

El éxito de las bioseries: ¿Un nuevo género?

MOLINA GONZÁLEZ LAURA, GONZÁLEZ TINAJAR MARÍA FERNANDA

Resumen— Analizar las bioseries de donde se muestra teorías de masas en plataformas digitales y televisión, teoría de aguja hipodérmica o de bala y teoría de espiral del silencio. Revisar el por qué las consumen, si es por curiosidad, moda o por gusto. Se analiza las bioseries, el éxito que han tenido en los últimos años y por qué el público cada vez más la ven y las hacen sus favoritas.

I. INTRODUCCIÓN

Es un género nuevo en donde se puede conocer la vida de un famoso, ya sea cantante, boxeador, futbolista o narcotraficante, se trata de las bioseries que en los últimos años han dado de qué hablar. Es un género que todo el mundo de la farándula ha agarrado para poder narrar su propia vida, en donde puede contar lo necesario para que el público le interese verlas.

Se puede observar las bioseries que se han hecho exitosas por las preferencias del público. Se analiza que cosas son las que hacen que el público las vea, si es por curiosidad, moda, por las noticias de la farándula o simplemente por gusto. Se realizarán encuestas y análisis de contenido (se tomarán para este análisis, series que fueron más vistas y una que no les gusto por los encuestados).

Se analiza el porqué del éxito de este género y como se ha mantenido en plataformas streaming o en tele abierta y como una u otra ha ayudado con la distribución de la vida de un famoso y que plataformas más usan para poder ver este tipo de contenido.

Se usarán teorías para poder estudiar por qué el éxito de las bioseries que son la teoría de masas en plataformas digital y televisión, la teoría de la aguja hipodérmica o de bala y la teoría de espiral del silencio y se revisará el por qué las consumen, si es por curiosidad, moda o por gusto.

II. MARCO TEÓRICO

Las bioseries han tomado gran relevancia entre el público, en los últimos años los contenidos en la televisión y en las diferentes plataformas de streaming, se han presentado propuestas para toda clase de público, están hechas, con la estructura narrativa de las telenovelas. En estas bioseries muestran la vida de algún famoso de la música, actor o deportista, que muestran aspectos pocos conocidos por el público.

De acuerdo con (López, 2018) se construyen a partir de una historia que el protagonista va narrando y solo aparece lo que él o ella quiere que se cuente, puede que la historia se base en un libro o anécdotas de terceros cuando se rinde tributos. En las bioseries que hoy en día han salido al aire inician desde la

niñez, avanzan hasta la época actual o en ciertos casos la muerte. Se destacan algún acontecimiento familiar, momentos de tristeza, ambiciones, lucha y éxitos en su vida profesional. Los guiones son buenos, la trama, los personajes y los diálogos son el punto fuerte, para desarrollar una buena bioserie y sea exitosa.

El rating según (Calderón, 2017) sirve para la toma de decisiones de una bioserie, ya que esto determina el éxito de un programa en alguna televisora o hasta una plataforma y se considera el horario y los días en los que se transmite dicho programa.

En México (Villaseñor, 2016) se inició con la serie “Hasta que te conocí” inspirada en la vida del cantante Juan Gabriel, fue una producción de Disney Media Distribution Latin America, el impacto que logró esta serie fue por todos los países centroamericanos, en redes sociales (Twitter) fue trending topic y se posicionó en el tercer lugar, el gerente de TNT Turner menciona que:

“Realmente estamos encantados con el desempeño del show en términos de rating y repercusión. Es un producto al cual le teníamos mucha fe no sólo por sus virtudes artísticas sino por la potencialidad de conectar con el sentimiento del público latino, un público que ha hecho de Juan Gabriel uno de sus artistas más queridos” (Turner 2016 por Villaseñor en multipress, 2016).

Según Sahuquillo (2007) menciona una teoría para saber el éxito de las bioseries, es la teoría del cultivo o aculturación, se creó en Estados Unidos en 1967. Es un proyecto de investigación sobre Indicadores, se dedicó a analizar la influencia de contenidos televisivos con opiniones y actitudes de las personas expuestas a este tipo de mensajes. También se le atribuye a la televisión una función socializadora, al plantear que existe una estrecha relación entre la exposición a mensajes televisivos, las creencias y conductas de las audiencias, afectando así el medio a la concepción de la realidad.

