y YouTube para que los usuarios puedan disfrutar de contenido multimedia sin salir de la revista. Seleccionamos y configuramos iconos para las redes sociales, asegurándonos de que los enlaces estén correctamente vinculados.

Carga de Contenido: Finalmente, se cargó todo el contenido recopilado previamente. Se dió forma a las diferentes secciones y nos aseguramos de que la revista digital esté lista para su lanzamiento.

7.2 Identidad visual y guía de estilo

La identidad visual de nuestra revista se basa en la preexistente del Club de Series, que incluye una paleta de colores y un logotipo. Para asegurar la coherencia y consistencia en nuestra revista digital desarrollamos una guía de estilo, esta nos resultó esencial para establecer las pautas de diseño que se incorporan.

Decidimos continuar con la paleta de colores existente pero adaptándola a las necesidades de la revista, garantizando una coherencia visual, la legibilidad del contenido y una experiencia de usuario completa, además de facilitar la organización del contenido y el reconocimiento del Club de Series. Esta paleta de colores incluye el azul #034AA6, el celeste #2FC7DC, así como los colores neutros: el blanco #FFFFFF, el negro #000000 y el gris #D9D9D9.

Por otro lado, elegimos dos tipografías funcionales y complementarias, Bebas Neue y Raleway, que desempeñan un papel esencial en la consecución de una comunicación visual efectiva. Estas tipografías aseguran la legibilidad y refuerzan la identidad de la revista.

La complementariedad entre estas dos tipografías radica en su contraste. Bebas Neue aporta audacia y énfasis, es por ello que la elegimos para títulos o para destacar algún elemento como el menú para captar la atención del lector. Por otro lado, Raleway proporciona elegancia y legibilidad, siendo una elección sólida para el cuerpo de texto y otros elementos que requieren una lectura cómoda. Esta combinación nos permitió crear un contraste visual.

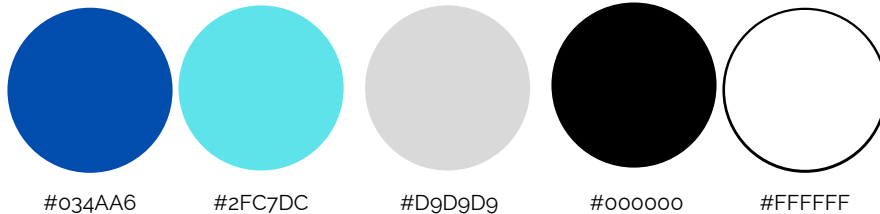
LOGO



ISOLOGOTIPO



PALETA DE COLORES



FUENTES UTILIZADAS

TÍTULOS

BEBAS NEUE - 30PX

Cuerpo de texto

Raleway - 15px

FUENTES APLICADAS

TÍTULO

Cuerpo de texto

TÍTULO

Cuerpo de texto

TÍTULO

Cuerpo de texto

TÍTULO

Cuerpo de texto

TÍTULO

Cuerpo de texto

ELEMENTOS

Se utilizan para el diseño de las imágenes del carrusel



Composición de la revista digital

En cuanto a la composición de la revista digital, el header, el menú y el pie el footer se mantienen consistentes en todas las páginas:

Header (cabecera): Es la parte superior de una página web, es por ello que es importante que aparezca a simple vista la identidad de la revista. En este caso continuamos con las dimensiones predefinidas según la plantilla "Tempera", en color azul #034AA6, con el logotipo del "Club de series" alineado a la izquierda y centrado en el eje X.



Menú: Es la puerta de acceso a todo el contenido que les ofrecemos a los usuarios. En este caso tiene una forma de barra ya predefinida por la plantilla donde incorporamos las secciones que integran la revista digital. La personalizamos en color gris #D9D9D9 previamente definido y utilizamos la tipografía Bebas Neue.



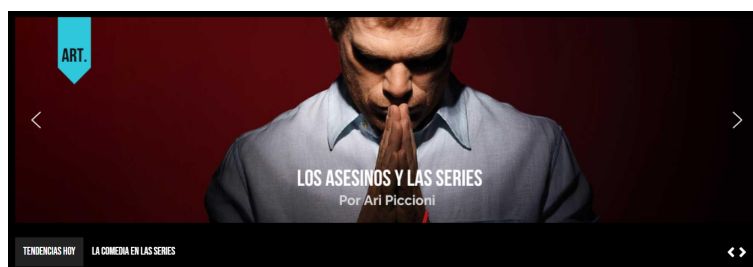
Footer (Pie de página): Conforman la parte inferior de nuestra revista digital y en ella incorporamos las redes sociales como iconos circulares en color celeste #2FC7DC, con su respectivo isologotipo en blanco #0000 enlazado a cada una de ellas.



