

Stranger things: referencias de los años 80 y su impacto en el público

Stranger things: references from the 80s and their impact on the public

Stranger things: referências dos anos 80 e seu impacto no público

María Macarena Parejo⁹⁴, Belén Vázquez López

703

Resumen

Internet ha cambiado la forma de consumir cine y televisión. Con la aparición de plataformas como *Netflix*, series como *Stranger Things* han encandilado al gran público. La intención del trabajo que aquí se expone es analizar las estrategias de los creadores de esta serie para convertirla en un éxito mundial. Para ello, se parte de la hipótesis de que su triunfo se debe a la utilización de referencias que homenajean a la generación de los 80 en todas sus vertientes: cine, música, ropa, objetos. Para poder llevar a cabo este análisis, se ha procedido, primeramente, a realizar un repaso por la evolución sufrida en la forma de ver series. Tras esta contextualización se ha optado por una metodología basada en un análisis de contenido a partir de diferentes unidades de análisis que han ayudado a distinguir todas las referencias que aparecen en la serie en cuanto a las variables mencionadas. Con todo, y a partir de los resultados, ha sido posible observar cómo, efectivamente, el enigma de su fama radica en haber hallado ese punto en común que reside en la memoria de las personas, en su capacidad de vocación de la

⁹⁴ Profesora ayudante doctor. Departamento de Información y Comunicación. Facultad de Ciencias de la Documentación y la Comunicación. Universidad de Extremadura. macarenapc@unex.es

nostalgia, y que hace que los recuerdos florezcan.

Palabras clave

Stranger Things; Netflix; años 80; público.

Abstract

Internet has changed the way of consuming cinema and television. With the appearance of platforms like Netflix, series like Stranger Things have dazzled the general public. The intention of the work presented here is to analyze the strategies of the creators of this series to make it a worldwide success. For this, it is based on the hypothesis that its triumph is due to the use of references that pay tribute to the generation of the 80s in all its aspects: cinema, music, clothes, objects. In order to carry out this analysis, we have first proceeded to carry out a review of the evolution suffered in the way of viewing series. After this contextualization, a methodology based on a content analysis based on different units of analysis has been chosen that have helped to distinguish all the references that appear in the series in terms of the variables mentioned. However, and from the results, it has been possible to observe how, indeed, the enigma of his fame lies in having found that point in common that resides in the memory of people, in their capacity for the vocation of nostalgia, and that Makes memories bloom

Keywords

Stranger Things; Netflix; 80s; audience.

Resumo

A Internet mudou a forma de consumir cinema e televisão. Com o surgimento de plataformas como a Netflix, séries como Stranger Things deslumbraram o público em geral. A intenção do trabalho aqui apresentado é analisar as estratégias dos criadores desta série para torná-la um sucesso mundial. Para isso, parte-se da hipótese de que seu triunfo se deve ao uso de referências que homenageiam a geração dos anos 80 em todos os seus aspectos: cinema, música, roupas, objetos. Para realizar esta análise, procedemos primeiro a uma revisão da evolução sofrida na forma de visualização das séries. Após esta contextualização, optou-se por uma metodologia baseada na análise de conteúdo baseada em diferentes unidades de análise que tem ajudado a distinguir todas as referências que aparecem na série em termos das variáveis mencionadas. Porém, e a partir dos resultados, foi possível perceber como, aliás, o enigma de sua fama está em ter encontrado aquele ponto em comum que reside na memória das pessoas, em sua capacidade de vocação para a saudade, e que faz memórias florescerem

Palavras-chave

Stranger Things; Netflix; 80s; audience.

1 INTRODUCCIÓN

La televisión y el cine dejaron de abarcar el interés de los espectadores ansiosos de distracción cuando la red de redes puso a su disposición páginas que les permitían visualizar el contenido que desearan en cualquier momento. Cuando las plataformas de *streaming* como *HBO* o *Netflix* dieron su pistoletazo de salida, desencadenaron que la televisión por cable fuera un complemento más en muchos hogares. Desde que se puede acceder a estas herramientas, por dispositivos portátiles, los hábitos de consumo se han vuelto cada vez más personalizados y el concepto de audiencia masiva adherida a la pantalla, en un mismo canal, y al mismo tiempo, se asocia ya más al pasado que al presente. Así, plataformas como *Netflix* han encandilado con series como *Stranger Things*. Desde su estreno, en 2016, cada temporada de la serie ha sido un éxito rotundo, pues el sentimiento de nostalgia que gira alrededor de esta producción radica en un sinfín de referencias a los años 80.

E.T o Los Goonies son solo dos ejemplos a los que nos transporta *Stranger Things* en la forma de contar su historia. A pesar de que son muchos los directores y autores que los Hermanos Duffer toman de referencia para crear la serie, son Steven Spielberg y Stephen King sus máximos exponentes.

Pero *Stranger Things* no solo se sustenta con las referencias cinéfilas, pues su genuina banda sonora devuelve directamente al clímax de cualquier superproducción ochentera. Además, para aquellos que no han vivido en esencia aquella época, supone una nueva manera de apreciar esa etapa y de conectar con las nuevas generaciones, ya que un nuevo culto se ha instalado en la actualidad, pues “el pasado está de moda”. Y es que la añoranza del consumo lo demuestra.

El mejor ejemplo es la avalancha *vintage* que se ha apoderado de la sociedad desde hace algún tiempo, que va desde la moda más retro hasta las adaptaciones de clásicos cinematográficos que hoy día adquieren la misma relevancia que entonces, como son *IT* o *Jurassic Park*.

El presente estudio pretende encontrar la sucesión de herramientas y estrategias que han podido ayudar a que la serie se haya convertido en el éxito mundial que es a día de hoy, para así ratificar que hay ciertos elementos concluyentes que han hecho que ciertas empresas se aprovechen de dicho triunfo para el beneficio de su marca.

2 OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Para analizar el impacto de esta serie se ha planteado un objetivo general que pasa por analizar las referencias ochenteras en función del cine, la música y el vestuario, que se han utilizado como estrategia para llevar al éxito a *Stranger Things*.