Su representante es George Gerbner, se planteó la importancia de la influencia que hace que los públicos, prefieran ciertos programas, “La televisión se materializa en un ritual diario que las élites comparten con muchos otros tipos de público [...] este sistema fomenta desde la infancia las predisposiciones y preferencias que antaño se adquirían a partir de otras fuentes” (Gerbner, Morgan y Signorielli, 1996, 35). Dos de las televisoras de contenidos más importantes son TV Azteca y Televisa “total de exportaciones de Televisa, el 90 por ciento procede de las telenovelas. Su competidora TV Azteca exporta el 80 por ciento de este género” (Barrón, 2007, página 2), son los principales monopolios dedicados al entretenimiento del público. En algunos casos tienen alianzas de programación de sus contenidos como es el caso de Univision Communications Inc, para que se puedan transmitir en los EU, donde hay un gran índice de latinos.

MOLINA GONZÁLEZ LAURA y GONZÁLEZ TINAJAR MARÍA FERNANDA pertenecen a la carrera CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

El proyecto fue asesorado por LETICIA BARRON DOMÍNGUEZ.

Los autores agradecen a: Nuestras familias y a la Universidad La Salle.

Otra teoría que influye bastante en las series ya sean de televisión u online en las plataformas de streaming es la teoría de la aguja hipodérmica o de bala, la explicación que se da de los medios de comunicación es que éstos, de forma inductiva, marcan las pautas en cada uno de los individuos sobre cómo tienen que actuar y ser, sin que exista una amplitud de bagaje que les permita hacer una selección y optimización de la información recibida. “Los mensajes de los medios de comunicación se insinúan ‘bajo la piel’ e irán a atacar a los miembros del público exactamente como sucede con una inyección con aguja hipodérmica, sin ninguna posibilidad de mediación o reelaboración por parte de los receptores” (Vallejo, 2012), un ejemplo de lo anterior es que los medios de comunicación nos indican cómo es que deben de ser las mujeres, altas, extremadamente delgadas, ojos claros, tez perfecta, jóvenes, con cuerpos tonificados, sin imperfecciones, etc.

Esta semillita se va sembrando en nuestro pensamiento, de manera tal, que ya no encontramos marcha atrás, sabemos que las mujeres que no cuentan con estas características son las que deben ser desechadas. Es muy difícil, posteriormente cambiar la concepción que ya se tiene, a grado tal, que hacen todo lo habido y por haber para corresponder con el estereotipo. De esta forma es como la aguja hipodérmica funciona. Una vez que se ha mitificado una idea, es muy difícil desmitificar y cambiarla.

Otra teoría que nos puede ayudar a entender el éxito de estas bioseries, es la teoría de la espiral del silencio esta se trata sobre el proceso de formación de ésta, que parte de la observación que hace el individuo de su entorno social. La espiral del silencio es una teoría de comunicación atribuida a Elisabeth Noelle-Neumann.

Esta teoría explica el efecto del poder de la opinión pública sobre los individuos de una sociedad. El individuo tiene su opinión y su forma muy personal de pensar de acuerdo a factores como educación, cultura, creencias entre muchas otras cosas que crean la individualidad de un ser humano. Pero, ¿Qué pasa cuando la opinión pública genera un estándar de acuerdo a opiniones predominantes sobre que está bien y que está mal?

Los individuos deciden adaptar su forma de pensar o su opinión a lo que la mayoría de las personas piensa de acuerdo al entorno en el que se encuentre.

La teoría del espiral del silencio postula que las personas tienen miedo a ser aisladas del círculo social por no tener la misma opinión, a raíz de este temor surge la idea de adaptarse. El individuo primero toma en cuenta la predominancia de la opinión pública para luego decidir si mantiene o no su posición.

¿Qué tiene que ver esto con los medios de comunicación?

En muchas ocasiones los medios de comunicación son quienes de alguna forma proveen a la sociedad de información para que a partir de esta se genere la opinión pública y de ahí parte la predominancia de ideas, de opiniones y de lo que se habla. En conclusión la base de esta teoría de Elisabeth Noelle-Neumann es el miedo del individuo a ser aislado y por el cual permea su opinión para no dejar de pertenecer a un grupo dentro de la sociedad.

Con base en lo que menciona Vallejo (2012) en Escuelas Teóricas de Comunicación, nos damos cuenta cómo es que esta teoría influye en esta parte de cómo el individuo por encajar en un círculo puede llegar a cambiar de opinión u informarse. Lo que sucede en este caso de las bioseries es que como los individuos del círculo platican de una bioserie y alguno no la ha visto, rápidamente es aislado de la conversación y aquí es en donde aplica la teoría de la espiral de silencio.

