



Undersrtanding Media Production

Autores: Paul Dwyer

Editorial: Routledge

ISBN: 978-1-138-23814-5

Páginas: 231

Reseña de **Minerva Campos Rabadán**

Universidad de Castilla-La Mancha

El recorrido de Paul Dwyer por contenidos propios de diferentes medios audiovisuales es la característica más reseñable de *Understanding Media Production*. A diferencia de otros trabajos centrados en las prácticas cinematográficas, televisivas o las asociadas a nuevas ventanas, su acercamiento al conjunto muestra tanto las sintonías como las especificidades de los modos de producción audiovisual más contemporáneos. Las categorías de medios que establece como punto de partida y los casos de estudio que desarrolla en cada capítulo le permiten cumplir los objetivos que persigue en este libro: conectar teoría y práctica a partir de “una explicación de la producción mediática que conecte análisis micro (estudios de producción / etnografía), meso (estudios de la organización) y macro (industrias / economía)” (p. 201).

Paul Dwyer es miembro del Communication and Media Research Institute (CAMRI), en la Universidad de Westminster, y ha trabajado como productor de diferentes formatos televisivos. Es en esta misma intersección, entre la teoría y la práctica, donde se sitúa *Understanding Media Production*. Ya en la introducción, el autor plantea la manera en que los dos frentes se afectan y contribuyen a la formación de las y los futuros profesionales de la academia y los medios. Esta misma idea recorre los siete capítulos, el primero de los cuales se ocupa, precisamente, de los marcos teóricos de los que bebe su trabajo, entre los *Production Studies* y la Economía. Introduce así propuestas del campo económico altamente operativas para reflexionar sobre la producción audiovisual como la especialización flexible (*flexible specialization*, FS), para presentar la desintegración vertical en este contexto (p. 18-19), la perspectiva TCE (*transaction*

cost economics), para explicar los sistemas y modelos de negocio (p. 14-15) o el ILF (*industry life cycle*), para estudiar las relaciones de los diferentes medios en su coexistencia y coevolución (p. 21).

Este planteamiento justifica también el esquema de los capítulos siguientes, dedicados a la producción de cine, ficciones de estudio, series de televisión, reportajes de actualidad, formatos televisivos y contenidos digitales. En cada uno de los epígrafes, se acerca a la especificidad del contenido y su lenguaje, a las particularidades de su producción, al sistema mediático en que se integra y su tradición y, a medida que avanza en su análisis de conjunto, subraya las conexiones con los demás.

El segundo capítulo está dedicado a la producción de largometrajes de ficción: “Producing Feature Films”. Aquí, Dwyer analiza cómo las decisiones de puesta en escena condicionan la producción en *Pirates of the Caribbean: The Curse of the Black Pearl* (Gore Verbinski, Walt Disney Pictures, 2003). Sigue, a continuación, un esquema que repite en los capítulos sucesivos: hace un análisis sincrónico y diacrónico de la industria (en este caso cinematográfica) y pone en valor los cambios que han ido transformando las dinámicas de producción en este medio. Considera la evolución en el ámbito empresarial, así como las actualizaciones en los perfiles profesionales y tareas específicas. En este capítulo, por ejemplo, señala el cambio radical que la incorporación del guion técnico en la producción y la figura de la o el *script* supusieron para la industria cinematográfica (pp. 56-57).

El tercer capítulo es “Producing Studio Shows”. Dwyer toma como caso de análisis el episodio “The One with the Embryos”, de la cuarta temporada de la serie *Friends* (Kevin Bright, Marta Kauffman, Crane Productions, Warner Brothers Television, 1998), por considerarlo especialmente significativo dentro del formato. Las radicales diferencias con respecto al epígrafe y el caso anteriores (número de cámaras, localizaciones, público en el set), hacen más nítidas las características de cada uno. Al tiempo, conecta las dinámicas de producción a las que obliga el público durante la grabación con las propias de la ficción radiofónica, poniendo en diálogo ambos medios y formatos, lo que supone, como ya se ha dicho, uno de los grandes aciertos del trabajo de Dwyer. El elemento serial también es clave en el capítulo siguiente: “Producing Filmed Series”, donde analiza en detalle el episodio “The Old Gods and the New”, de *Game of Thrones* (HBO, 2012), para centrarse en los tiempos y tareas de preproducción y producción que exigen este tipo de ficciones en oposición a las exploradas en las páginas anteriores.

