

Serializados: “Les imatges de les sèries comencen a formar part de la nostra iconografia”

 quaderndelesidees.press/serializados-les-imatges-de-les-series-comencen-a-formar-part-de-la-nostra-iconografia/

March 4, 2016

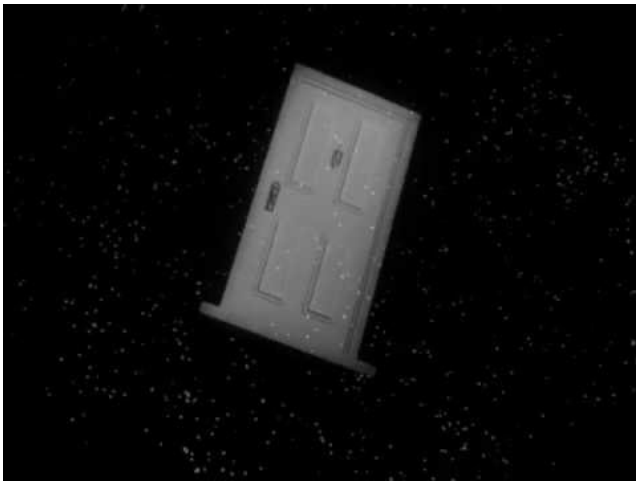
Les sèries de televisió han esdevingut en els últims anys un espai per desenvolupar projectes ambiciosos que han trencat amb l'estil i les normes de dècades anteriors. HBO va ser una de les primeres cadenes a descobrir el potencial d'un producte televisiu realitzat amb grans mitjans i amb els millors guionistes, alhora que va saber aprofitar el fenomen de la globalització, creant un estil que ha travessat fronteres i que, en alguns casos, ha substituït el cinema.

Fenòmens com *Juego de Tronos* –amb una audiència de 20 milions d'espectadors, en la cinquena temporada–, la britànica *Black Mirror*, o *Breaking Bad*, *Mad Men*, *Los Soprano* i, anys abans, *Perdidos*, han suposat un nou ressorgiment de les sèries que, durant moltes dècades, anaven dirigides a un públic familiar i acotades al que se suposava que era políticament correcte. Les noves tecnologies i especialment la massificació de l'ús d'internet i dels aparells intel·ligents, com telèfons mòbils, tauletes i televisions han afavorit l'aparició de plataformes com Amazon i Netflix, d'abast mundial, que s'han encarregat d'estendre el fenomen arreu del món. Uns canvis que han provocat també un nou tipus de públic, més individualista i molt més tecnològic, que consumeix aquestes propostes quan, com i on vol.

Per tot això, les sèries han passat de ser un producte de consum popular, propi d'un dissabte a la tarda davant el sofà, a ser un fenomen quasibé de culte que en alguns casos ha arribat fins a museus i sales d'exposicions, i que protagonitza nombrosos festivals arreu, com el que se celebra a Barcelona cada primavera, el Serializados Fest, un projecte de Víctor Sala i Betu Martínez que ha anat creixent a partir de la pàgina web i la revista serializados.com, i que en l'última edició va portar a Barcelona a Dan Harmon, el creador de sèries com *Community* i *Rick & Morty*. Parlem amb un dels creadors de Serializados, Víctor Sala.

Les sèries de TV han passat de ser un producte de consum popular a un objecte de culte.

Les sèries sempre ens han acompanyat però en els últims temps sembla que tenen més prestigi social. El públic ha canviat i, en certa manera, s'ha culturitzat i intel·lectualitzat el concepte. Però sempre hi ha hagut creadors que han considerat les sèries com un objecte d'alta cultura i Alfred Hitchcock amb *L'hora d'Alfred Hitchcock* [una sèrie de televisió creada per ell i emesa per la cadena CBS (1955-1964) i per la NBC (1964-1965)] o Rod Serling amb *La Dimensió Desconeguda*, ja tenien la voluntat d'arribar a molta gent a través de les seves històries però sense rebaixar el to.



Watch Video At: <https://youtu.be/ORbseYAkzRM>

Ara estem vivint la tercera edat d'or de les sèries.

Sí, però és un terme que no m'acaba d'agradar. Ens fixem molt en el que es fa a Estats Units però sempre hi ha hagut grans sèries, sobretot a Anglaterra, per exemple, amb un nivell molt alt. El projecte Serielizados va néixer amb el repte que els articles periodístics que parlaven de sèries passessin de la secció d'oci i televisió dels diaris a la de cultura, com es fa amb el cinema. Es considera el cinema com art, fins i tot pel·lícules de diumenge a la tarda, així doncs, per què no passa el mateix amb les sèries de televisió? Finalment ha estat el públic qui ho ha percebut i les cadenes de televisió han marcat les seves pròpies línies, a banda que ara hi ha una extraordinària fornada de guionistes que es dediquen a escriure sèries, com passava a l'època de Hitchcock i Serling.