A partir de este propósito se han delimitado una serie de objetivos específicos como son, por un lado examinar las estrategias que han usado algunas empresas para el beneficio de su marca a raíz del triunfo de la serie y por el otro, averiguar la sensación que ha dejado la serie en los espectadores.

A continuación, se muestran las hipótesis del estudio:

- H.1: *Stranger Things* se ha aferrado a una maniobra para conseguir su éxito: la nostalgia de épocas pasadas.
- H.2: Las referencias a los clásicos del cine de los 80 ha influido en gran medida al triunfo de la serie.

- H.3: La serie ha contribuido a que las marcas vean en las producciones audiovisuales un escaparate para sus productos.
- H.4: La serie ha ayudado a devolver el estilo de la época.
- H.5: Los espectadores reconocen las influencias ochenteras y consideran que han sido clave para alcanzar su notoriedad.

Para llevar a cabo esta investigación, se ha utilizado un modelo de investigación cualitativa, centrado en la recopilación de datos, especialmente a través del análisis de contenido con la confección previa de la herramienta (Figura 1).

Figura 1. Confección herramienta metodológica para el análisis cualitativo

Homenaje al cine ochentero			
	1 temporada	2 Temporada	3 Temporada
Argumento			
Escena			
Homenaje			
Otras ref.			
Guiños musicales			
Título			
Autor			
Año			
Escena			

Fuente: elaboración propia

Berelson (1952:18) sostiene que el análisis de contenido es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”. Para todo ello, primeramente hemos procedido a diferenciar las diversas películas reconocidas como referentes de la serie. Como sustento para poder identificarlas, en este trabajo, se han visionado películas que fueron referentes de esa época y que han servido de refuerzo para esta parte fundamental del trabajo. Entre ellas, cabe destacar: E.T., los Goonies, Tiburón, Pesadilla en Elm Street, Poltergeist, El exorcista, Stand by me, Jurassic Park,

Gremlins o El Resplandor. Esto ha ayudado a demostrar la infinidad de referencias que se han extraído de cada una de ellas para la creación de la serie.

Después, se han analizado diferentes canciones de la época. Dada la ingente cantidad de referencias musicales ha sido preciso acotar el análisis utilizando como criterio la selección de las que fueran más conocidas y representativas de dicha década. De hecho, ha sido preciso utilizar la aplicación *Shazam*, que permite identificar música, y que nos ha ayudado a reconocer algunas canciones.

Para llevar a cabo las fichas, hemos tenido que visionar en varias ocasiones sus tres temporadas, compuesta de la siguiente manera (Figura 2):

Figura 2. División de temporadas por capítulos

TEMPORADA 1	TEMPORADA 2	TEMPORADA 3
8 EPISODIOS	9 EPISODIOS	8 EPISODIOS

Fuente: elaboración propia

Su visionado ha permitido encontrar dichas referencias, y así compararlas con las películas en cuestión. Cada episodio dura entre 45 y 55 minutos y el análisis que se ha elaborado nos ha llevado a dedicar una hora y 30 minutos aproximadamente al visionado de cada capítulo. Además, en la fase final de esta investigación también han sido utilizados métodos cuantitativos, con la elaboración de un cuestionario que se compone de diferentes preguntas para determinar si verdaderamente se considera legítimo el objetivo principal de nuestro estudio y para verificar el impacto que ha tenido la serie en los espectadores. El cuestionario fue elaborado partiendo de una muestra de al menos 50 personas, de las cuales solo 13 habían visto por completo la serie y se consideraban fanáticos o seguidores de la misma. También hemos analizado las referencias de los 80 que enunciamos en los objetivos y que

forman parte de ese primer análisis de contenido.

3 RESULTADOS

3.1 Estrategias del éxito: Influencias de los 80 en la serie.

En el marco de la televisión, *Stranger Things* se ha convertido en “oro puro” para *Netflix*, además de para sus creadores y elenco. Los Hermanos Duffer han sabido combinar las aventuras, la fantasía y el terror sobrenatural y así ir ganando adeptos desde que *Netflix* estrenara su primera temporada. Sin duda, la referencia a la década de los 80 ha sido su gran baza, apelando a la nostalgia de todos los que fueron niños en aquellos años.

A pesar de no ser algo destacado, la forma de montaje y filmación de la serie recuerda, de una manera emotiva, a aquellas películas míticas ochenteras. Es posible que su ambientación haga que esta apreciación se incremente, pues los Duffer han sabido plasmar aquel espíritu de la infancia que, a veces, es tan necesario revivir, haciéndonos volver a nuestra niñez a través de un pequeño pueblo que nos recuerda a aquella forma que teníamos de divertirnos.

El estilo de vida y la cultura de aquella época sirven como característica para unir al espectador con la serie, y para que se sientan identificados con los personajes, y con lo que un día fueron.

Todos estos guiños hacia esta época se van reflejando desde el primer momento, desde esa primera escena en la que los niños juegan al mítico “*Dragones y Mazmorras*”, pasando por sus paseos en bici o el uso de *walkie-talkies* y terminando por las famosas máquinas *Arcade*.

Posicionar las tramas en épocas pasadas ha sido algo completamente habitual

en el cine desde siempre, pero no era algo muy usado en series de televisión. Pero poco a poco, esta inclinación se ha ido convirtiendo en algo más común. Algunos ejemplos de series más actuales podrían ser *The Americans* o *American Crime Story*, ambas ambientadas en los 80. Pero *Stranger Things*, da un paso más y recurre a la melancolía de toda una generación. Nos acerca al inicio de los 80 de la misma forma en la que se mostraba esa década en la televisión de entonces; imitando su lenguaje, sus argumentos, sus técnicas e incluso sus restricciones y costumbres.

El éxito de esta ficción ha servido para poner de moda los años 80. Pero, ¿cuáles han sido las claves que han hecho de la serie un fenómeno televisivo?

3.1.1 Homenaje al cine ochentero

Los Duffer crearon *Stranger Things* para que fuera, en parte, una carta de amor al cine de aventuras, terror y ciencia ficción de aquella época. Es más, es un producto que no se concebiría sin estos referentes y que ha logrado convocar a todo tipo de público, desde los nacidos en aquella época, hasta los *millenials* y adolescentes actuales.