Las páginas que componen nuestra revista mantienen una misma estructura a excepción de la página de inicio y el foro al que llamamos "El Club".

Estructura de la página de inicio:

Slider (Carrusel de fotos): Es un recurso de diseño web que consiste en mostrar distintas imágenes que se van deslizando unas sobre otras. Las mismas siempre deberán ser previamente diseñadas en donde se agrega el título en tipografía "Bebas Neue" 30px, autor en tipografía "Raleway" 12px y una etiqueta que indica al tipo de contenido a la que le corresponde dicha imagen según se le corresponda. Estas imágenes tienen un tamaño de 1100 x 300 px y se eligen para reflejar el contenido desarrollado en los artículos y críticas. Su propósito principal es resaltar de manera efectiva el contenido más relevante.



Distribución de los elementos que conforman el contenido:

La estructura de la página está dividida en dos columnas en una proporción de 75/25.

La columna izquierda está compuesta por las últimas entradas de la sección noticias. Para organizar el contenido elegimos una caja de color celeste #2FC7DC que contiene al widget¹⁶ seleccionado de imagen con texto que presenta una foto ilustrativa de la noticia con su respectivo título en tipografía "Bebas Neue" 30px color blanco y una breve descripción del contenido con la tipografía "Raleway" 15px color blanco.

La columna derecha se conformó por dos widgets, uno correspondiente a Spotify y otro a YouTube, donde se muestran miniaturas correspondientes al contenido enlazado a cada plataforma.



Botón de Newsletter: Optamos por un Widget en tono gris #D9D9D9 con texto en blanco y tipografía "Bebas Neue", el mismo está vinculado a un formulario de inscripción.

¹⁶ Los widgets de WordPress son componentes de software que se utilizan para añadir diversas funciones a las barras laterales de los sitios web sin necesidad de codificar.

SUSCRIBITE A NUESTRO NEWSLETTER

SUSCRIBITE AL NEWSLETTER DEL CLUB DE SERIES

Te traemos las últimas novedades, recomendaciones, trivias, y mucho más sobre tus series favoritas. ¡No te pierdas de ninguna novedad con nosotros!

rociozanelli10@gmail.com [Cambiar de cuenta](#) 

 No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

NOMBRE COMPLETO *

Tu respuesta

DEJANOS TU MAIL *

Tu respuesta

[Enviar](#) [Borrar formulario](#)

Estructura de la sección "Club"

Esta página contiene el diseño predeterminado del plugin¹⁷ "foro" que integramos a través de WordPress. Realizamos cambios en la plantilla para ajustar los colores a la identidad visual y la tipografía "Bebas neue" 20px para títulos y "Raleway" 12px para cuerpo de texto.

¹⁷ Los plugins de WordPress son herramientas para complementar las funcionalidades de un sitio o blog.

CLUB

FORO MIEMBROS ACTIVIDAD ACCESO REGISTRO BUSCAR...

PLEASE [ACCESO](#) OR [REGISTRO](#) TO CREATE POSTS AND TOPICS.

¡BIENVENIDXS AL CLUB! ÚLTIMA PUBLICACIÓN

BIENVENIDXS AL CLUB!
EN ESTE ESPACIO DISCUTIMOS SERIES.
5 DEBATES · 5 PUBLICACIONES

SUBFOROS: ¿QUÉ TE PARECIÓ EL FINAL DE GAME OF THRONES? · ¿CUÁL ES EL PEOR FINAL DE LA HISTORIA?

CLUB
HACE 24 HORAS · CLUB DE SERIES

MARCAR TODO COMO LEÍDO MOSTRAR LOS DEBATES SIN LEER

ESTADÍSTICAS

5 DEBATES	5 PUBLICACIONES	0 VISTAS	2 USUARIOS	1 CONECTADOS
--------------	--------------------	-------------	---------------	-----------------

ÚLTIMO MIEMBRO: FLORENCIA KUCHEV · ACTUALMENTE EN LÍNEA: 1 INVITADO

Estructura de las secciones: Noticias; Artículos; Críticas; Multimedia; Video ensayo; Luz, cámara, acción y No sé qué ver.

Adjuntamos a la descripción una imagen de una sola sección, ya que todas las secciones siguen la misma estructura.

