



**STRANGER THINGS, LA
SERIE:**

**ESTRATEGIA DE ÉXITO E
IMPACTO EN LA SOCIEDAD
DE CONSUMO ACTUAL**



**STRANGER THINGS, LA SERIE:
ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL**

**STRANGER THINGS, LA SERIE:
ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL**



TRABAJO FIN DE GRADO

Publicidad y RR.PP.

2017-2018



Autor:

Ana Granada Fernández Pascual

Tutor:

María del Mar Ramírez Alvarado

**STRANGER THINGS, LA SERIE:
ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL**

ÍNDICE:

2. Resumen y Palabras clave	
2.1. Resumen	6
2.2. Palabras clave	6
3. Introducción	6
4. Objetivos y Metodología	7
4.1. Metodología	7
4.2. Objetivos e Hipótesis	8
5. Marco teórico (capítulos)	9
5.1. Evolución de las series con la entrada de internet y la llegada de las plataformas audiovisuales	16
5.2. Netflix	16
5.2.1. Historia de Netflix	18
5.2.2. Denominación de la empresa, panorama actual, forma de negocio y servicios	20
5.3. Fenómeno Stranger Things	21
5.3.1. Origen Stranger Things, La serie	23
5.3.2. Estrategia de éxito de la serie: La vuelta al pasado	42
a) La nostalgia: técnica para atraer espectadores	
b) Paralelismos y guiños de los años ochenta:	
- Influencias principales: Stephen King y Steven Spielberg	
- Huella de otros autores en la serie	
- Clichés años 80 en la serie	
5.4. Impacto de la serie en la sociedad de consumo	49
6. Conclusiones	50
7. Referencias	58

2. RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

2.1 Resumen

El propósito del presente trabajo consiste en dar explicación al motivo del éxito de una de las series digitales más populares en la actualidad, *Stranger Things*, en base a la utilización de una estrategia de comunicación: la nostalgia. Además, se ha llevado a cabo un análisis sobre el impacto de esta en la sociedad de consumo para hacer visible la repercusión que puede ocasionar el vínculo emocional que crea un producto audiovisual con su público; término que nos recuerda a las famosas “*Lovemarks*” de las que nos hablaba Kevin Roberts en su libro: *Lovemarks: El futuro más allá de las marcas*, publicado en 2005. Para ello, se ha llevado a cabo la investigación de diversas fuentes escritas y digitales, así como la visualización de distintas películas y vídeos, con el fin de dar respuesta a los objetivos planteados en este estudio.

2.2 Palabras clave

Serie – Nostalgia– Estrategia comunicativa – Plataformas audiovisuales – *Stranger Things*

3. INTRODUCCIÓN

Cada vez son más las personas de la sociedad que se suman a las innovaciones o avances tecnológicos y humanos. En este trabajo en concreto, nos centraremos en el ámbito audiovisual, donde las series se convierten a día de hoy en las reinas de las plataformas de *streaming* como Netflix, Amazon Prime Video o HBO. Si bien el motivo que nos lleva a elegir esta temática surge de un sentimiento: la nostalgia.

Stranger Things es una serie que se caracteriza especialmente por mostrarnos en cada plano multitud de guiños o clichés de aquellas producciones cinematográficas que veíamos en nuestra infancia como *E.T. El Extraterrestre* o *Los Goonies*, dado que se encuentra enmarcada dentro de los años ochenta estadounidenses. Por otra parte, para aquellos que no vivimos esta época, supone una nueva forma de contemplar secuencias que son capaces de conectar de manera especial con las nuevas generaciones, dado que en la actualidad “el pasado está de moda”.

Hace tiempo que la oleada de aire *retro* o *vintage* llegó a nuestras vidas para instalarse por un tiempo y sino, solo nos basta con echar un pequeño vistazo a nuestro alrededor: películas que vuelven a ser adaptadas en nuevas versiones como *It*, de Stephen King (del cual hablaremos más adelante), zapatillas clásicas como las Converse All Stars, cámaras analógicas, aplicaciones con efectos de fotografía antigua, recuperación de envases originales en marcas como Coca-Cola, pantalones de tiro alto, calcetines blancos con rayas de colores, gafas estilo “*Cat eye*”... y multitud de productos que hoy se convierten en los más demandados entre el público.

Este trabajo pretende dar a conocer la serie de mecanismos y tácticas que se emplean detrás de una serie para convertirla en todo un éxito del presente, teniendo en cuenta que es un producto audiovisual basado en un formato antiguo que se inserta en una sociedad dinámica y digitalizada como la nuestra. Además, veremos los efectos de esta en la sociedad de consumo y cómo las marcas ven en este tipo de producciones, grandes oportunidades de negocio.

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Para ello hemos dividido el trabajo en cuatro partes donde haremos un recorrido por la evolución que han sufrido las series con la aparición del internet y las plataformas audiovisuales, haciendo especial hincapié en la empresa líder de este sector, Netflix, la cual es a su vez la productora de la serie de nuestro estudio. Seguiremos con el origen y la estrategia empleada en *Stranger Things*, y, acabaremos finalmente, con la repercusión de esta en la sociedad de consumo.

Para dar respuesta a todas estas cuestiones nos hemos basado en diversas fuentes de documentación, tanto escritas como digitales, así como en el análisis de varios filmes de los años ochenta en los que se inspira la serie de nuestro trabajo, para acabar con una serie de conclusiones que hemos extraído en base al estudio.

4. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

4.1 Metodología

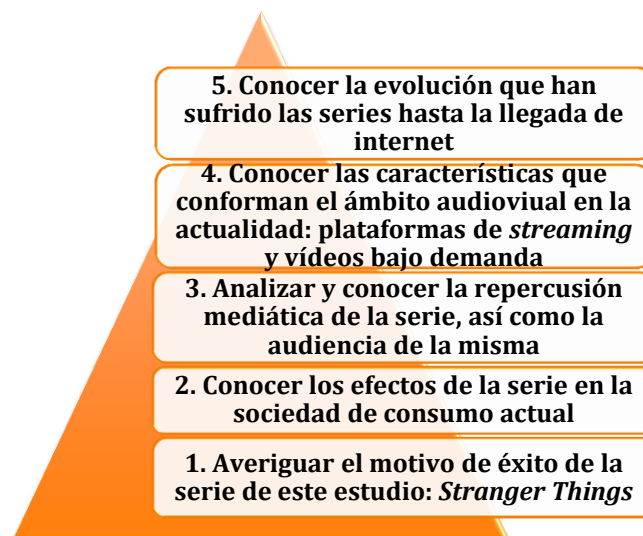
Nuestro estudio se caracteriza por ser un trabajo de investigación, a través del cual hemos aplicado una serie de mecanismos para dar respuesta a las hipótesis y planteamientos, así como los objetivos, generales y específicos, que queremos conseguir con esta práctica.

Para ello, hemos recopilado información de diversas fuentes, físicas y digitales, así como recursos, gráficos, imágenes y material audiovisual que se encuentran recogidos en el apartado de referencias bibliográficas de nuestro trabajo. Además hemos llevado a cabo un análisis de diferentes películas que sirven de apoyo y fundamento para una de las partes de nuestro estudio, elaborando una serie de cuadros comparativos donde se muestran las similitudes de los aspectos que comparten entre sí diversas producciones audiovisuales.

Así, las técnicas empleadas han sido: observación, análisis y recopilación de datos a través de diferentes medios, para acabar extrapolando de todo este estudio una serie de conclusiones que pretenden dar respuesta a los objetivos que se plantean.

4.2 Objetivos e hipótesis:

A continuación, mostramos los **objetivos** que queremos conseguir con el presente estudio, ordenados de mayor a menor orden de importancia, siendo uno el mayor y cinco el menor.



STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Hipótesis:

1. La serie tiene éxito porque se recurre a una estrategia de marketing y comunicación: la nostalgia.
2. La serie es capaz de unir a dos generaciones bajo un mismo concepto.
3. Las marcas ven en el éxito de esta serie una oportunidad para su negocio.
4. Los productos audiovisuales (como *Stranger Things* en este caso) influyen en la sociedad de consumo y en el estilo de vida de las personas.

5. MARCO TEÓRICO:

5.1. Evolución de las series con la entrada de internet y la llegada de las plataformas audiovisuales

Actualmente habitamos en un mundo en el que debido a los avances tecnológicos y humanos, todas las personas vivimos interconectadas entre nosotras. Si necesitamos verificar cualquier tipo de información o simplemente documentarnos sobre un tema, gracias a buscadores como Google, nuestra duda quedará resuelta en cuestión de minutos, incluso segundos. Pero no solo podemos disfrutar de información de cualquier tipo en cualquier lugar y momento, sino de contenidos o productos audiovisuales como aplicaciones, series, redes sociales... Con la llegada de internet el consumo de este tipo de productos se ha disparado de manera feroz, incluso los compradores han cambiado su forma de consumir este tipo de productos.