Por eso, es incuestionable que la preferencia por esta época está volviendo a brotar con series como la que concierne el objeto de nuestro estudio. Y no nos referimos solamente a los tupés o a los calentadores, sino a reintegrar en la televisión y el cine ficciones con esa esencia a historias de monstruos y aventuras que fue el centro de la mayoría de las películas hace prácticamente cuatro décadas.

Los Hermanos han sabido recrear las referencias de los clásicos de los 80 al más puro estilo “Super 8”: el grupo de niños en bicicleta en busca de alguna

aventura, una localidad pequeña en la que nunca ha pasado nada extraordinario, un monstruo que combatir, el patrón de instituto americano en el que no podían faltar los populares, los *frikis*, los perdedores o el arraigado *bullying*, una niña misteriosa, el malvado doctor... Cogiendo el legado de Steven Spielberg, John Carpenter o Ridley Scott, la serie ha supuesto el mejor ejemplo de esta añoranza ochentera.

Durante sus ocho o nueve capítulos por temporada, las alusiones de éxitos como *El Resplandor*, *Gremlins* o *Tiburón* con guiños directos a la figura del Demogorgon y su devoción por la sangre, son indiscutibles; niñas con poderes sometidas a pruebas en un laboratorio como en *Firestarter*, presencia de un monstruo cual *Alien*, o la posesión de un niño al más puro estilo del *Exorcista*... Incluso escenas prácticamente calcadas de clásicos referentes de la época como *E.T.*, como cuando Once se disfrazó de fantasma en *Halloween* o como vistieron a *E.T.* con un vestido rosa y una peluca rubia al igual que ha Once para que pasase desapercibida y donde las semejanzas entre este personaje y Once se reflejan de manera muy clara desde el inicio de la serie (personaje extraño, misterioso y con poderes). La referencia a *Los Goonies* también está presente con un argumento semejante y la forma de reflejar en pantalla los diferentes caracteres de sus protagonistas (Figura 3 a 7).

Figura 3. Referencia El Resplandor



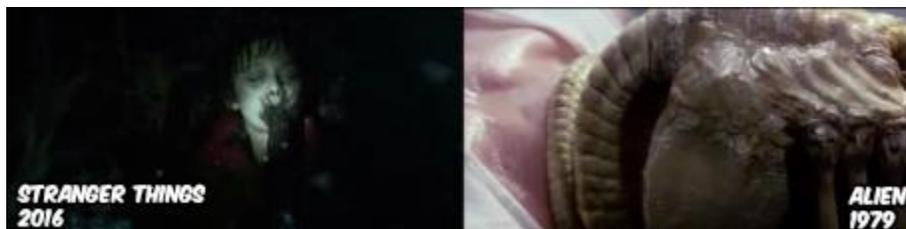
Fuente: Youtube (2016)/ Edición: elaboración propia.

Figura 4. Referencia Firestarter



Fuente: Youtube (2016)/edición: elaboración propia.

Figura 5. Referencia Alien



Fuente: Youtube (2016)/ Edición: elaboración propia.

Figura 6. Referencia ET



Fuente: Youtube (2017)/ Edición: elaboración propia.

Figura 7. Referencia ET 4



Fuente: Youtube (2016) / Edición: elaboración propia.

Poniendo en perspectiva el argumento, podemos destacar Encuentros en la Tercera Fase y Poltergeist, pues ambas producciones van de unos niños que desaparecen en otras dimensiones, se comunican a través de objetos, y sus padres llegan a extremos de casi enloquecerse por demostrar que sus hijos no han desaparecido del todo.

Cabe recordar, que a principios de esta época, justo en los años en los que se sitúa la trama, los niños veían Los Cazafantasmas (Figura 8), los adolescentes estaban pegados a la pantalla con el miedo de Freddy Krueger fascinados con su repentina aparición de detrás de las paredes (Figura 9) y los adultos se quedaban

fascinados con La Cosa. La música de sintetizador, las cámaras Polaroid y Winona Ryder se hicieron latentes entonces e igualmente ahora gracias a esta superproducción.

Figura 8. Referencia Ghostbusters



Fuente: Youtube (2016)/ Edición: elaboración propia.

Figura 9. Referencia Pesadilla en Elm Street.



Fuente: Youtube (2006)/ edición: elaboración propia

Pero también es innegable que la firma de Stephen King está presente a lo largo de toda la serie. Del formidable escritor de libros de terror han exprimido bastante, y algunas de sus novelas están más que escenificadas en sus tres temporadas. Como no, It es ese talismán de los 80 con el que *Stranger Things* conserva más de una semejanza: grupo de niños valientes que viven en un pueblo ficticio y pequeño (Derry/Hawkins), aparición de un monstruo

(Pennywise/Demogorgon) o el cambio de la niñez a la adolescencia. También cabe recordar su obra *El Cuerpo*, nombre que comparte el cuarto episodio de la serie y que se adaptó al cine con el título *Stand By Me* (Cuenta conmigo). Las escenas de las vías del tren abandonadas (Figura 10 y 11) por donde pasean en varias ocasiones los protagonistas son un claro tributo a esta obra.

Figura 10. Referencia Stand by me



Fuente: Youtube (2016)/ Edición: elaboración propia.

