

Los *Media Production Studies* y la investigación sobre el *showrunner* de series de ficción

María José Higuera-Ruiz
Universidad de Granada

Francisco Javier Gómez-Pérez
Universidad de Granada

José Patricio Pérez-Rufí
Universidad de Málaga

Introducción

-Incremento cualitativo y cuantitativo de la ficción televisiva.

-*Media Production Studies*.

-Investigación sobre producción televisiva, creadores e influencias.

Objetivos

- Exponer las características de los estudios de la producción de los medios: sus antecedentes y evolución.
- Determinar la aplicación teórica y metodológica de los mismos en las investigaciones sobre producción de ficción televisiva contemporánea y la figura del *showrunner*.

Metodología

-Metodología cualitativa: revisión bibliográfica.

1) Nos dirigimos a los estudios de la producción de los medios, su origen y características, en relación con las ideas de las **industrias culturales y creativas** desarrolladas en el contexto alemán de la **Escuela de Frankfurt** y en el ***Centre for Contemporary Cultural Study*** (CCCS) británico.

2) Focalizamos la atención en el **ámbito estadounidense**, incidiendo en la teoría de las **industrias culturales y la economía política de la comunicación**.

3) Analizamos los volúmenes y artículos científicos sobre la producción de los medios publicados en **Estados Unidos desde los años 70 hasta la actualidad**.

Resultados:

A) TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN DE LOS MEDIOS: ORIGEN E INFLUENCIAS.

Resultados:

B) LOS ESTUDIOS DE LA PRODUCCIÓN DE LOS MEDIOS EN ESTADOS UNIDOS:
INDUSTRIAS CULTURALES Y ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN.

Resultados:

C) PRINCIPALES INVESTIGACIONES DE LOS ESTUDIOS DE LA PRODUCCIÓN DE LOS MEDIOS EN ESTADOS UNIDOS

Conclusiones

En nuestras conclusiones dirigimos los resultados obtenidos hacia la figura del *showrunner*, observando la vinculación entre las publicaciones científicas que analizan este perfil y la base teórica de los estudios de la producción de los medios, de manera que se corrobora la permanencia de las estrategias metodológicas aplicadas a la investigación en el sector televisivo.

María José Higuera-Ruiz

mhiguer@ugr.es, Universidad de Granada

Francisco Javier Gómez-Pérez

frangomez@uma.es, Universidad de Granada

José Patricio Pérez-Rufí

patricioperez@uma.es, Universidad de Málaga