Explicaremos algunos conceptos y la manera en que mide el rating en T.V. De acuerdo a Jara (2007) en Barrón (2009) la fórmula de rating es: Peso 11x minutos vistos Universo x minutos posibles. Para que se pueda analizar el rating por edad, sexo, nivel, región, sistema de TV de pago, etc., es necesario contar previamente con una base de datos que contenga los datos actualizados día a día sobre cada familia, integrantes del hogar, televisores y otras variables. Dicha base maestra es alimentada diariamente para dar mantenimiento constante y preservar así la calidad de la información. Esta base junto con los datos de audiencia extraídos del People Meter, permitirá entonces cruzar la información demográficamente con toda exactitud.

A diferencia de las Televisoras, las plataformas digitales de streaming, es diferente la forma en la que miden su audiencia, aún no la dan a conocer pero de acuerdo con la entrevista en profundidad para Vulture, el CEO de contenidos Ted Sarandos, y la vicepresidenta Cindy Holland arrojan un poco de luz sobre la cuestión.

“Tenemos modelos de proyección que nos ayudan a entender, para una determinada idea o área, como de grande creemos que podría ser el tamaño de una audiencia”, explican. “Tenemos constructos para géneros que nos dicen básicamente las zonas donde tenemos muchos programas, y las zonas donde hay oportunidades” (Moreno, 2018).

Esto es lo más que se ha hablado sobre las audiencias de Netflix, muchas de estas plataformas no revelan el nivel de audiencias que tienes sus contenido.

De acuerdo a Barrón (2009): además de las telenovelas, las series, dramas unitarios, películas para el hogar y programas de telerrealidad en el sistema de medición de ratings en México, se clasifican otros quince que conforman el total de la oferta de programación en televisión, que son los siguientes:

Caricaturas, cómico, concurso, cultural, debate, deportes, gobierno, infantil, infocomerciales, magazine, musicales, noticiero, partidos políticos, religión y talk show. Todo este tipo de contenido el día de hoy lo encontramos también en las nuevas plataformas de streaming, lo manejaremos un tanto, como las competencias que tienen las bioseries. A pesar de todo este extenso y variado contenido las personas siguen prefiriendo las bioseries.

III. METODOLOGÍA

Nuestra metodología será por el método de análisis, en donde se establecerá la relación causa-efecto entre los elementos del objetivo. En donde aplicaremos encuestas online a todo el público en general (edad, sexo principalmente), para saber sus gustos y preferencias de lo que ven en televisión o en alguna plataforma.

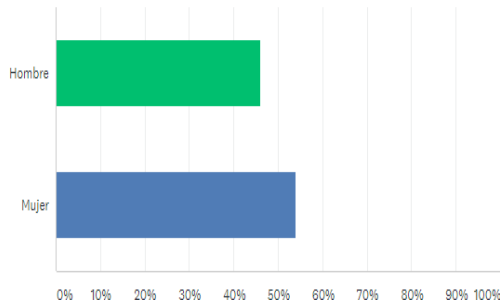
Consta de cincuenta encuestas en forma de cuestionario, de forma digital del “éxito de las bioseries”. Todo con el fin de conocer el éxito de las bioseries que se generó hace dos años. También se realizará un análisis de contenido en el cual, se verán 3 bioseries (Luis Miguel, El Chapo y Hasta que te Conocí), se tomaron dos episodios el inicio (30 min) y la mitad (30 min) de cada una de estas series. Se analizará el vestuario, guión, tiempo (si cambian de tiempo a pasado y presente), personajes los cuales se relacionan con la vida real y las escenas que se relacionan con la farándula y están basadas en hechos reales y de cada uno de estos se hará un conteo conforme a lo que se está viendo.

IV. ENCUESTAS

Sexo

1

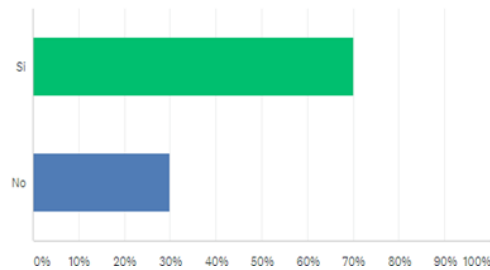
Answered: 50 Skipped: 0



¿Has visto alguna bioserie?

2

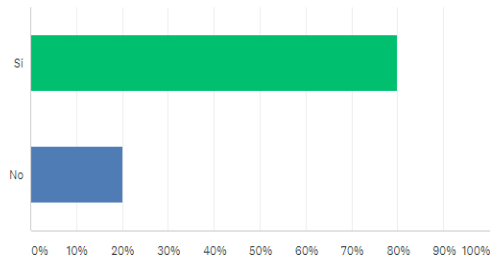
Answered: 50 Skipped: 0



¿Sabes qué son las bioseries?