Figura 11. Referencia Stand by me 2



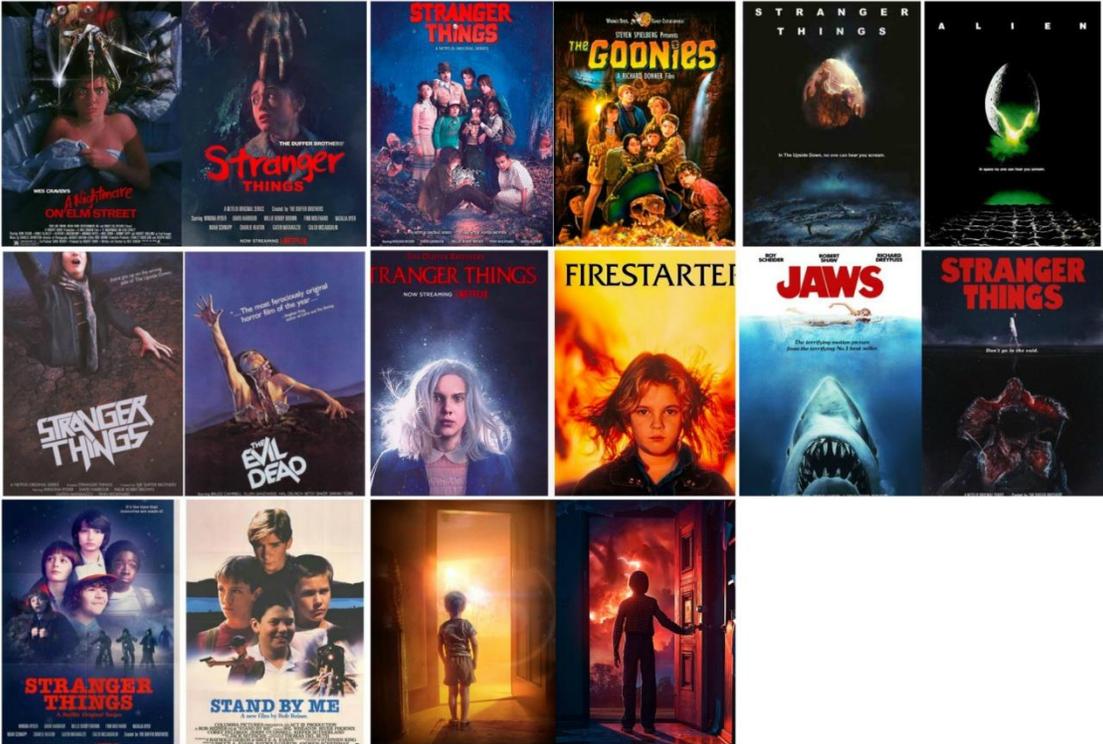
Fuente: Youtube (2017)/ Edición: elaboración propia.

“Stranger Things no oculta que su ADN está marcado por Stephen King. Desde su manera de contar, a la fuente de letra de los títulos de crédito, todo es un claro homenaje a este famoso escritor” (Adams, 2017: 40)

J.R.R Tolkien y su libro *El Señor de los Anillos* ha estado presente de manera protagonista en toda la primera temporada con sus grandes referencias, la mención del “Bosque Negro” donde dicen se perdió Will o “Radagast” como contraseña para el castillo Byers sólo son algunos ejemplos de ello.

Por lo tanto, podemos confirmar que *Stranger Things* no sería lo que es si no fuera un homenaje absoluto a dichos clásicos del género. Incluso *Netflix* quiso rendirle tributo a todas estas películas y creó con cada estreno de temporada, una galería de posters (Figura 12) de la serie haciendo referencia a las películas a las que alude.

Figura 12. Galería de Posters promocionales.



Fuente: elaboración propia.

Si bien las anteriores referencias son obvias a lo largo de todas las temporadas, son muchos más los clichés ocultos detrás de esta producción y que por su larga extensión resulta casi imposible mencionarlos todos.

3.1.2 Guños musicales.

Desde los inicios del cine, la música ha jugado un papel muy importante dentro de las producciones. Incluso, antes de la llegada del cine con diálogos, la música

fue la herramienta más influyente y necesaria para ayudar a la narrativa. Herrmann (1996: 11) señala: “La música debe suplantar lo que los actores no alcanzan a decir, puede dar a entender sus sentimientos, y debe aportar lo que las palabras no son capaces de expresar”. La calidad de una película, o en este caso serie, puede variar en función de la música escogida, y es que la sonorización es una herramienta fundamental para la ambientación de determinadas escenas.

La repercusión de la música de la década de los 80 puede resultar para algunos un tanto trivial. Pero fue en esta época cuando vivimos el nacimiento de las *boy-band*, las princesas del Pop, el *hip hop*, el *heavy metal*, o la unión de la música en español con el mundo anglo. Gracias a *Stranger Things*, podemos revivir esta riqueza musical. Ya que la serie se ha convertido en un paseo por la banda sonora de nuestras vidas.

Dejando a un lado la detallada producción, la importancia del guión y las actuaciones destacadas, la notoriedad de la serie va unida, sin lugar a dudas, a una ambientación que nos transporta directamente a los años 80, no solo por la corriente retro de la música de sintetizador que evoca a las películas ochenteras, sino más bien por las canciones míticas que integra. “Según cifras de Spotify, desde el lanzamiento de la serie el 15 de julio de 2016, los oyentes han pasado más de 17 millones de horas escuchando una y otra vez la música relacionada con *Stranger Things*. Existen más de 3.500 playlists con el nombre *The Upside Down*” (Sandoval, 2019). Ya con la composición original de la serie nos hacemos una idea de la calidad musical de la que hacen gala los Hermanos Duffer, pues fue realizada por la banda norteamericana *Survive*. Pero aunque el protagonismo se lo lleve este grupo,

existen una infinidad de homenajes a lo largo de las tres temporadas. *Should I Stay Or Should I Go* de The Clash fue quizás la canción más representativa de la primera temporada. Con vital importancia para la trama y que se escucha por primera vez cuando Jonathan recuerda momentos con su hermano al enterarse de su desaparición. Además, tiene el número uno de reproducciones en la *playlist* de *Stranger Things* en *Spotify*. *I Melt With You* de Modern English, es uno de los más significativos ejemplos de la música Punk y que tampoco han querido dejar pasar los creadores para introducirlo en uno de sus capítulos como fondo para la diversión adolescente. Incluso *When it's cold I'd like to die* de Moby ha sido perfectamente utilizada a pesar de no concordar el año de lanzamiento con la época en la que transcurre la temporada.

The Police, Madonna o Cyndi Lauper son solo otros ejemplos de artistas que suenan a lo largo de las tres temporadas y que evidencian el exquisito gusto musical de sus creadores.