En “Producing News Reports”, el autor amplía el contexto de estos contenidos hasta el desarrollo de la prensa desde el siglo XIX, lo que permite una amplia reflexión sobre la aceleración en la producción de contenidos y la inmediatez asumida por los redactores y las audiencias en el actual contexto digital. Estudia, en esta ocasión, las piezas dedicadas al #MeToo en *News at Ten* (ITN, 2018) desde los parámetros básicos del relato informativo.

Love Island (ITV2, ITV Studios, 2018) es el caso que toma en el capítulo “Producing TV Formats”. En su recorrido, pone el foco en los programas de *reality* mientras subraya la dificultad en el registro de imágenes y sonidos en este tipo de formatos y la importancia de un diseño de producción que garantice material de calidad y suficiente para construir el relato que más tarde será emitido. En su acercamiento, Dwyer busca antecedentes en programas televisivos de los años 80 y alude a las convenciones morfológicas y sintácticas de otros contenidos audiovisuales en las que se apoyan también estos programas.

El último capítulo, “Producing Digital Contents”, se ocupa de un terreno menos delimitado que los anteriores. Como el propio autor señala en la primera frase, no tiene marcos ni objetos del todo definidos,

aunque se aventura a señalar algunos casos que forman parte de este ecosistema: videojuegos, servicios VOD, redes sociales, música en *streaming* y edición digital (p. 169). Toma para el estudio de caso una pieza que forma parte de los contenidos para redes sociales y, más específicamente, de los generados por usuarios. Así, el eje del capítulo es el *letsplay UNBELIEVABLE GAMEPLAY!!! Uncharted 4 FULL GAME Part 1* (Walkthrough, Playthrough, YouTube, Felix Kjellberg/PewDiePie, 2018). Junto con relacionar este caso con lo expuesto en capítulos anteriores, el trabajo de PewDiePie permite profundizar en las relaciones que surgen entre los agentes del entorno digital en el marco de estas interacciones/apropiaciones y el modo en que los medios y ventanas (aquí YouTube) operan como intermediarios entre las empresas de videojuegos, los jugadores-creadores-*streamers*, los publicistas y sus audiencias. Lo complejo de esta parcela del audiovisual (aún pendiente de estabilizar agentes y dinámicas) obliga a diseñar y probar metodologías específicas. La puesta en práctica por Dwyer para el análisis de este caso, por sincera y práctica, resulta otra de las contribuciones notables del libro.

Como se ha dicho, destacan en *Understanding Media Production* la mirada de conjunto al campo y un marco teórico que bebe de los estudios de producción, la economía y la narrativa audiovisual para identificar y analizar tanto las similitudes como las especificidades de los medios considerados en este libro. Otro de los aportes a subrayar es la metodología empleada en los estudios de caso. Un trabajo que se hace más evidente cuando pone el foco en los contenidos generados por el usuario, para lo que parte de un intercambio con los propios creadores, de nuevo, dando cuenta de las sinergias necesarias y deseables entre la práctica y la teoría en este campo.

Por último, además de paradigmáticos, los casos de estudio desarrollados en cada capítulo son esforzadamente contemporáneos, lo que supone un aliciente más para investigadoras e investigadores, así como para docentes y estudiantes que se enfrenten, desde perspectivas prácticas o teóricas, a la producción audiovisual de una manera desprejuiciada y coherente con la complejidad del campo.

AUTORA:

Minerva Campos Rabadán

Facultad de Comunicación. Universidad de Castilla-La Mancha

Minerva Campos Rabadán es Profesora Ayudante Doctora en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Castilla-La Mancha. Es miembro de los grupos de investigación COMPUBLIC (UCLM) y DeVisiones (Universidad Autónoma de Madrid). Su investigación sobre estrategias de producción alternativa y circulación de contenidos audiovisuales y cinematográficos ha sido publicada en revistas científicas y conferencias internacionales.

minerva.campos@uclm.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-6984-500X>