3

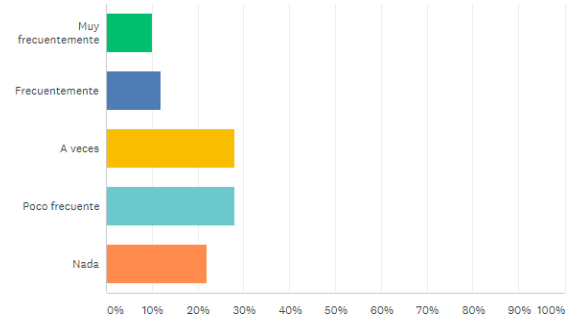
Answered: 50 Skipped: 0



¿Qué tan frecuentemente ves bioseries?

4

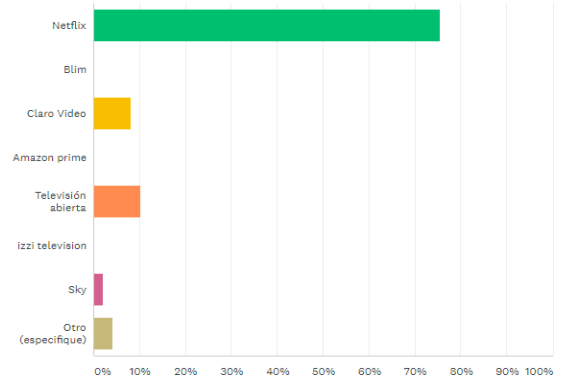
Answered: 50 Skipped: 0



¿En qué medio has visto bioseries?

5

Answered: 49 Skipped: 1



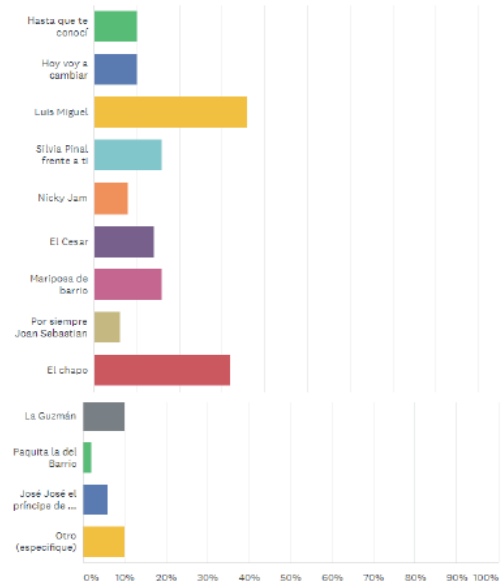
La edad varía, hay encuestados desde 18 hasta 64 años. La edad que más se repite son 20 a 22. Se puede observar que nuestros encuestados que se repiten son más mujeres que hombres. La mayoría sabe y conoce lo que son las bioseries (Grafico 1 y 2)

La frecuencia de los encuestados ven bioseries son a veces y poco frecuentes. La plataforma que más utilizan para verlas es Netflix.

¿Cuál de estas bioseries fue tu preferida?

6

Answered: 50 Skipped: 0



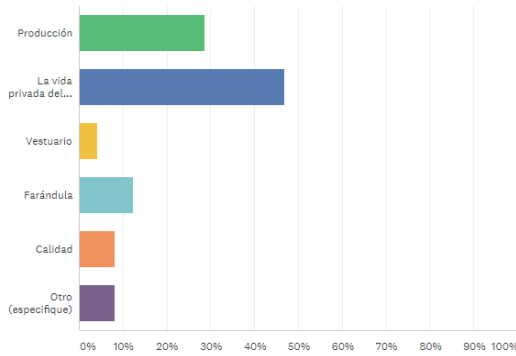
Antes teníamos dos series que a nuestro parecer eran las preferidas y eran Luis Miguel y Silvia Pinal frente a ti. Al realizar la encuesta, dos de las que para nosotras eran las preferidas, solo quedo una y esa fue Luis Miguel y la que cambió fue la de El Chapo.

Hasta que te conocí y la de Paquita la del barrio, fueron las series que menos gustaron a los encuestados.

¿Por qué la/as preferiste?

Answered: 49 Skipped: 1

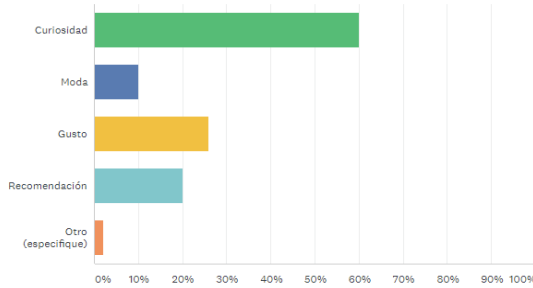
7



¿Por qué viste esta/as series?