“Nocturnal me (Echo&The Bunnymen, 1984)” no acompaña ninguna escena en concreto, sino que entra tras la última secuencia del quinto episodio, con Nancy atrapada en el mundo del revés y Jonathan llamándola a gritos en la nocturnidad del bosque, es la transición a créditos más impactante de toda la primera temporada”. (Pallás y Pérez Ladaga, 2018: 75)

Hay que destacar que ninguna otra canción tiene tanto peso dramático en la tercera temporada ni, a mi parecer, en ninguna otra, como *Never Ending Story* de la película *La Historia Interminable* interpretada por los propios actores Gaten Matarazzo y Gabriella Pizzolo, y que forma parte de una escena clave para la

resolución de la trama, perfectamente integrada para contrarrestar la presión del momento y crear ese ambiente tan divertido y necesario.

3.1.3 Un imán para las marcas.

Al margen de que la moda sea un fenómeno cíclico, lo cierto es que cuando pensábamos como nos vestíamos en los años 80 se nos viene a la cabeza color, tachuelas, hombreras o cardados... Fue la época de la transgresión. Los estilismos de las series han alcanzado una importancia sorprendente. El prestigio de plataformas como *Netflix* ha transformado el sector de la moda.

El marketing emocional apuesta por componentes que evocan nuestra nostalgia, y no es algo innovador en el universo del comercio y la comunicación, pues los negocios reanudan antiguos patrones de su género continuamente cuando han tenido mucho éxito. Lo que hacen es que vuelven a ponerlo a disposición del consumidor, quizás con algunos matices para diferenciarlo de la vez anterior, para que así vuelva a lograr un nuevo valor comercial. Esta peripecia se muestra realmente tentadora para las dos partes: para el cliente que estima ese deseo del ayer que les hace evocar otros tiempos, con suerte mejores, con melancolía; y para las empresas, que le permite exponer de nuevo sus artículos estrella, sin necesidad de afrontar gastos excesivos.

Kim Wilcox y Kimberly Adams han sido las responsables de seleccionar el vestuario para *Stranger Things*. La mayor parte de la ropa que aparece en la serie es original de la época, aunque también se tuvo que confeccionar algunas prendas basándose en algunas películas como *Gremlins*, *Cazafantasmas* o *Los Goonies*, así como en fotografías o anuncios de aquel periodo.

Entre las prendas clave que aparecen en la serie, encontramos pantalones y chaquetas vaqueras, camisas de cuadro tipo leñador, petos y monos de pana, chaquetas de cuero, calcetines altos, zapatillas blancas, jerséis de lana, gorras, leotardos tonos pastel, minifaldas con botones o polos de franela. Esta perfecta recreación del vestuario es una de las claves perfectas del éxito de *Stranger Things*, ya que nos transporta directamente a los 80 y crea ese vínculo entre nostalgia y anhelo para aquellos que vivieron aquella etapa.

Pero no solo de la moda se ha nutrido la serie, hay una larga lista de empresas entre bebida, comida y ropa que han tomado partido del éxito de este fenómeno ambientando las aventuras de sus protagonistas. De entre todas ellas, son dos las que se llevan la palma: Coca-Cola y Levi's. Ambas marcas son características de la imagen de la época. Es por eso que los Hermanos Duffer han querido rendirle culto haciéndoles participes fundamentales del attrezzo de la serie. Pero no son las únicas. Son muchas las marcas que han lanzado ediciones limitadas para homenajear a la serie y a la época en cuestión. H&M sacó a la venta tras la temporada 3 una colección de ropa y accesorios de baño (bañadores, chanclas, camisetas, viseras o gafas de sol) inspirados en la serie.

De igual manera lo ha hecho Pull&Bear, ya son dos los años consecutivos que ha sacado una edición limitada de la serie tras los estrenos de sus dos últimas temporadas con jerséis, sudaderas, camisetas o chaquetas con ilustraciones de *Stranger Things*.

La potente firma de lujo Louis Vuitton, sorprendió durante su desfile en París en 2018 de la temporada primavera-verano con una camiseta dedicada a la serie

con la imagen de sus protagonistas.

Incluso marcas de juguetes tan características como LEGO, han sabido sacarle partido a este fenómeno. Tras el estreno de su primera temporada, lanzaron un set de lujo con piezas que recreaban el Mundo del Revés y la casa de los Byers, escenario principal de la primera entrega.

Burger King, por su parte, lanzó un menú limitado llamado “Upside Down”.

Pero existen marcas que no han necesitado recurrir a los esquemas de la serie para aprovecharse del éxito de la misma. Pues los Hermanos Duffer han hecho de muchas de ellas su seña de identidad:

- Eggo: la marca de *Waffles* congelados es la comida favorita de Once.
- Cheetos: Keith, el responsable de la sala de juegos que aparece en la segunda temporada no para de comer estos *snacks*.
- KFC: Esta cadena de comida rápida hace su aparición durante la cena entre los padres de Barb y Nancy y Steve en el primer capítulo de la segunda temporada.
- Oreo: Aparecen en un anuncio cuando Once está viendo la televisión.

Ha sido evidente que la estrategia de *marketing* le ha funcionado a las empresas y se ha podido observar una evolución de las marcas colaboradoras en función de las temporadas.

Impacto en el público.

Netflix ha transformado la televisión de muchas formas, pero principalmente, en su determinación de colocar a disposición del público las temporadas completas de las series en lugar de un capítulo por semana, que era a lo que solíamos estar acostumbrados.

La ficción televisiva está en pleno boom, ahora puedes dedicarle a las series las horas que quieras o que puedas. En el año 2017, un estudio de Deloitte calculó