Antiguamente para poder indagar sobre cualquier tema era necesario acudir a fuentes físicas como libros, publicaciones, periódicos...en cuanto al consumo de productos audiovisuales el medio por excelencia era sin duda la televisión, y es a partir de este medio, donde comienza el desarrollo de nuestro tema: Las series.

Anterior a la televisión encontramos la radio, donde la familia se congregaba en frente del pequeño aparato para escuchar los sucesos que iban ocurriendo, y, siguiendo este modo de conducta en el espectador, la televisión entra a formar parte como medio de entretenimiento. Los años 40 suponen el inicio del fenómeno televisivo, donde poco a poco se iban desarrollando avances tecnológicos como grabar programas que podían ser emitidos más tarde y el paso de la televisión a color, lo cual supuso una gran revolución en este campo. A finales de los 60, las grandes cadenas de televisión ya estaban abriéndose paso en el mercado a pasos agigantados, sobre todo en Estados Unidos, destacando la NBC, la CBS y la ABC, siendo las series de ficción una de las atracciones principales.

Debemos tener en cuenta que desde su origen, la televisión siempre ha ido ligada a su fuente favorita de financiación, la publicidad. Así, el éxito de un programa se medía en función del número total de telespectadores que lo veían, pues estos espectadores eran los potenciales receptores de la publicidad y los anunciantes buscaban llegar al mayor número posible de personas. (Rebón, Ana. 2016. *Historia series de televisión*)

De esta manera el éxito del programa o serie, se calculaba a través del número de espectadores que visualizaba dicho espacio televisivo. La fórmula para la creación de series era bastante simple: concebir secuencias fáciles y capaces de gustar a todo el mundo.

Teniendo esto en cuenta, nos encontramos series como *I Love Lucy*, la primera serie de éxito en Estados Unidos, emitida en la cadena CBS desde 1951 hasta 1957, colocándose como la serie más visualizada durante cuatro temporadas. Con *Bonanza*, emitida entre 1959 y 1973 en la NBC, se introducen dos innovaciones: capítulos de una hora de duración y el color. Viendo el alcance de este tipo de espacios televisivos, anunciantes como Chevrolet no dudaron en formar parte como patrocinador de dichas secuencias. En cuanto series de temática de ficción cabe destacar la famosa *The Twilight Zone* cuya emisión fue entre 1959 y 1964 por la CBS. Era la primera serie en la que se abordaban relatos de fantasía, terror y ciencia ficción.

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Como decíamos anteriormente, la fórmula para que una serie tuviera éxito en la gran pantalla bastaba con ser simple de entender y de gustar a todo tipo de personas, si bien este argumento dejó de tener cierta consistencia en cuanto se empezó a evolucionar hacia otro tipo de aspectos como el tipo de audiencia que veía el programa, su modo de vida, y especialmente, la forma de consumir los productos audiovisuales. Los nuevos estudios de mercado sostenían que todas las audiencias no tenían el mismo valor en cuanto a la impresión publicitaria, y de este modo, empezaron a prevalecer otros criterios como la búsqueda de un público más reducido pero de mayor calidad.

Con todo esto, las cadenas empezaron a plantear una medida para poder compensar el hecho de tener series en las que el número de espectadores era bastante amplio y el tipo de público que veía dicha serie en función de las exigencias publicitarias, dado que la publicidad era la fuente de ingresos principales. Así, la cadena CBS fue la primera en dar el paso a este nuevo panorama, suspendiendo series que aunque tuvieran mucha audiencia, no eran consumidas por el público que se requería, pues las audiencias que las componían eran especialmente de sectores demográficos de poca formación cultural e insuficiente poder adquisitivo. Así la serie *Mary Tylor Moore* fue el ejemplo de este nuevo modo de creación de series, como *All In The Family* donde la búsqueda de una audiencia más juvenil y urbana era el objetivo principal.

Se suele decir que las series de televisión son en gran medida una ferviente prueba de los cambios y la evolución que se vive en una sociedad, es por esto que a medida que se dan variaciones, las series también se suman a este fenómeno evolutivo, así como el resto de medios. De este modo, y teniendo en cuenta esta secuencia de transformaciones, se comienzan a abordar en las series cuestiones que generaban grandes controversias o sobre los que apenas se hablaba, pues eran considerados temas vetados, como la homosexualidad. Así los años 80 y 90 vinieron cargados de series y películas de varias materias. Ya no se buscaba el paquete básico de serie en la que el tema familiar y la comedia iban unidos de la mano, sino que ahora aparecían en pantalla tramas con varios tintes sobre política, religión, terror, romanticismo, ciencia ficción...que mantenían un público fiel y diferenciado.

Siguiendo con esta línea nos topamos con los años 80. En cuanto al terreno televisivo, amplía sus fronteras en el campo audiovisual con la cadena FOX, rompiendo el oligopolio de las tres grandes cadenas por excelencia: NBC, ABC y CBS y, por otro lado, la llegada de WP y UPN, actualmente *The CW*. Nos encontramos de este modo con series como *Star Trek: La nueva generación* emitida por la cadena CBS entre 1987 y 1994, basada en el género de ciencia ficción, *ALF*, emitida por la NBC entre 1986 y 1990, en la que un extraterrestre convive en la casa de una familia norteamericana tras haberse estrellado su nave espacial. Destacamos también *Aquellos maravillosos años* emitida por la ABC en 1988, *El equipo A* emitida por la NBC entre 1983 y 1987, donde se narran las aventuras de cuatro soldados desertores de la guerra de Vietnam.

En los 90 las cadenas de televisión por cable de Estados Unidos comienzan a utilizar los sistemas de las cadenas públicas con el propósito de determinar un *target* que estuviera decidido a pagar por series que verdaderamente les gustaran, aparecen de este modo series como *Buffy Cazavampiros* emitida entre 1997 y 2003 por The WB United Paramount Network como cadena original, *El príncipe de Bel-Air* emitida por la NBC, *Friends*, entre 1994 y 2004, retransmitida por la NBC, considerada como una de las mejores series de situación de la historia, y, como serie más icónica de esta época, *Los Simpson* emitida originalmente por la cadena FOX desde 1989 hasta nuestros días, la cual aborda diversidad de temas: política, religión, medioambiental, incluso personajes célebres y famosos.

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Las series se han convertido en una extensión del lenguaje cinematográfico, la producciones televisivas ya no son consideradas un género menor, con la ventaja evidente de que por extensión temporal una serie siempre puede desarrollar más la trama y claro está mostrar la evolución de la personalidad de los protagonistas.

Actualmente las series ni siquiera dependen de la televisión, el desarrollo de internet ha supuesto un punto de inflexión de manera que la unidad estructural ya no es el capítulo, sino la temporada y lleva implícita la libertad de cada uno de poder asomarse a la ventana de su serie favorita en el momento y lugar que mejor le convenga. (Rebón, Ana. 2016. *Historia series de televisión*)

De este modo, asistimos a la que ha sido por excelencia la emisora que ha liderado el puesto en cuanto a creación de series: la HBO *Home Box Office*, la cual fue pionera en la creación de series propias como *Los Soprano*, *Sexo en Nueva York* o *The Wire*, y, en la actualidad con series como *Juegos de tronos* y *Breaking Bad*.

Debemos hacer hincapié en esta famosa cadena que ha traído consigo no solo una revolución que ha trascendido hasta el mundo actual, sino que a día de hoy sigue progresando en el mundo *online* y *offline* ofreciendo a los consumidores todo tipo de innovaciones que han despertado la creación de nuevas plataformas audiovisuales que han seguido la estela de esta gran empresa como Netflix.

En 1965 Charles Francis Dolan obtiene la franquicia para crear en Nueva York un sistema de cable conocido como *Sterling Manhattan Cable*, siendo este el primer método de cable subterráneo de Estados Unidos. El sistema se basaba en el uso de antenas de microondas mediante las que viajaba la señal bajo tierra. De esta manera, el 13 de Diciembre de 1975, HBO *The Green Channel*, en sus inicios se constituye por ser la primera cadena de transmisión vía satélite y por cable, estableciendo un canal de televisión de difusión no terrestre, retransmitiendo por primera vez una pelea de boxeo entre Muhammad Ali y Joe Frazier *Thrilla in Manila*.