Imatge: Els guionistes de les sèries de culte moltes vegades ens enfronten a una realitat canviant i dura que no volem veure, com en un mirall trencat que ens ofereix diferents punts de vista. Imatge de capçalera: Un illa deserta, potser no tan bucòlica com la de la imatge, és l'escenari de la sèrie que va iniciar el boom, Perdidos.

Què ha canviat?

Un dels canvis és la percepció dels professionals, també dels actors. La indústria considerava les sèries com un espectacle de segona però en aquests moments les estrelles del cinema ja no les desprecien i fins i tot volen ser-hi. Matthew McConaughey va voler participar a *True Detective*, [que la HBO va estrenar el 2014 i en la qual McConaughey interpreta un detectiu de la policia de Louisiana]. A més, Hollywood ha tirat cap a grans projectes de superherois per exemple, mentre que la televisió ha capgirat el format i els guionistes tenen més poder, la qual cosa ha propiciat que una nova fornada d'escriptors de talent hagin trobat a la televisió un canal més nou. A banda que hi ha hagut el fenomen d'internet que ha afavorit aquest procés.

I han aparegut nous agents com Amazon i Netflix.

Internet ha afavorit que a nivell de distribució apareguessin nous agents, en alguns casos amb interessos aliens a la creació, per vendre més fibra òptica, o més productes com en el cas d'Amazon. Aquests agents acaben fent contingut audiovisual per afavorir que el públic s'acosti a les seves plataformes i fidelitzar-lo. En realitat és una mercantilització del contingut audiovisual, volen que hi hagi molt trànsit a la seva web i això fa que s'hagin globalitzat els continguts.



Imatge: Walter White (Bryan Cranston) és Heisenberg, un químic professor d'Albuquerque, Nou Mèxic, diagnosticat amb càncer de pulmó, que decideix fabricar metanfetamina per garantir el futur de la seva família. AMC.

I el públic també ha canviat.

Sí, ja no esperem que arribi *Homeland* doblada a Cuatro, i fins i tot la volem veure el mateix dia que s'estrena a EE UU. El món s'ha fet petit, tot viatja molt ràpid i apareixen coproduccions amb altres països, com Netflix que realitza una sèrie amb Channel Four a Anglaterra. Estem vivint la gran bombolla de l'audiovisual i mai s'havia creat tan contingut. Si es mantindrà o no, no ho sabem, però de moment les grans estan marcant el seu perfil. Des del punt de vista dels creadors, el moment actual és boníssim, pots picar a 15 portes per vendre la teva sèrie.

Aquest nova època d'or comença amb HBO?

HBO [un dels canals de televisió per cable i satèl·lit més populars a EE UU i Amèrica Llatina, propietat de Time Warner] va crear un perfil de sèrie determinat, amb elements que fins aleshores no es podien veure a la tele americana, que feia productes per a tota la família. Els seus continguts estaven destinats a un públic adult i van apostar per grups més petits, creant històries per agradar a una minoria. Aquí, aquest pas encara l'hem de fer.



Imatge: Jesse Pinkman (Aaron Paul) és ex alumne de Walter White i company en el tràfic de metanfetamina. Consumeix, fabrica i trafica des que anava a l'escola. AMC.

Però amb la globalització les minories són molta gent.

Això ho explicava el Ted Sarandos de Netflix quan parlava de *Beasts of No Nation*, la pel·lícula de Cary Fukunaga que fou director de la primera temporada *True Detective*. La van passar a les plataformes Netflix de tot el món i el primer dia va tenir més audiència que qualsevol pel·lícula de les més vistes al cine. Això de tenir tots els continguts en un sol clic ha fet que molts petits grups de gent puguin connectar-se i no sigui necessari omplir sales de cinema. Tens molts petits grups que fan una audiència molt gran.

Les sèries fins i tot han arribat al món de l'art.

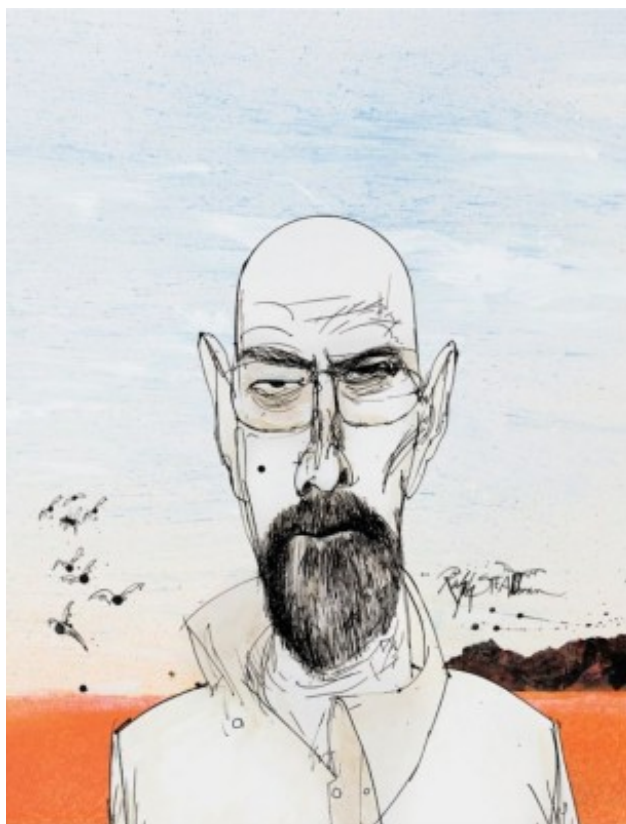
Sí, a The Pirate Cinema, els artistes Nicolas Maigret i Brendan Howell van muntar una instal·lació a Canadà que transformava les dades P2P en una forma d'art audiovisual. Podies veure tot el que compartia la gent en aquell mateix moment perquè et mostrava les transferències *Peer-to-Peer* en temps real a la xarxa [utilitzant el protocol BitTorrent].