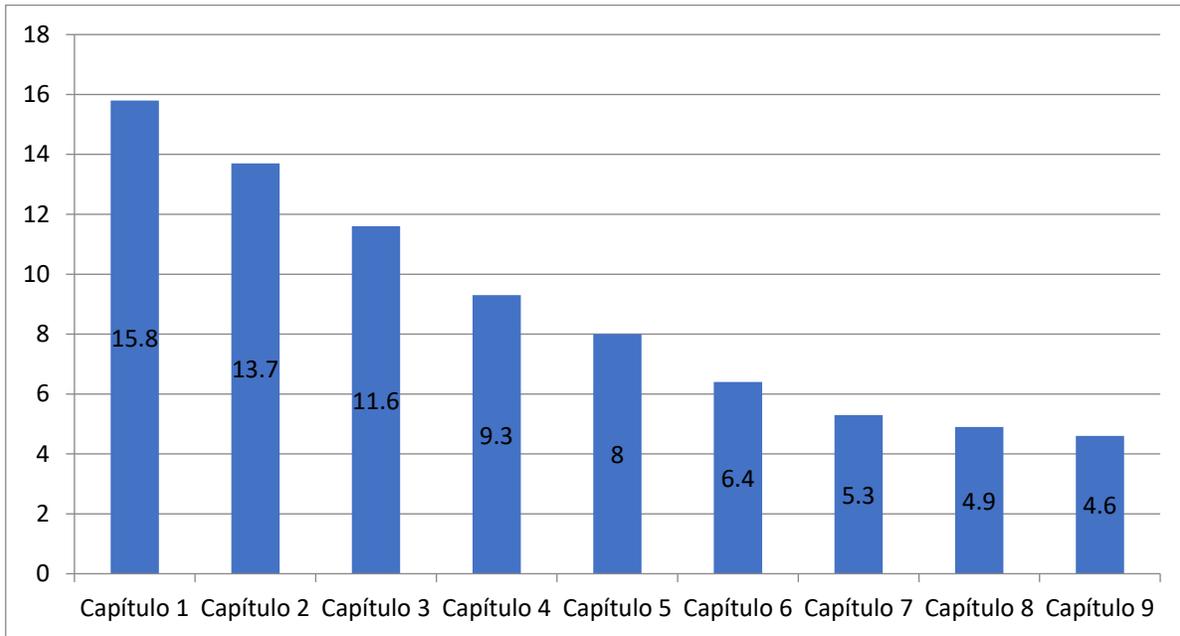
que el 70% de los clientes de *Netflix* en EE.UU llevaba a cabo maratones de series y que la media eran cinco capítulos cada vez.

Cuando *Stranger Things* se estrenó por primera vez, un 15 de Julio de 2016, la plataforma contaba en ese momento con éxitos como la recién estrenada cuarta temporada de *Orange is the New Black*, unos meses antes también la cuarta temporada de la famosísima *House of Cards*, la segunda de *Daredevil* o el esperado estreno del *remake* de *Padres Forzosos*, *Madres forzosas*, con los personajes originales de la serie y que se convirtió en el estreno más esperado de ese año.

Tan solo un mes después del estreno de la primera temporada, *Stranger Things* ya se había convertido en la tercera serie más vista de ese año.

A raíz del estreno de la segunda temporada se hizo más notable el éxito tan rotundo que había generado la serie. Pues los datos se multiplicaron en comparación con el estreno de la primera. En su primer fin de semana, el primer capítulo de la serie fue visto por 15,8 millones de espectadores. De esos, ocho millones vieron como mínimo hasta el capítulo cinco. Y un total de 4,6 millones vieron la serie completa en tan sólo un fin de semana. (Figura 13).

Figura13. Audiencia temporada 2 en sus primeros tres días.

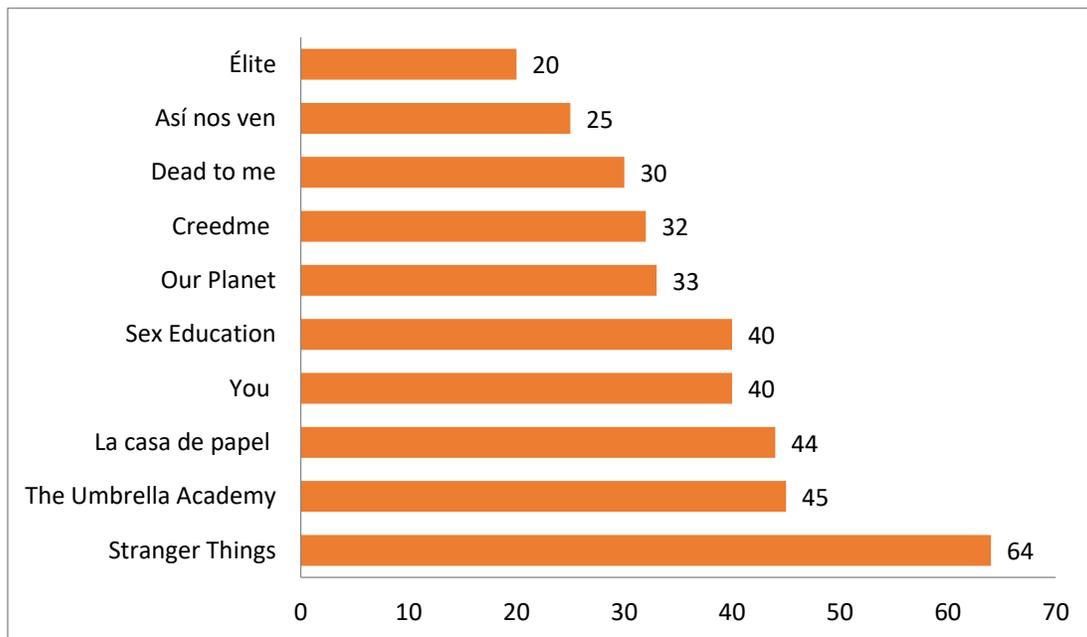


Fuente: Watson, A. (2019).

“Para poner un poquito de perspectiva al asunto, se puede comparar con el estreno de la octava temporada de *The Walking Dead*, la serie más vista del cable y con más público joven de la televisión americana. Tuvo 11,4 millones en su primer pase y en los tres primeros días obtuvo una audiencia acumulada de 15 millones”. (Pere Sola, G. 2017)

Pero la verdadera revolución ha sido con la llegada de la tercera temporada, que ha batido records de audiencia en la plataforma. Pues nada más y nada menos que 64 millones de espectadores vieron esta última temporada dentro del primer mes de su estreno, convirtiéndose en la serie que mejor ha funcionado en un intervalo más corto de tiempo. (Figura 14)

Figura 14. Audiencia de las series más vistas de Netflix



Fuente: Alonso, B. (2019)

“En base a 2500 encuestados en EE.UU, un 13% de ex clientes de la plataforma tenían pensado volver a ella para ver la tercera temporada, mientras que un 5% de los que nunca han tenido suscripción pensaban hacérsela y un 51% de quienes ya eran usuarios de Netflix aseguraban que tenían pensado ver los nuevos episodios” (Onieva, A. 2019. Estudio realizado por la firma Cowen & Co)

Esta es la gran baza de las plataformas de *streaming*, que a través de sus producciones los clientes que se han ido decidan volver, que los que nunca se han inscrito se lancen a hacerlo y que los que ya están, se mantengan. Con *Stranger Things*, Netflix consigue su objetivo con creces.