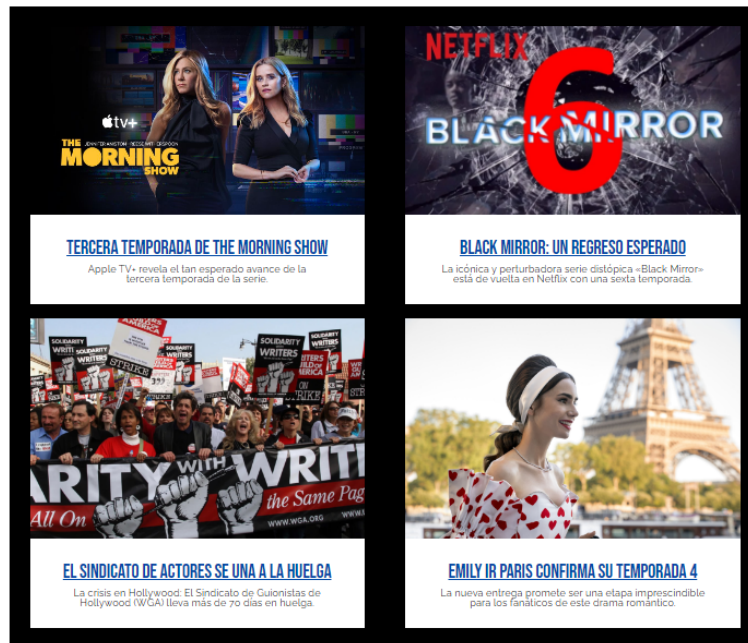
Portada: Es un rectángulo negro de tamaño 1024 x 570 px. En su parte central, se encuentra el título correspondiente a la sección, el cual se presenta en la tipografía "Bebas Neue" con un tamaño de fuente de 70px. color blanco #FFFFFF.

NOTICIAS

Distribución del contenido:

Se divide en dos columnas de igual tamaño, ambas con fondo negro. Cada columna contiene elementos visuales, ya sean imágenes o vídeos en 1280px x 720px. Estos recuadros corresponden a las entradas a las que están vinculadas.

Debajo de cada imagen o video, optamos por una caja de texto con fondo blanco. En esta, el texto describe a modo titular el contenido y no debe superar las dos líneas. Utilizamos la tipografía "Bebas Neue" con un tamaño de fuente de 30 px en color azul #034AA6. En el caso de la sección "Noticias", la caja que contiene la información, por debajo del título lleva una descripción en tipografía Raleway 15px color negro y la misma no debe superar las dos líneas.



Estructura de las entradas

Título: Utilizamos la tipografía "Bebas Neue" 30px color negro #FFFFFF.

¡LA ESPERA TERMINÓ! APPLE TV+ LANZA ADELANTO DE LA TERCERA TEMPORADA DE «THE MORNING SHOW».

Cuerpo de texto: "Raleway" 15px color negro #FFFFFF.

Apple TV+ ha emocionado a los fanáticos de «The Morning Show» al revelar el tan esperado avance de la tercera temporada de la serie, que se estrenará en todo el mundo el miércoles 13 de septiembre. Desde su inicio, el drama periodístico de Apple TV+ ha girado en torno al desentrañamiento de secretos que nunca permanecen ocultos.

Los personajes principales, interpretados por Jennifer Aniston y Reese Witherspoon, han estado luchando para sacar a la luz diferentes verdades mientras buscan una revolución cultural en el ficticio programa de noticias matutinas UBA.

Imágenes: En todas las entradas se incorporan imágenes o videos que ilustran el contenido y cada una de ellas va a variar su tamaño según la necesidad estructural de la misma.



8. Conclusiones

Para llevar a cabo la realización de la revista digital en nuestro rol como comunicadoras, empleamos herramientas teóricas y metodológicas. En una etapa inicial, llevamos a cabo un análisis del proyecto "Club de Series" y su enfoque comunicativo. En esta instancia pudimos identificar su audiencia objetiva, su identidad visual y su tono comunicacional tanto oral por su podcast y escrito por las publicaciones en redes. Por otra parte, relevamos investigaciones cuantitativas existentes sobre el consumo de series que revelaron el gran interés que hay en Argentina por ellas y su fascinación por el consumo de metatextos relacionados.

Diagnosticamos las limitaciones de los canales ya utilizados. Quienes forman parte del proyecto Club de Series manifestaron interés por publicar contenido como análisis, críticas, artículos y videos ensayos, etc. Es así que concluimos que estas redes sociales no están creadas para albergar este tipo de contenido sino que están diseñadas para ser efímeras por lo que no resultan un entorno propicio para este fin.

Determinamos que una revista digital permitiría una mayor flexibilidad en términos de contenido, lo que a su vez ayudaría a fortalecer la comunidad, atraer a nuevos seguidores y ofrecer una plataforma adecuada para el análisis y la exploración de las series televisivas.

A la hora de realizar esta revista digital tuvimos las herramientas teórico metodológicas para poder idear la revista a nivel estético y comunicacional. De todas formas, nos resulta esencial abogar por un enfoque interdisciplinario que el comunicador debe adoptar. Es necesario realizar un abordaje de la comunicación a partir de un enfoque multidisciplinario que combine diversos campos de estudio y así, poder adecuar cada problemática o investigación desde el área de la comunicación pero enriqueciéndolo desde una perspectiva integral.