En sus orígenes formaba parte de Time Inc., pero cuando Time se une con Warner Communications, HBO entró en el equipo de Time Warner. Entre sus características destaca la oferta de programas originales de gran calidad. Es un servicio de suscripción que además no contiene publicidad, rasgo que le permite crear contenidos acerca de todo tipo de temas como el sexo o las drogas. Su primera película de creación propia es *The Terry Fox History* en 1983, además de engendrar también en este mismo año la serie *Phillip Marlowe, Private eye*, siendo original de la misma casa. En 1986 además se caracteriza por ser la primera cadena de cable en proyectar la versión de su canal en *high definition*.

Es tal el alcance y la repercusión de este fenómeno que HBO no dudó en expandirse, comenzando inicialmente por Latinoamérica, creando *Selecciones en español de HBO* y *Cinemax*, canal que iba dirigido al público hispano de Estados Unidos. Sigue su propagación por Latinoamérica con la creación de nuevos canales multiseñal y es en 1993 cuando deciden traspasar la fronteras e iniciar así la expansión mundial, comenzando en Asia con *HBO Asia* y siguiendo hacia Europa del Este, donde se encontraban importantes mercados bastante atractivos para potenciar tras la supremacía del poder soviético.

Su primer golpe fue en Hungría, construyendo su primera filial en 1991 y desde donde continuaron extendiéndose por el resto de condados de la zona, creándose así *HBO Europa*, además de más filiales como *HBO Canadá*, *HBO Nordic*, etc.

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Actualmente esta empresa ha llegado a penetrarse en más de sesenta países con su servicio de suscripción y sus propios productos audiovisuales, con acceso a ellos en más de ciento cincuenta. En cuanto al mercado en España, HBO llega a finales de 2016, contando con más de una centena de series y cuatrocientas películas.

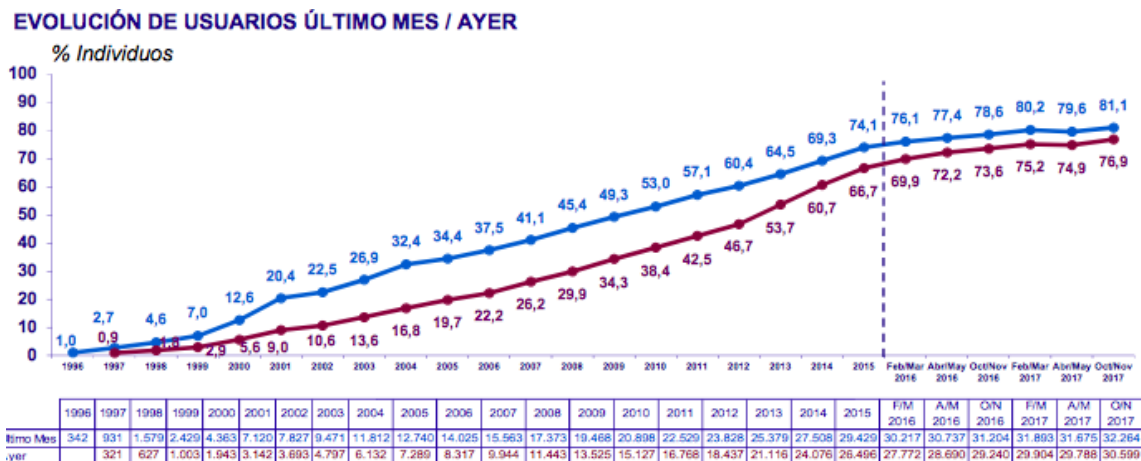
Con este panorama desembocamos en el siglo XXI con el reinado de internet y su influencia en el mundo actual, no solo en el terreno audiovisual, sino en todo tipo de situaciones.

El mundo del cine, la televisión y de los demás contenidos en principio compartimentados, se funden en una nueva realidad marcada por los consumidores. Posibilidades que aún no podemos imaginar y donde la popular frase cinematográfica “nadie sabe nada” está de actualidad (Cristóbal, Manuel. 2009. *El audiovisual, la revolución digital y la implantación de las nuevas tecnologías*).

Con esta frase queremos referirnos a que la sociedad ya no es como antes, las personas no consumimos de la misma forma y los medios nos han permitido obtener posibilidades que antes eran inimaginables. La oferta actual de medios y de productos audiovisuales es inabarcable, tenemos la información que queremos en el momento preciso a un toque de dedo en nuestro *smartphone*, si preferimos ver el capítulo de una serie una semana más tarde e incluso años después de su emisión, no es necesario recurrir a la grabación del espacio televisivo, sino con la mera introducción del título en buscadores de internet, nos encontramos con infinidad de enlaces y plataformas para poder visualizar nuestro producto audiovisual.

Atrás se quedaron los mensajes de texto en los que medías cada palabra que escribías para no pasarte de saldo disponible en el móvil y ahora con aplicaciones como *WhatsApp* llegamos a mandar entorno a unos 42.000 millones de mensajes diarios según un estudio realizado por el equipo de *Latamclick*. La gran caja de entretenimiento que era la televisión ahora se ve reemplazada por pantallas planas como *tablets* o portátiles y ahora según tu estado de ánimo puedes acceder a listas de música personalizada en aplicaciones como *Spotify*.

Basta con acudir a la AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) para darnos cuenta de esta realidad tan cambiante en su EGM (Estudio General de Medios) acudiendo a los datos recogidos en noviembre de 2017 donde vemos las siguientes estadísticas sobre la penetración en internet de la población.



* individuos en miles

© AIMC - Fuente: EGM

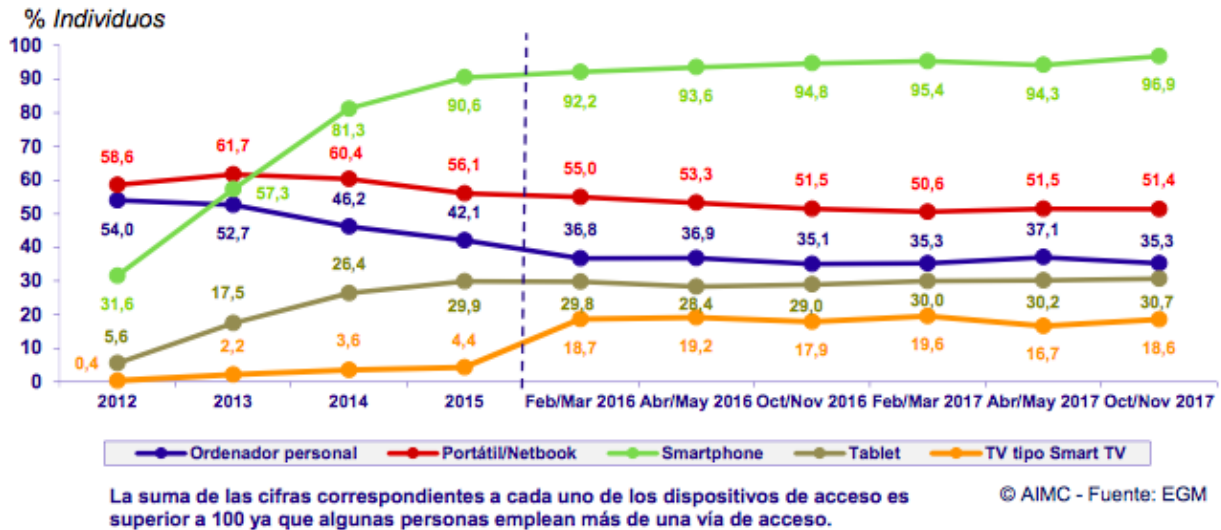
STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Fuente: AIMC en su Estudio General de Medios de noviembre de 2017.

Aquí podemos ver la evolución por año del acceso a internet por parte de los usuarios desde 1996 hasta noviembre de 2017, que como vemos ha sufrido un cambio bastante notable aumentando significativamente cada año.

Respecto a los dispositivos desde los que los usuarios se conectan a internet, es bastante peculiar ver como el uso de *smartphones* como vía de acceso es bastante más utilizada que el resto de instrumentos como portátiles u ordenadores personales.