3.2.1 Sensación de los telespectadores sobre la serie (cuestionario).

Hemos elaborado un cuestionario para resolver desde un punto de vista imparcial, a través de la opinión de diferentes personas, si son legítimos los diferentes objetivos que planteábamos al principio del presente estudio. Para ello, diferentes personas, hombres y mujeres de entre 20 y 60 años y seguidores de *Stranger Things*, han respondido de manera personal las preguntas y cuestiones

relativas a la serie.

A continuación, detallamos una por una todas las preguntas planteadas y sus correspondientes respuestas en forma de gráfico porcentual.

Figura 15. Cuestion 1. Formulario Stranger Things



Fuente: elaboración propia

En base a los resultados de audiencia que ha tenido la serie en todas sus temporadas, no se hacía difícil prever que el acogimiento de los espectadores respecto a ella iba a ser favorable. Y el planteamiento de esta pregunta lo demuestra la Figura 15. El 83,4% de las personas que respondieron la encuesta han utilizado los dos indicativos más altos para señalar su gusto por la serie. Del mismo modo se puede atribuir esta conclusión al resultado de la siguiente cuestión. Es muy posible que los Duffer incluyeran las referencias de los 80 para que fueran reconocidas, pues toda la serie es un autentico homenaje al cine de esta época. Y lo cierto, es que la estrategia les ha funcionado porque a casi el 70% de nuestros encuestados

nos les resulta difícil encontrar casi todas. Pero la cuestión primordial es, ¿les ha servido esta maniobra para instaurar precisamente lo que querían conseguir? Y creo que la respuesta se centra en el foco principal de todo este estudio: la nostalgia. Partiendo de este cuestionario, lo habrían conseguido, pues solo un 15,4% de los encuestados afirmarían que no la han sentido.

Además, un 76,9% considera que parte del triunfo de la serie es gracias a los guiños de los 80 (Figura 22). Y esto demuestra, en gran parte, una de nuestras hipótesis principales en la que sugeríamos que el éxito de la serie estaba atribuido a todas estas referencias.

Como complemento a la nostalgia cinéfila, sus directores quisieron traernos al recuerdo el mundo musical de aquellos tiempos para reforzar dicha añoranza. Y aunque pase más desapercibido, cada capítulo está compuesto por innumerables canciones disfrazadas de homenaje en todos y a todos los sentidos.

Por el resultado, podemos afirmar que la ambientación está perfectamente integrada para hacer lo que se pretendía; que la gente se adentre en la atmósfera que se vivía en aquella época.

La siguiente cuestión nos va a permitir comprobar si la táctica de las empresas para integrar sus marcas en las series, en este caso en *Stranger Things*, funciona.

Como podemos comprobar, algunas de las marcas incluidas en los diferentes capítulos a lo largo de toda la serie, son perfectamente reconocidas por los espectadores. Así lo demuestra el siguiente gráfico realizado por nuestros encuestados, donde despuntan las dos marcas que más han invertido en publicidad en la serie.

Como último tema, planteábamos la posibilidad de que la serie hubiera podido contribuir a que renaciera de nuevo aquel típico estilo ochentero. Y la resolución, como podemos comprobar, ha quedado de manera ambigua. Pues a pesar, de que solo un 7,70% considera que no, el restante sigue sin tenerlo del todo claro.

4 CONCLUSIONES

Una vez que hemos elaborado el presente estudio podemos corroborar que *Stranger Things* es un ejercicio de añoranza generalizada y el enigma de su fama radica por consiguiente en haber hallado ese punto en común que reside en la memoria de las personas y que hace que los recuerdos florezcan. La serie ha hecho que el público pueda rememorar este tiempo pasado a través de la televisión. Lo interesante del fenómeno es que ese recuerdo está construido a través de experiencias audiovisuales. Es por ello que la serie no es un retorno melancólico de los años 80, es un regreso a como el cine representó esa época y el tipo de historias que entonces se contaban.

Por tanto, podríamos dar por válida la primera de las hipótesis que nos planteábamos al inicio del trabajo al afirmar que la serie se ha aferrado al uso melancólico de los años 80 para que la producción triunfe. Gracias a las respuestas conseguidas a través del cuestionario podemos afirmar que dicha melancolía ha sido percibida por los espectadores, pero sin los resultados obtenidos en nuestra búsqueda de las referencias ochenteras con las correspondientes imágenes que las apoyan, no hubiéramos podido comprobar los innumerables guiños de esta época que existen desde el primer episodio hasta el último.

Otra de las peculiaridades más llamativas de la nostalgia es que no es

necesario haber vivido el pasado de primera mano para añorarlo. Es una época que puede ser reproducida. Es más, los Duffer, nacieron un año más tarde del transcurso de la primera temporada de la serie. Y es muy probable que la mayoría de los espectadores no existieran en esa década y sin embargo, identifican sin esfuerzo muchas de sus referencias al cine de terror o ciencia ficción. Y que gracias al cuestionario que hemos elaborado podemos confirmar que son muchos los homenajes que han sido reconocidos por los espectadores.

La serie de los Hermanos Duffer es fielmente lo que procura ser, una recopilación de películas de Spielberg y de su productora *Amblin* sobre seres extraños, fenómenos paranormales, encuentros en terceras fases o monstruos malignos. Es el vivo retrato de una pandilla de niños ensimismados por *El señor de los anillos*, que danzan por el pueblo en las míticas bicicletas BMX y que conversan a través de *Walkies*. Que se ven involucrados en una aventura cuál auténticos *Goonies* que parece salida de un juego de mesa. En un sitio en el que nunca pasa nada. Hasta que pasa.