La combinación de habilidades y conocimientos de diferentes áreas puede mejorar y potenciar los proyectos, especialmente en este caso debido a la elección de trabajar en un entorno tecnológicamente complejo como lo es la creación y gestión de una revista digital.

No queremos dejar de mencionar que la realización de esta revista digital en formato web no la hicimos con el propósito de que sea simplemente un proyecto. Todo el desarrollo lo concebimos con la finalidad de que efectivamente pueda ser implementado y utilizado activamente en beneficio del Club de Series. Proporcionándoles una plataforma que les permita explorar y ampliar su universo comunicativo implementando nuevos contenidos para poder atender a sus intereses y objetivos. Siendo un paso esencial para abordar de manera efectiva y completa todos los aspectos comunicativos del club, posibilitando una explotación óptima de sus contenidos mediante la adaptación de códigos comunicativos específicos para cada plataforma utilizada (Spotify, Twitter, Instagram, Facebook y Youtube) contribuyendo a consolidar una estrategia transmedia.

El objetivo último de este proyecto es poder fomentar el crecimiento y consolidación del Club de Series, impulsando un aumento en su audiencia y facilitando la formación de una comunidad. De esta manera, buscamos no solo enriquecer el panorama comunicativo del club, sino también contribuir al fortalecimiento de sus actividades, promoviendo una interacción más profunda y significativa con sus seguidores y oyentes del podcast. En este sentido, buscamos trascender el ámbito académico para que se convierta en una herramienta que impulse el desarrollo y la expansión de su comunidad.

Por otra parte, en el contexto del lanzamiento de nuestra revista digital, proponemos implementar una campaña integral en redes sociales, aprovechando las plataformas ya establecidas por ellos, como Instagram, Facebook y Twitter. Estas nos brindarán el espacio necesario para dar a conocer la revista y construir una comunidad.

A continuación detallaremos algunas de las acciones que podríamos llevar a cabo: Notamos que las redes sociales del Club de Series están inactivas, es por ello que consideramos importante empezar a compartir contenido relacionado con series, curiosidades, avances y encuestas para crear interacción y aumentar el interés del público. Ya que consolidar una comunidad será importante a la hora del lanzamiento de la revista.

Proponemos la creación de imágenes y breves videos teaser con la intención de generar expectativas sobre lo que la revista digital tiene para ofrecer. Estos elementos visuales estarán diseñados acorde a la estética de la página web, utilizando gatillos visuales cuidadosamente seleccionados y enfocando el mensaje teniendo en cuenta el público objetivo, permitiendo dirigirnos de manera efectiva a la audiencia.

Pensamos en la posibilidad de realizar una colaboración con influencers y cuentas especializadas en el mundo de las series, con la finalidad de que promocionen la revista digital y así poder traccionar potenciales lectores.

Al momento del lanzamiento, pensamos en darle difusión realizando una transmisión en vivo para presentar la revista en tiempo real, mostrar cómo navegar y acceder a todo el contenido y responder preguntas de los seguidores.

Creemos que hoy en día el crecimiento en redes sociales de forma orgánica está dando muy pocos resultados. Es por esto que pensamos la posibilidad de incorporar pauta publicitaria asegurando que el proyecto se visibilice y sea consumido por nuevos lectores. Por otro lado, esta acción le dará más visibilidad al podcast Club de Series y a sus canales de difusión.

Bibliografía consultada

Barbero, Jesús Martín (1987) “De los medios a las mediaciones”. Barcelona. Editorial Gustavo Gili.

Boetti, Ezequiel (2021) “70 años de televisión argentina: la historia detrás de la historia” Página 12, (11.837)

Buero, Luis (2001) “La programación en la historia de la tv: cincuenta años no es nada”, Todo es Historia, (411), 54-63

Cascajosa Virino Concepción (2009) “La nueva edad dorada”, Secuencias: Revista de historia del cine, (29), 7-31

De La Torre Tony (2016) “Historia de las series”. Barcelona: Ed. rocaeditorial

Jenkins, H.: “Conclusión. ‘En mi mundo de fin de semana...’ Reconsiderando el grupo de fans”, en Piratas de textos. Aficionados, cultura participativa y televisión. Barcelona. Paidós, 2010.

Lacalle, Charo (2001) “El espectador televisivo” Barcelona: Ed. Gedisa

Rincón, Omar (2006) “Narrativas Mediáticas” Colombia: Ed. Gedisa

Vallés Canet, José (2012) “La evolución de las revistas digitales” Coruña: Ed. Humanidades Digitales

Webgrafía

Encuesta Nacional de Consumos Culturales (2013/2023). Sistema de Información Cultural de la Argentina. Disponible en:

<https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10>