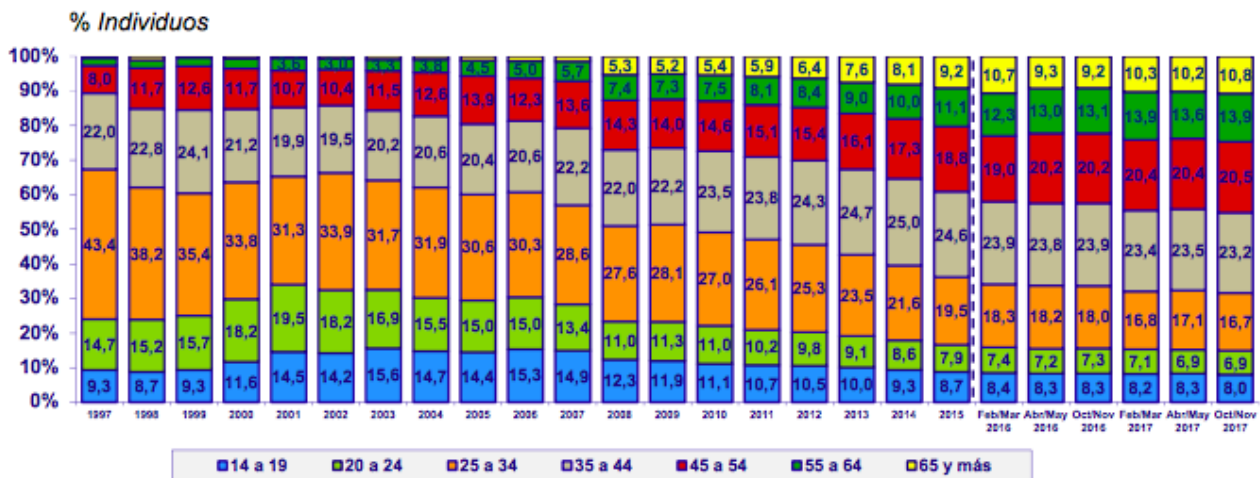
DISPOSITIVO DE ACCESO (Usuarios último mes)



Fuente: AIMC en su Estudio General de Medios noviembre 2017

Con respecto al tipo de público que consume más este medio nos encontramos con un claro ganador y ese es el sector juvenil de entre 25 a 34 años, aumentando notablemente en los últimos años el empleo de este medio por personas de una edad comprendida entre los 35 y 44 años, siendo el grupo más minoritario los individuos de 65 años en adelante:

PERFIL POR EDAD DE LOS USUARIOS (Usuarios ayer)



Fuente: AIMC en su Estudio General de Medios noviembre 2017

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

El hecho de que el sector joven sea el público que más accede a este medio está estrechamente relacionado con el *target* principal de nuestro tema, las series, y es que en el siglo XXI:

Los jóvenes han abandonado la televisión y disfrutan de sus vídeos preferidos en sus teléfonos móviles. Los adultos se decantan por las plataformas que les ofrecen cientos de contenidos a solo un *clic*. El usuario elige qué ver y cuándo hacerlo. No es el formato del futuro, es el del presente. (Sedano, J. Enero de 2017 *Vídeo bajo demanda: Así está cambiando la forma de ver televisión en España*)

Esta constante renovación y continua integración de novedades en los medios audiovisuales ha hecho que a día de hoy los consumidores podamos disponer de una gran oferta y selección personalizada de productos que se correspondan con nuestros gustos e intereses y este hecho se ha visto aún más acentuado en el terreno audiovisual con la llegada de las plataformas de vídeo bajo demanda y el *streaming*, también conocido como transmisión por internet.

Antes acudíamos a espacios como Canal+ o Antena 3 y ahora los reyes de las series son sin duda Netflix y HBO. Si bien, aunque estas dos son las plataformas principales, no son las únicas, llegando a penetrar en España sus servicios, antes incluso que estas dos últimas, empresas como Movistar TV, Wuaki Tv, Fimlin y Amazon Prime Video, además de páginas que cuentan con enlaces de productos audiovisuales pirateados como Plusdede.

Si anteriormente hacíamos hincapié en la famosa cadena reina de las series, HBO, ahora la que lidera el trono en cuanto a la oferta de productos audiovisuales es Netflix, creadora de la popular serie de nuestro estudio: *Stranger Things*.

La tecnología está transformando la forma en la que nos relacionamos con el mundo, incluida nuestra forma de vivir, trabajar y comunicarnos. Desde el seguimiento de nuestros amigos a través de las redes sociales, pasando por evitar hacer colas mediante las compras en línea, la tecnología continúa reformando nuestros hábitos diarios. (Informe Nielsen, 2015 *La guerra de las pantallas, la batalla por la audiencia en un mundo televisivo* Pág. 2)

No hay duda de que el mundo ha cambiado, la constante integración y renovación de formas y métodos aplicados a la comunicación, así como los cambios producidos en el comportamiento de los consumidores han hecho que en la actualidad las industrias audiovisual y cinematográfica se hayan convertido en líderes de este nuevo mundo de consumo, siendo esta la época de mayor esplendor para las plataformas audiovisuales.

Para dar consistencia a esta argumentación solo nos basta con acudir a diversos gráficos y porcentajes que mostramos a continuación donde puede verse la evolución que ha sufrido la televisión con la integración del internet y del vídeo bajo demanda en las formas actuales de consumo audiovisual:

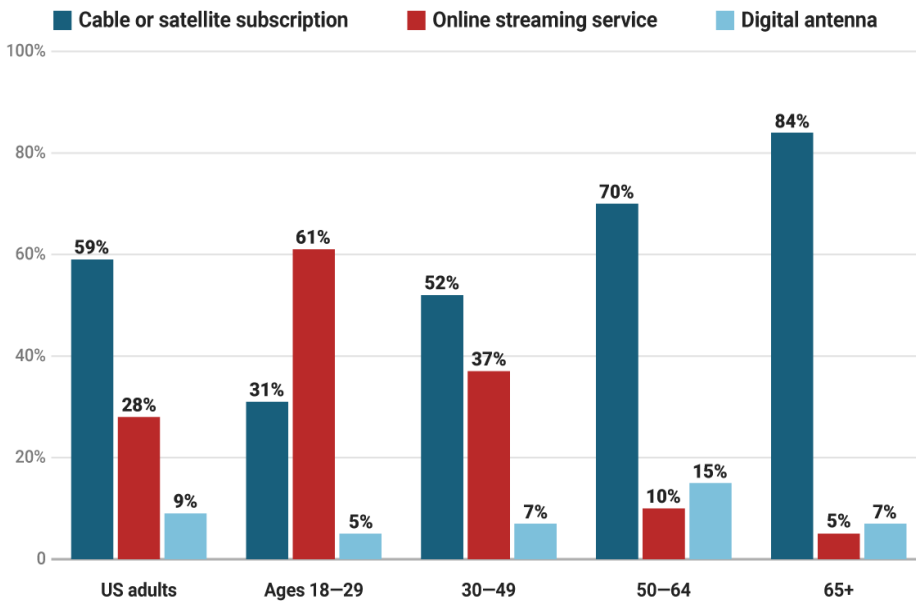
El siguiente gráfico nos muestra el consumo de televisión por cable, *streaming* y antena digital en 2017, donde podemos ver que aunque la televisión por cable siga siendo el medio más utilizado de forma generalizada, va ganando terreno el medio *online*. Solo basta con ver el porcentaje de crecimiento del sector joven entre 18 y 29 años de edad, el cual consume con un 61% del total, contenido audiovisual a través del *streaming* o los vídeos bajo demanda.

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

TECH | CHART OF THE DAY

STREAMING IS MAINSTREAM FOR YOUNG ADULTS

Share of Americans saying the following is the primary way they watch television



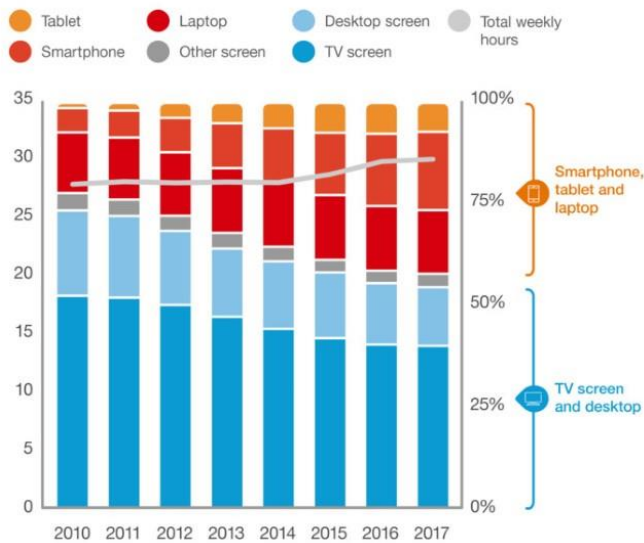
SOURCE: Pew Research Center, n=1,893 (Aug 15-21, 2017)

statista | BUSINESS INSIDER

Fuente: Pew Research Center a través de Statista. Agosto de 2017

En el siguiente gráfico vemos la evolución que ha sufrido desde 2010 hasta 2017 el uso de los diferentes medios a través de los cuales se accede al contenido audiovisual. Si en 2010 la utilización de la televisión y los ordenadores de escritorio eran los dispositivos más utilizados a la hora de visualizar cualquier contenido audiovisual como series, películas o programas, en 2017 esta trayectoria cambia para encontrarse igualada con el uso de los teléfonos móviles o *smartphones* y los ordenadores portátiles o *tablets*.