Como plato principal tenemos todo lo que cultivamos en los legendarios videoclubs sobre la sociedad norteamericana de los años 80: pandilla de pringados, chica empollona enamorada del popular del instituto, amiga *nerds*, amigos idiotas del chico popular, las calamidades típicas de las familias de clase media. De guarnición, la cantidad de paradigmas dignos de Stephen King: niña con poderes, monstruo devorador de personas o pandillas de niños en busca de problemas. Para el postre, una sucesión de clichés herederos de películas al más puro estilo Carpenter, Dante, Cameron o Kubrick. Consecuencia: un coctel de morriña

asegurada.

Por eso, no nos equivocamos cuando aseguramos nuestra segunda hipótesis. La influencia de estas películas ha influido, es más, diría que han sido clave, para el éxito de esta serie. Y así lo demuestra otra de las preguntas planteadas en nuestro formulario y que además, hemos podido evidenciar a lo largo de todo el estudio.

Respecto a la tercera de las hipótesis, vamos a partir de que el marketing emocional es básico para instaurar un valor diferencial sobre la competencia. Se ha transformado en una estrategia de perspicacia, porque en muchas ocasiones vende más las impresiones y la memoria que el producto en sí.

Robinette y Brand (2001: 19) exponían que: “El marketing emocional: es la búsqueda en el ámbito de toda la empresa de una conexión sostenible que haga que los clientes se sientan tan valorados y bien cuidados que se desviarán de su camino para ser leales”.

En nuestra investigación hemos podido comprobar lo significativo que es evocar esa sensación de nostalgia en los consumidores para adquirir su fidelidad. Con *Stranger Things* han conseguido el elixir de la eterna juventud, pues su éxito lleva mucho de marketing y como hemos visto, ha influido y ha revitalizado marcas, modas y valores, haciendo que los 80 vuelvan.

Muchas marcas han rescatado sus logos y envases originales o su publicidad de aquella época y han lanzado ediciones limitadas. Ahora se vuelven a encontrar *Bollicao* o *Phoskitos* en los supermercados. Las marcas como *Fila* o *New Balance* han resurgido de una manera bestial y otras como *H&M* o *Pull&Bear* ponen su foco

en la serie y se agarran a este tipo de marketing para promocionar sus productos.

Además, hemos podido evidenciar, con otra pregunta de nuestro formulario, que la estrategia de incorporar marcas en diferentes capítulos de producciones audiovisuales funciona, pues muchas son fácilmente reconocidas por los espectadores.

También planteábamos la posibilidad de que la serie hubiera influido en que el estilo de la época volviera a resurgir. Y lo cierto es que la moda de de los 80 ha revivido, pero no podemos evidenciar que haya sido gracias a *Stranger Things*.

Las marcas de moda sí han aprovechado el tirón de la serie para sacar las colecciones dedicadas a esta producción de *Netflix*, pero más enfocadas a reproducir imágenes de los personajes en sus prendas que ha recrear la vestimenta de sus protagonistas en sí. Por tanto, podemos atribuir a que el terciopelo, las mangas abullonadas o las telas metalizadas está más bien achacado al modo de resurgir del pasado en forma de tendencia *vintage*, tal y como hablábamos del fenómeno cíclico que surge en la moda cada cierto tiempo; pero no directamente al triunfo de la serie.

Como conclusión principal podemos afirmar que se han alcanzado los objetivos planteados. Y no nos sorprende que *Stranger Things* sea una producción con tanta transcendencia, porque, tal y como hemos visto a lo largo de todo el trabajo, fusiona todo lo que nos apasiona de la década de los 80.

Si bien es cierto que el cine, la música, la ropa, o simplemente la forma que tenía la gente de vivir nos ha trasladado directamente a esta época, y esto ha provocado que el eje fundamental de su éxito haya sido recurrir a esta técnica; no

podemos olvidar, que la forma de promoción de la serie y el *Merchandising* ha ayudado en gran medida al empujón mediático que necesita cualquier producción audiovisual para darse a conocer en primera instancia.

Referencias

- Adams, G. (2017). *Apuntes sobre el mundo del revés. Una guía no oficial de Stranger Things*. Barcelona: Penguin Ramdon House
- Alonso, B. (2019): *Audiencias de las series más vistas de Netflix entre Octubre 2018 a Septiembre 2019 en millones de espectadores*. The New York Time. 18 de Octubre. Extraído de: <https://www.elle.com/es/living/ocio-cultura/a29511379/netflix-series-peliculas-mas-vistas/>
- Berelson, B. y Laszarfeld, P.F (1948). *The analysis in Communications Content*. University of Chicago and Columbia University.
- Herrmann, B (1996). *The Film Scores*, Sony 1996, cit. En Xalabarder, C.: *Enciclopedia de las bandas sonoras*. Barcelona: Ediciones B.
- Mcintyre, G. (2019). *Stranger Things: Mundo del revés. La guía oficial*. Barcelona: Penguin Ramdon House
- Onieva, A. (2019): *El gran éxito de Stranger Things es reconquistar a quienes abandonaron Netflix*. 11 de Julio. Extraído de: <https://fuera series.com/stranger-things-exito-netflix-suscriptores-f51b3b264718>
- Pallás, M. y Pérez Ladaga, E. (2018). *A través de Stranger Things*. Columbia: GreadBookPrices
- Pere Solá, G. (2017): *Stranger Things 2: Más de cuatro millones vieron la temporada en un fin de semana*. 3 de Noviembre. Extraído de: <https://www.lavanguardia.com/series/20171103/432566435271/stranger-things-2-audiencia.html>
- Robinette, S., Brand, C., Lenz, V. (2001). *Marketing emocional: el método Hallmark para ganar clientes para toda la vida*. Barcelona: Gestión 2000.
- Sandoval, J. (2019): *Usuarios de Spotify están obsesionados con la música de Stranger Things*. 1 de Julio. Extraído de: <https://los40.cl/2019/usuarios-de-spotify-estan-obsesionados-con-la-musica-de-stranger-things-28234.html>
- Watson, A. (2019): *Audiencia de Stranger Things Temporada 2 en los primeros tres días de lanzamiento en EE.UU en Octubre 2017 por episodio en millones*. 22 de Julio. Statista.