Answered: 50 Skipped: 0

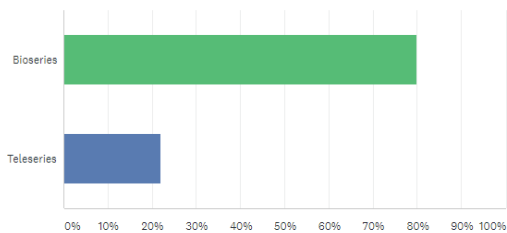
8



¿Qué prefieres?

Answered: 50 Skipped: 0

9



La mayoría de las personas encuestadas prefieren las bioseries y las vieron por la vida privada del artista, la producción (vestuario, guión y el paso de tiempo) y por curiosidad.

V. ANÁLISIS DE CONTENIDO

Se revisó tres bioseries, las cuales dos (Luis Miguel y El Chapo), son las que más vieron los encuestados y la que menos les interesó fue la de Hoy voy a cambiar. Se revisaron estas bioseries, se tomaron dos episodios de cada una, del principio y de la mitad.

Categorías	Producción			Personajes relacionados con la vida real	Escenas de la farándula basados en hechos reales		
	Vestuario	Guión	Tiempo				
Luis Miguel	27	22	20	29	20	118	40%
El Chapo	26	19	17	24	15	101	34%
Hoy voy a cambiar	18	18	10	21	9	77	26%
						296	100%

Se analizó la producción, la cual se tomaron criterios como el vestuario, guión y tiempo, también los personajes que fueron lo más parecido con la realidad, escenas de la farándula, para ver si ponían todas las noticias que se veían en la realidad en la serie. Se revisaron las series con mucho cuidado para ver si era cierto lo que había salido en los resultados de las encuestas, haciendo una comparación de los resultados con un análisis de contenido, para ver si era tan cierto.

VI. CONCLUSIONES

Se comprobó nuestra hipótesis de éxito que ha generado en estos dos años y como la gente le a interesado la vida de los famosos y saber más de sus artistas, ya sea por saber más del chisme que hubo de ese artista y si en la bioserie se cuenta la verdad.

El gusto por las bioseries son las mujeres y no importa que sean de narcos, boxeadores, aun asi las ven de inicio a fin.

REFERENCIAS

- [1] Barrón, L (2009) "La industria de la telenovela mexicana: procesos de comunicación, documentación y comercialización", Madrid, recuperado de <https://eprints.ucm.es/9584/1/T30988.pdf>
- [2] Barrón, L (2007) "La Comercialización de la telenovela mexicana en el extranjero", América Latina, recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/Barron_revisado.pdf
- [3] Calderón, L (2017), "Bioseries al gusto del público", recuperado de <https://www.excelsior.com.mx/funcion/2017/09/03/1185871>.
- [4] Gerson, G.; Morgan, M. y Signorielli, N. (1996) "Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías". Barcelona: Paidós Comunicación.
- [5] Sahuquillo, P. (2007) "Algunas aportaciones teóricas a la influencia de la television en el proceso de socialización de la infancia", Madrid, recuperado de <http://revistas.usal.es/index.php/1130-3743/article/viewFile/3260/3285>
- [6] López, A (2018), "Las bioseries en México convertidas e fenómenos de audiencia", recuperado de <https://www.elsoldelcentro.com.mx/gossip/las-bioseries-en-mexico-convertidas-en-fenomenos-de-audiencia-1833246.html>
- [7] Vallejo, M (2012), "Teoría de La Espiral del Silencio, UDLAP", Recuperado de <http://web.udlap.mx/co21501/nuevas-teoria/>
- [8] Villaseñor, A. (2016), "Sensacional éxito de hasta que te conocí, la vida de Juan Gabriel", recuperado de <https://multipress.com.mx/television/sensacional-exito-de-hasta-que-te-conoci-la-vida-de-juan-gabriel/>
- [9] Moreno, I (2018), "¿Cómo mide Netflix la audiencia de sus series y películas?" recuperado de <https://areajugones.sport.es/2018/06/14/como-mide-netflix-la-audiencia-de-sus-series-y-peliculas/>
- [10] Expansión (2017), "Netflix por fin dará a conocer las cifras de audiencia de sus series originales", recuperado de <https://cnnespanol.cnn.com/2017/10/20/netflix-por-fin-dara-a-conocer-las-cifras-de-audiencia-de-sus-series-originales>