Figure 7: Share of total TV and video viewing time per device



Fuente: Ericsson ConsumerLab, TV and Media, 2017.

Source: Ericsson ConsumerLab, TV and Media, 2017
Base: Population aged 16-69 that watches TV/video at least weekly and has broadband at home, in Brazil, Canada, China, Germany, India, Italy, Russia, South Korea, Spain, Sweden, Taiwan, the UK and the US

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Como conclusión final acerca de este proceso evolutivo extraemos las siguientes deducciones:

1. La llegada del internet a nuestras vidas ha supuesto un cambio revolucionario en cuanto a los sistemas tradicionales de consumo de productos audiovisuales como series, películas o programas.
2. Aunque el medio a través del cual se accede más a los contenidos audiovisuales sea la televisión, en la actualidad este se ve amenazado por nuevas formas de consumo como el *streaming* o la televisión a la carta, que ya cuentan con más número de espectadores que la televisión en el sector joven.
3. La aparición de las plataformas audiovisuales ha supuesto la presencia en el mercado actual de una competencia feroz de las marcas que buscan ofrecer al usuario distintas alternativas para consumir productos y servicios audiovisuales.

Para conocer el origen de nuestra serie y el objeto de nuestro estudio es necesario conocer quién es la madre que engendró a este famoso producto, por ello, a continuación, presentaremos la historia y la repercusión actual de la plataforma audiovisual líder en el mercado: Netflix.

5.2. Netflix

En este capítulo abordaremos la historia de la compañía creadora de la serie objeto de nuestro estudio, *Stranger Things*, haciendo un breve recorrido por la evolución que ha sufrido la organización hasta llegar a la actualidad como empresa líder de entretenimiento en el mundo y con la presencia de fuertes competidores en este ámbito como HBO, Amazon Prime video o Wuaki TV.

5.2.1. Historia de Netflix

La historia de este imperio comienza con la figura de Reed Hastings, nacido en Boston, Massachusetts el 8 de Octubre de 1960. Obtuvo el Grado en Matemáticas en Bowdoin College para unirse más tarde al Cuerpo de Paz. Tras regresar de Los Cuerpos de Paz, ingresó en la Universidad de Stanford, donde se gradúa en 1988 de Ciencias de las computaciones, estudios que le servirían para la creación del fenómeno actual de Netflix.

Funda Pure Software en 1991, empresa que se encargaba de eliminar errores de programación y es en el año 1995 cuando esta compañía empieza a cotizar acciones en el mercado. Un año después decide expandir su negocio estableciendo una asociación con la empresa Pure Atria, donde Hastings conoce a Marc Randolph, siendo este último cofundador de Netflix junto con Reed Hastings.

En 1996 Pure Atria es adquirida por Rational Software y Hastings y Randolph se quedan sin trabajo, oteando nuevos horizontes donde poder crear un nuevo negocio empresarial. Explorando nuevas formas de llegar al consumidor, se lanzan a la creación de un servicio basado en el envío de películas por correo, una especie de videoclub. Es entonces cuando nace en 1997 la compañía Netflix.

El negocio se basaba en un servicio de suscripción a través del cual los clientes podían pedir películas en formato DVD para que las enviaran a su casa mediante correo postal. La utilización de este formato supuso una revolución, ya que hace 20 años, el formato que reinaba era el VHS. Los años posteriores a la creación de la empresa se caracterizaron por un considerable crecimiento de la misma. El servicio de suscripción ofrecía alquileres de DVD ilimitados al mes con tarifas de precios bastante asequibles.

En el año 2000 le plantean una oferta a Blockbuster, franquicia estadounidense de videoclubs líder en el mercado en aquel momento, la cual consistía en vender la compañía para convertirse en socios conjuntamente, pero esta rechazó la oferta. Este hecho provocó que años más tarde, Blockbuster acabara cerrando debido a la entrada de nuevos competidores como Netflix, que amenazaban su modelo de negocio tradicional de videoclub, la guerra de precios del *DVD* y la aparición de los vídeos bajo demanda. Además es en este mismo año cuando la compañía implanta un sistema de recomendación de películas personalizado para los clientes.

En 1999 Marc Randolph, cofundador de Netflix decide ceder su puesto a Reed Hastings y, finalmente abandonar la compañía en 2004, así Reed Hastings se transforma en el CEO de la empresa. Con este panorama comienza una nueva etapa en la vida de la empresa que en 2002 decide salir a la bolsa con 600.000 usuarios en Estados Unidos.

Si bien no es hasta 2007 cuando la compañía de Reed Hastings salta a la fama con la incorporación del *streaming* en su plataforma y el vídeo bajo demanda. De esta manera, los clientes podían visualizar programas de televisión, series y películas de manera rápida en sus propios ordenadores.

Si antes eran las cadenas las que ofrecían a los telespectadores el contenido audiovisual que podían visualizar, con el *streaming* cada uno puede elegir el producto audiovisual

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

que desee en cualquier momento y a través de cualquier medio. Además la oferta actual de contenido audiovisual es bastante amplia, con gran variedad y multitud de programas, series y películas disponibles.

Netflix supo aprovechar esta novedad, así como años anteriores se lanzó al alquiler de DVD cuando el formato de visualización usual era el VHS. Por ello, si nos preguntábamos por qué Netflix ha tenido tanto éxito es por haber arriesgado a la hora de implementar nuevas formas y métodos en su modelo de negocio.

Siguiendo con la evolución, los siguientes años a la incorporación de esta compañía en el mundo del *streaming* vinieron cargados de novedades como la asociación de esta con empresas de electrónica como PS3, Xbox 360, Iphone, Nintendo Wii...para la creación de nuevos vías de transmisión de sus productos audiovisuales.

Y, con todo esto, llegamos al año 2010 con la expansión de esta empresa hacia nuevos horizontes como Canadá y un año más tarde, en países de Latinoamérica, cuyo enfoque se centraba en la transmisión por *streaming*, sobresaliendo con respecto a su servicio de alquiler de DVDs.

Es tal la expansión de este fenómeno que la empresa decide seguir introduciendo innovaciones y cambios enfocados en ofrecer a sus clientes servicios y productos audiovisuales cada vez más personalizados. Nace así en 2011 la aclamada *serie House of cards*, primera en la gama de creación de series originales de la propia casa, la cual se lanzaría en febrero de 2013.

Siguiendo con el crecimiento de esta organización, llegamos al año 2012 y su conquista europea en países como Reino Unido, Irlanda y países nórdicos, sobrepasando en 2014 los cincuenta millones de usuarios en todo el mundo. Australia, Nueva Zelanda, Japón...son algunos de los siguientes países en contar con el servicio de esta compañía, adentrándose simultáneamente en 2015 en España, Italia y Portugal, llegando a estar disponible en todo el mundo en 2016.

Actualmente la compañía cuenta con más de 120 millones de suscriptores en todo el mundo. Netflix se despidió de 2017 habiendo generado unos ingresos totales de 11.700 millones de dólares estadounidenses, frente a los 8.800 millones de 2016, un 32% más aproximadamente. Su beneficio aumentó incluso en mayor proporción, llegando este a triplicarse: de los alrededor de 190 millones de dólares a finales de 2016 pasó a 560 millones en diciembre del año pasado. (Moreno, G. 2018 "Netflix cierra 2017 con casi 120 millones de abonados tras un trimestre de récord")

5.2.2. Denominación de la empresa, panorama actual, forma de negocio y servicios:

Netflix es el principal servicio de entretenimiento por internet en el mundo. Presente en más de 190 países, 125 millones de personas disfrutan más de 140 millones de horas de programas de TV y películas por día, incluidos los documentales, las películas y series originales de Netflix. Los miembros de Netflix pueden ver lo que quieran, cuando quieran, en casi cualquier pantalla conectada a internet, y pueden reproducir, pausar y ver un título, sin publicidad ni compromisos. (Web oficial de la página: netflix.com 2018)

Esta compañía ofrece un servicio *online* por el cual los usuarios pueden consumir cualquier producto audiovisual que deseen gracias a su amplio catálogo de series, películas y documentales. La forma de acceso a esta plataforma se hace a través de

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

internet con diferentes dispositivos electrónicos como videoconsolas, ordenadores de escritorio o portátiles, *smartTV*, decodificadores o dispositivos móviles.