Per altra banda, penso que cada vegada s'està legitimant més una manera d'explicar històries seriades que no és massa diferent als antics fulletons de Larra i Dickens, com va escriure Jorge Carrion a Teleshakespeare (Errata Naturae, 2011). Es torna a aquest tipus de literatura que sempre ha estat amb nosaltres però que ara ha revifat de manera que el públic en té una visió més positiva. I aquest és un gran canvi.

També tenim el cas de Ralph Steadman, que va treballar amb el periodista Hunter S. Thompson. Li va agradar tant *Breaking Bad* que va fer un retrat de cada personatge i els va exposar en una galeria de Londres, [els dibuixos també van publicar-se a les cobertes d'una edició limitada de la sèrie en Blu-ray].

Les imatges de les sèries comencen a formar part de la nostra iconografia, quan ara veiem imatges de *Juego de tronos* o *Breaking Bad* ens passa el mateix que abans amb pel·lícules que han marcat la iconografia del pop com *Star Wars* o *Pulp Fiction*... Ara, l'imaginari col·lectiu del públic es dirigeix més a les sèries de televisió que al cine.

A més, anar al cinema és un ritual social que cada vegada fem menys perquè el consum està esdevenint individual. Perquè les sèries tenen tant èxit? Perquè les pots veure sol, quan vols i on vols. Internet està creant éssers cada vegada més solitaris i, per exemple, si t'agrada una proposta com *Transparent* pots posar-te un capítol rere l'altre i saps que no et decebran perquè més o menys segueixen el mateix estil. El consum de sèries és, en aquest sentit, menys arriscat que el de cinema, et dona una falsa seguretat i a més no has de quedar amb ningú. Potser això diu molt poc de la nostra societat.



Imatge: Walter White vist per Ralph Steadman.



Imatge: Jon Hamm és Don Draper a Mad Men. AMC.

Però sí que es creen grups d'interès.

Sí, hi ha gent que queda per veure capítols o per anar a un festival i ara hi ha la tendència tant en cinema com en televisió de crear esdeveniments, nosaltres fem regularment els Serielizados Late show a la fàbrica Moritz de Barcelona. L'any passat vam programar l'últim capítol de *Breaking Bad*, perquè els fanàtics de la sèrie que el van veure sols a casa tinguessin la possibilitat de comentar-lo amb altres. Crec que moltes vegades creem vincles emocionals amb les sèries i, per exemple, quan la gent acaba de veure *Mad Men* es pregunta què farà a partir d'aleshores amb la seva vida. Perquè francament li parlaria de més coses a Don Draper [el protagonista] que a molts tiets.

I quina és la sèrie que va començar amb aquest fenomen?

Perdidos tot i que es va emetre quan començava aquest *boom*, però va saber jugar molt bé les seves cartes. Era una bogeria veure-la aquí perquè canviava de canal, d'horaris... Tot i així va aconseguir tenir una legió de fans brutal.

Cap on anem?

Conchi Cascajosa [professora titular del Departament de Periodisme i Comunicació Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid, especialitzada en història de la televisió, ficció televisiva a Espanya i Estats Units, narrativa televisiva i estudis culturals], ha explicat les tendències de l'audiovisual i parla que hi ha molts personatges femenins forts, també moltes propostes sobre fenòmens naturals i com la natura determina certes situacions. A la part de negoci, ella parla de moltes coproduccions i de l'impacte de Netflix a nivell global.

PILAR MAURELL

Si t'ha agradat aquest article i vols rebre informació dels pròxims que publiquem, envia'ns el teu nom i el teu correu electrònic.

He llegit i acceptat les condicions establertes en l'[avís legal i política de privacitat](#).

Pilar Maurell

Periodista cultural i presidenta de l'Associació de Periodistes Culturals de Catalunya. Entre els anys 1997 i 2004 va ser cap de les seccions de Tancament i Cultura d'El Mundo de Catalunya i va ser redactora en cap del diari ADN a l'edició central de Barcelona de 2006 a 2011. Actualment [...]

Llegir més