Además del servicio *online*, Netflix sigue ofreciendo el servicio de DVDs, el cual sigue vigente desde la creación de la empresa en 1997. Si bien, debido a la evolución y los cambios en la sociedad, así como la entrada de nuevas formas de mercado, los cambios producidos en el comportamiento de los consumidores y la creciente globalización y explotación de internet, hacen que el servicio que más éxito tenga en esta compañía sea la suscripción online a través de la distribución de contenido multimedia o *streaming*, así como la personalización, con su sistema de televisión a través del vídeo bajo demanda, el cual permite al usuario consumir cualquier tipo de contenido multimedia de forma individual con la opción de contemplar o requerir una serie, película o programa en cualquier momento y lugar.

Vídeo bajo demanda o televisión a la carta

El vídeo bajo demanda o televisión a la carta tiene la ventaja de ofrecernos una programación determinada en el momento concreto que nosotros queramos, además de posibilitar al usuario la personalización, hecho que provoca que el consumidor pueda ver su serie o película favorita con la disponibilidad de un amplio catálogo de productos audiovisuales a través de internet.

Además la elevada competencia en este sector hace necesario que el servicio que se ofrece sea de calidad, es por esto que nos encontramos con formatos donde la imagen que se ofrece al espectador cuenta con unas características de imagen bastante buenas.

Asimismo otra de las ventajas de la televisión a la carta es la oferta de contenido audiovisual único en la plataforma, es decir, películas, series, programas o documentales creados por la propia empresa, así como el poder de controlar el modo de reproducción del contenido audiovisual en cuestión.

A continuación pasaremos a presentar el **plan de suscripción** que ofrece Netflix a sus usuarios:

- **Plan Básico:** plan SD de 1 pantalla (puedes ver contenido en una pantalla al mismo tiempo, en definición estándar)
- **Plan Estándar:** plan HD de 2 pantallas (puedes ver contenido en 2 pantallas al mismo tiempo, en alta definición donde esté disponible)
- **Plan Premium:** plan HD/UHD 4K de 4 pantallas (puedes ver contenido en 4 pantallas al mismo tiempo, tanto en alta definición como en ultra alta definición donde esté disponible)
- **Plan DVD (solo disponible en EE UU):** los clientes de Estados Unidos pueden suscribirse a un plan solo DVD o añadir DVD a su plan de *streaming* actual.

Además puedes disfrutar de un mes gratis de prueba si eres cliente de nuevo ingreso, así como la posibilidad de cambiar o actualizar el plan que hayas elegido cuando quieras en la página. (Web oficial de la página: netflix.com 2018)

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Selecciona un plan y ve todo Netflix. DISFRUTA GRATIS DE UN MES

	BÁSICO	ESTÁNDAR	PREMIUM
Precio mensual después de que termine el mes gratis el 22/6/18	7,99 €	10,99 €	13,99 €
Disponible en HD	x	✓	✓
Disponible en Ultra HD	x	x	✓
Pantallas que se pueden ver al mismo tiempo	1	2	4
Multidispositivo: portátil, TV, teléfono y tableta	✓	✓	✓
Todas las películas y series que desees	✓	✓	✓
Cancela cuando quieras.	✓	✓	✓
El primer mes es gratis	✓	✓	✓

Fuente: Web oficial de la página: netflix.com

Series y películas

Con Netflix, obtienes acceso instantáneo a contenidos increíbles en más de 190 países. Dispone de una amplia biblioteca de contenidos globales que incluye originales de Netflix galardonados, largometrajes, documentales, series y mucho más. El contenido de Netflix varía según la región, y puede cambiar con el tiempo.

Cuanto más contenido veas, más precisas serán las recomendaciones que Netflix te hará de series y películas. Puedes reproducir, poner en pausa y reanudar la visualización, todo ello sin anuncios ni compromisos.

Además, puedes descargar tus series favoritas en tu dispositivo móvil iOS o Android, o aplicación de Windows 10. Con las descargas, podrás ver tu contenido favorito dondequiera que vayas y cuando no dispongas de conexión a internet. (Web oficial de la página: netflix.com 2018)

Importante destacar la producción propia de **películas, documentales y series originales** de la casa que otorgan la posibilidad al usuario no solo de disfrutar de un amplio contenido audiovisual de carácter general, sino también de un servicio exclusivo de la empresa. Nos encontramos así con series que han gozado y gozan de gran popularidad en la actualidad como *Narcos*, *Orange Is The New Black*, *Sense8* y, por supuesto la serie de nuestro estudio, *Stranger Things*.

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

5.3. El fenómeno *Stranger Things*

En este capítulo abordaremos el origen de esta serie, así como la estrategia de su éxito principal a través de un sentimiento: la nostalgia de los años ochenta. Haremos un recorrido por sus comienzos y las influencias e inspiración para la creación de este fenómeno mediático.

Analizaremos en profundidad la serie de técnicas que le han llevado a causar tanto impacto, rememorando directores, escritores y películas de gran trascendencia en el mundo cinematográfico para dar respuesta a uno de nuestros objetivos de estudio: ¿A qué se debe el éxito de esta serie?

5.3.1. Origen de *Stranger Things*, la serie.



Fuente de la imagen: web tikitakas

Stranger Things es una serie original de Netflix enmarcada en el género de ciencia ficción y terror. Cuenta con dos temporadas y actualmente se encuentran en la producción de una tercera parte. El estreno de esta serie tiene comienzo el 15 de Julio de 2016 y sus directores son los hermanos Duffer, Matt y Ross, nacidos en 1984 en Carolina del Norte.

La trama se caracteriza por su ambientación en los años ochenta estadounidenses, encontrando multitud de clichés y rasgos de aquella época. Los hermanos Duffer recuerdan este período con gran cariño y nostalgia dando importancia a aspectos como jugar en la calle, ir en bicicleta en medio del bosque con tu pandilla de amigos, divertirse con juegos de mesa, disfrutar de un libro... es por ello que no dudaron en lanzarse en implantar todas las técnicas y guiños de estos fantásticos años.

Influencias e Inspiración

Para ello se nutrieron de la influencia de grandes directores y escritores de gran éxito como **Stephen King**, **Steven Spielberg** o **Jhon Carpenter**. Cómo olvidarnos del famoso *E.T El Extraterrestre* llevando al pequeño "Elliot" en su bicicleta o de la risa tenebrosa del payaso "Pennywise" en la película *It*, así como de la gran interpretación de Jack Nicholson en *El resplandor* como "Jack Torrance"... Sin duda fueron grandes

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

producciones que no solo causaron éxito inmediato en la sociedad, sino que se han convertido en clásicos del ámbito cinematográfico. Más adelante explicaremos con mayor detenimiento toda esta serie de similitudes e influencias que toma nuestra serie de las películas y libros de estas celebridades para dar respuesta al motivo de su éxito en la actualidad.

En cuanto a la creación de este famoso producto audiovisual **tomaron como referencia la película *Prisioneros*** dirigida por Denis Villeneuve y protagonizada por Hugh Jackman, cuyo estreno fue en 2013. El argumento de la película gira entorno a la desaparición de dos pequeñas que han sido secuestradas y en el empeño y trabajo de la policía y las familias por encontrarlas.

De esta película tomaron la idea de comenzar el primer capítulo de la serie con la desaparición de alguna persona, en este caso, el pequeño “Will Byers”.

“Se trataba de tomar la idea de un niño desaparecido y combinarla con esa sensibilidad nuestra algo más infantil. Es decir, ¿podíamos meter ahí un monstruo que come gente? Porque nosotros, en lo más profundo, somos niños, somos frikis, y pensamos que eso sería lo mejor” afirmaba Ross Duffer en una entrevista para la revista Rolling Stone (Adams, 2017: 10)

Los hermanos Duffer querían un monstruo que no estuviera relacionado con la magia o con hechos sobrenaturales, sino con el campo de la ciencia, es por esto que comenzaron a indagar en ciertos proyectos que se llevaron a cabo por parte del gobierno de Estados Unidos durante el periodo de la Guerra Fría, en concreto el proyecto llamado **MKUltra**¹, de ahí la creación del personaje de “Once” interpretado por la joven actriz Millie Bobby Brown de 14 años, la cual encarna el papel de una niña con facultades telequinéticas y dones especiales.

Sin duda los protagonistas principales son la pandilla de niños de la serie, compuesta por “Mike”, “Will”, “Dustin”, “Lucas” y “Once”, así como la pequeña “Max” que se une en la segunda temporada para ofrecernos otro punto de vista femenino. Destacar también a la madre del pequeño desaparecido, “Joyce Byers”, la cual es interpretada por la maravillosa Winona Ryder, así como el papel del jefe de policía de Hawkins, “Hooper”, encarnado por David Harbour, Charlie Heaton, como “Jonathan”, el hermano mayor de “Will” y nexa de la familia, Natalia Dyer como “Nancy”, hermana del bondadoso “Mike”, y su novio “Steve”, interpretado por Joe Keery.

La elección de la típica pandilla de niños de los años ochenta fue una tarea un tanto complicada, pues los hermanos Duffer no querían actores que hicieran una interpretación perfecta de sus papeles, sino hacernos meter en la piel de ellos, pensar que eran personas corrientes como nosotros, así lo admitió Ross Duffer en Vulture.com:

¹ MK Ultra es un proyecto de investigaciones secretas orientadas a doblar la mente humana bajo cualquier circunstancia. Ambientado en el apocalíptico escenario de la Guerra Fría, este macabro proyecto comenzó a probar qué droga podría asegurar la lealtad de un individuo o, al menos, garantizar la veracidad de sus testimonios. (El pensante, 21 de mayo de 2015 *Operación MK Ultra: el proyecto secreto de la CIA para dominar la mente humana*)

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

“Lo que buscábamos eran niños que pareciesen reales y que actuaran con naturalidad. Hoy en día, parece como si a la mayoría de los niños los preparasen al estilo Disney, donde se les enseña a ser adorables y jugar con la cámara, intentando hacer reír. Lo que nosotros queríamos era que al ver a esos niños sintieses que los conocías”. (Adams, 2017: 12)

En cuanto a la ambientación, “entendieron que ubicar la acción de la serie en los ochenta no solo encajaría con el estilo de lo que querían contar, sino que también les permitía rendir homenaje a las pasiones de su infancia” (Adams, 2017: 10).

Selección de la productora

Aunque encontrar la productora fue fácil, vender la idea a las cadenas fue un proceso más complicado, pues Ross y Matt Duffer crearon un episodio piloto que fue rechazado alrededor de veinte veces, debido a que la idea de que la serie se centrara en un grupo de niños pero no se vendiera como producto infantil, era algo que no lograban entender las cadenas, que no sabían si alcanzaría el éxito esperado.

Sin embargo, el momento de esplendor para los hermanos Duffer llegó cuando Dan Cohen y Shawn Levy de *21 Laps Entertainment* deciden producir la serie. “Levy propuso la serie a Netflix inmediatamente y estos la compraron en menos de veinticuatro horas”(Adams, 2017: 11).

Una vez explicado el proceso de creación y el origen de esta maravillosa serie, pasaremos a la trama en un pequeño argumento para conocer de qué trata este fenómeno televisivo.

Argumento

Nos situamos en Hawkins, una pequeña localidad (ficticia) de Indiana, año 1983. Por lo general suele ser un pueblo bastante tranquilo hasta que empiezan a producirse sucesos bastante extraños que tienen cierta similitud con los del proyecto MK Ultra en Estados Unidos. La serie comienza en su primer capítulo con la desaparición de un niño llamado “Will Byers”, lo cual hace que algunos habitantes de Hawkins, especialmente la familia de “Will” y sus amigos, “Mike”, “Dustin” y “Lucas”, comiencen a preguntarse qué está ocurriendo en la localidad. El hecho de que la desaparición se produjera al lado del Laboratorio Nacional de Hawkins, perteneciente al Departamento de Energía de Estados Unidos, causa en éstos cierta sospecha en determinados proyectos del gobierno. A esto hay que añadirle la aparición de una misteriosa chica que se hace llamar “Once” que tiene la habilidad de hacer cosas increíbles con la mente, así como la presencia de ciertos acontecimientos paranormales. La serie gira en torno a la búsqueda de “Will” y la lucha incansable de sus familiares y amigos, así como de la pequeña niña misteriosa y el jefe de policía de Hawkins, “Hooper”, por dar respuesta a toda la serie de “cosas extrañas” que están ocurriendo.

5.3.2 Estrategia de éxito de la serie: la vuelta al pasado.

En este subcapítulo abordaremos una técnica o estrategia bastante empleada en publicidad: la nostalgia. Como hemos dicho anteriormente, esta serie se encuentra enmarcada en los años ochenta, con todos los clichés y caracterizaciones propias de la época que han convertido de esta producción un éxito mundial.

Hablaremos de las similitudes de la serie con clásicos de cine, así como la clara influencia de varios directores y escritores que saltaron a la fama por grandes películas a efecto de dar respuesta a la pregunta: ¿Siguen funcionando las técnicas de culto de las

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

películas de los ochenta para la producción de series y películas en la actualidad?. Veámoslo.

a) La nostalgia: técnica para atraer espectadores

El gusto ochentero encaja a la perfección en la sociedad en la que vivimos, esa que nos exige ser eternamente jóvenes y activos. La televisión y el cine de esa época, esas producciones familiares llenas de aventuras infantiles, fantasía y efectos especiales, han conformado el gusto de toda una generación, que es la que construye gran parte del audiovisual actual y lo consume. (Ortiz Villeta, Áurea. 18 de noviembre de 2017 *Stranger Things: el gran negocio de la nostalgia*).

El uso de la nostalgia como técnica para llamar la atención es un método que se usa en diversidad de producciones audiovisuales, ya sean películas o series, así como anuncios de televisión, carteles, ropa...En la actualidad se está viviendo una vuelta al pasado, multitud de marcas sacan al mercado productos que reutilizan el envase original, prendas de vestir características de aquellos años, *remakes* de películas, tocadiscos, cámaras analógicas, tiendas de segunda mano o recreación de espacios antiguos...son algunos de los múltiples elementos que sin duda están volviendo a causar revuelo en nuestra sociedad de consumo... pero, ¿por qué?

No es de extrañar que utilizar toda esta colección de experiencias, caracterizaciones y guiños en una serie acabara finalmente por llamar la atención de un gran número de personas, ya que los años ochenta se han convertido en la actualidad en una industria que “está de moda”.

Marketing de nostalgia o *vintage* marketing

Como sabemos el marketing utiliza todo tipo de técnicas para llamar la atención y el marketing de nostalgia es una de ellas. Los mercadólogos saben perfectamente que las decisiones de compra muchas veces están ligadas a las emociones. En el caso del marketing de nostalgia el objetivo es evocar tus recuerdos felices para crear un vínculo emocional con el producto e incentivar tu decisión de compra. (Bueno, Arturo. 18 de octubre de 2017 *Marketing de nostalgia ¿por qué todo era mejor en el pasado?*).

Nos encontramos con diversos tipos de nostalgia:

1. **Nostalgia cultural:** es la que vive o comparte con un conjunto de personas. Pueden ser de diverso tipo como por ejemplo una generación que recuerda aspectos de su época, un grupo de clase del colegio, etc.
2. **Nostalgia personal:** serían las experiencias personales en primera persona como por ejemplo un recuerdo o anécdota concreta que tengas de la niñez.
3. **Nostalgia interpersonal:** son las memorias que nos cuentan como por ejemplo una charla con tu abuelo sobre una de sus historias.

No cabe duda que la nostalgia cultural es la que se ha empleado en la creación de la serie que no solo se centra en las personas que vivieron estos años, sino que conecta con la generación actual de una forma bastante sorprendente ya que son personas que, a pesar de no haber vivido esta década, encuentra en ello un atractivo especial que consigue mantener al usuario “enganchado” a la pantalla. Es también el tipo de nostalgia que se suele emplear en publicidad para atraer al mayor número posible de consumidores o las propias marcas para conectar con sus clientes.

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Prendas de vestir inspiradas en el estilo *vintage* o *retro* como chaquetas vaqueras o las tradicionales zapatillas de la marca Converse, discos de vinilo en las tiendas, versiones actualizadas de películas de antaño como *It* o *Blade runner*, filtros para fotos con efecto desgastado y colores difusos, cámaras Polaroid, el envase original de Coca-Cola...son solo una pequeña parte de esta gran industria que se desvive por conectar con su público recordando la alegría de los años anteriores y donde la frase "Cualquier tiempo pasado fue mejor" se convierte en la protagonista de este sector.

El cariño que los hermanos Duffer ponen en cada capítulo, desde la creación detallada del pueblito ficticio en donde se desarrolla la historia (y sus habitantes) hasta la vestimenta, las referencias a la cultura pop de la época y la incorporación del espectro de la Guerra Fría y la paranoia propia de la era Reagan, hacen de *Stranger Things* uno de los homenajes más sentidos al cine ochentero.

Más importante aún, los hermanos Duffer tienen un manejo tan experto de esta nostalgia que la hacen irresistible tanto para quienes vivieron los 80 en persona como para nuevas generaciones que se han familiarizado con su cultura pop por segunda mano.(De la Maza, Ignacio. 21 de diciembre de 2016 *5 razones por las que deberías estar viendo Stranger Things*)

¿Y dónde vemos recogida esta nostalgia?, sin duda alguna en las películas, series y obras de autores de los ochenta en los que se basa esta maravillosa serie, así como la ambientación y caracterización de sus personajes. Nos encontramos de este modo con películas de culto como *E.T. El Extraterrestre*, *Tiburón*, *Poltergeist*, *Cuenta Conmigo*, *Los Goonies* y *La Cosa* entre otras, así como la propia banda sonora de la serie, que con una base de sintetizadores logra transportarnos a aquellas historias de antaño con grupos como Tangerine Dream, The Clash o The Bangles entre otros muchos artistas.

Los hermanos Duffer han sido capaces de reunir en una serie aquel espíritu de la infancia que a veces es necesario que salga a flote, haciéndonos revivir nuestra niñez a través de un pequeñito pueblo que nos hace recordar aquella forma que teníamos de divertirnos y cuando la aventura estaba a la orden del día. Todo este gran trabajo se ve reflejado en la identidad visual, la forma de promocionar la serie a través de la creación de varios carteles que rinden homenaje a aquellas producciones en las que se inspira, así como el estilo de vida y la cultura de aquella época.

"Esa era la idea, que el show se sintiera como cuando estábamos en la escuela y en la secundaria, leyendo esas novelas de tapas de papel. Ese era el sentimiento que queríamos evocar", aseguraba Matt Duffer (Díaz Zeledón, Natalia. 25 de octubre de 2017 *Stranger Things: una temporada al otro lado de la nostalgia*)

Además de la nostalgia, otra característica que cabe destacar es el **nexo de unión** que crea la serie **con el espectador a través del grupo de niños**. La diversidad de personalidades y formas de ser de cada uno, hacen que en cierta manera acabes simpatizando con ellos, pues nos encontramos con la valentía y el misterio de "Once", la timidez y el miedo del pequeño "Will", "Joyce" como la madre coraje, "Mike" como el bondadoso y cariñoso del grupo, "Dustin" como el gracioso y alocado, "Lucas" como el que desconfía de cualquier cosa, etc.

En definitiva, la serie se nutre de este sentimiento para adentrarse en la memoria y recuerdos de las personas que vivieron con alegría estos años, y, para los que no pudieron disfrutar de esta época, supone una nueva forma de ver series con tramas,

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

efectos y caracterizaciones totalmente distintas a las que se suelen ver en las películas o series que narran historias en la actualidad y que a continuación desarrollaremos de una manera más extensa en los siguientes subcapítulos.

b) Paralelismos y guiños a los años ochenta

Para fundamentar nuestro argumento de que *Stranger Things* es una serie que se nutre de una estrategia comunicativa (la nostalgia), pasaremos a realizar un análisis de la serie estableciendo los paralelismos existentes con sus influencias principales como Stephen King y Steven Spielberg, estudiando elementos comunes de tres de sus películas, ya que, debido a la infinidad de referencias, hemos seleccionado aquellas en las que más se basa esta serie, así como otros elementos a destacar. Si bien, haremos referencia a otros filmes que hacen que *Stranger Things* tome la forma con la que hoy la conocemos, así como la infinidad de guiños a esta época que encontramos en la serie en relación con la cultura y estilo de vida de la década de los ochenta.

- **Influencias principales: Stephen King y Steven Spielberg**

Stephen King

"*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 al famoso escritor."(Adams, 2017: 29)

Nacido en Portland, Maine, el 21 de septiembre de 1947, Stephen King se ha convertido en la mayor influencia por sus obras en esta maravillosa serie. Ya desde pequeño se veía su espíritu emprendedor y creativo. Comenzó a escribir por diversión en el colegio, siguiendo con esta práctica en la universidad donde se licenció de Literatura Inglesa para finalmente acabar como profesor en 1971, además de ejercer su pasión: la escritura.

"King ha publicado cincuenta y cuatro novelas y varios libros de cuentos, también es el autor de varios guiones tanto para películas como para series de televisión y varios libros de no ficción."(Adams, 2017: 30)

Obras de Stephen King en las que se inspira *Stranger Things*

It (Eso)

Publicada en septiembre de 1986, narra la historia de una pandilla de amigos que en su infancia lucharon contra un monstruo que secuestraba a los niños de su pueblo. Estos pequeños ya han crecido pero treinta años después vuelven a ocurrir los mismos sucesos que en aquella época, hecho que obliga a este grupo a volver a reunirse y acabar finalmente con ese monstruo, el payaso "Pennywise".

Película: *It*, dirigida por Tommy Lee Wallace, emitida en 1990.

Semejanzas:

IT	STRANGER THINGS
Pandilla de amigos (6 niños+1 niña)	Pandilla de amigos (4 niños + 1 niña, a la que se une otra en la 2ª temporada)

STRANGER THINGS, LA SERIE:

ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Desaparición de niños (comienza por la desaparición de “Georgie”)	Desaparición de niños (comienza con la desaparición de “Will Byers”)
---	--

Grupo de amigos que se juntan porque son “los marginados” por los demás y se hacen llamar “el club de los perdedores”	Grupo de amigos que se juntan por el mismo motivo, se burlan de ellos en el colegio por ser unos <i>frikis</i>
---	--

Monstruo: “Payaso Pennywise”	Monstruo: “Demogorgon”
------------------------------	------------------------

Uso del tirachinas como arma (“Beverly” usa el tirachinas y bolas de plata para matar al payaso)	Uso del tirachinas como arma (en este caso por parte de “Lucas”)
--	--

Miedo a los payasos	Miedo a los payasos: por parte del pequeño “Will”
---------------------	---

Tipografía Título del libro: ITC Benguiat	Tipografía Serie: ITC Benguiat
---	--------------------------------



Fuente imagen: caras.cl

Ojos de Fuego

La historia trata sobre un padre y su hija, “Andy” y “Charlie McGee” los cuales se escapan del Departamento de Inteligencia Científica de Estados Unidos, conocido como “The Shop”. Nos cuenta la vida de “Andy” y su novia “Victoria” en la universidad y cómo acaban inmersos en el desarrollo de un experimento al mando de “The Shop” que tiene como objetivo ingerir una droga alucinógena que otorga poderes psíquicos. Ambos desarrollan facultades: por un lado “Andy” puede controlar a las personas con la mente y “Victoria” tiene habilidades telequinéticas. La droga permanece en su ADN y cuando nace la pequeña “Charlie”, hija de los dos, tendrá la habilidad de generar fuego con el pensamiento.

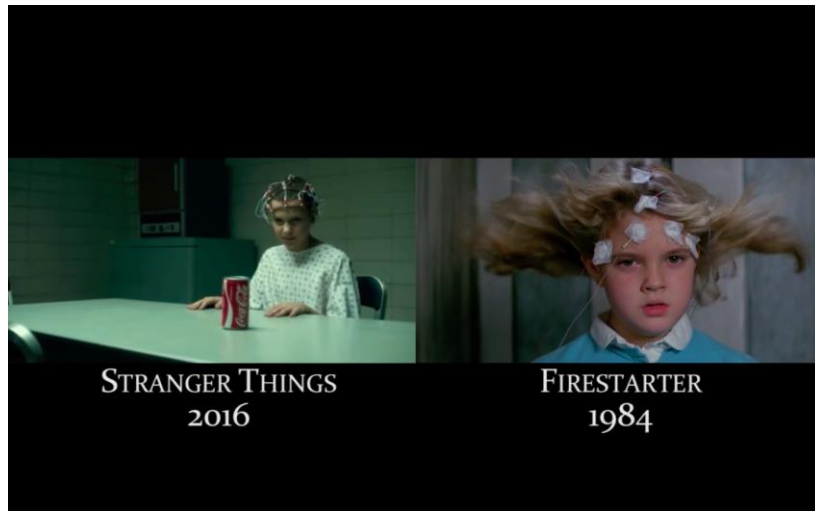
Película: *Firestarter*, dirigida por Mark L. Lester en 1984.

Semejanzas:

OJOS DE FUEGO	STRANGER THINGS
“Charlie McGee”: niña con poderes telequinéticos.	“Once”: niña con poderes telequinéticos
Sangra por la nariz cuando ejerce sus poderes	Sangra por la nariz cuando ejerce sus poderes

STRANGER THINGS, LA SERIE:
ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Persecución del gobierno para investigarla y sacar provecho de ella	Persecución del gobierno para usarla como arma contra los comunistas
Escena en la que “Charlie” hace fuego en la cabina de la agencia gubernamental	Escena en la que “Once” rompe una lata de Coca-Cola en el Laboratorio de Hawkins



Fuente de la imagen: Thevenon Ulysse en Youtube.

Cabe mencionar que Stephen King había creado una novela similar a la historia de *Ojos de Fuego*, *Carrie*, de hecho fue su primera novela en escribir. En esta la protagonista vuelve a ser una niña que tiene poderes telequinésicos y que también sirve como inspiración a los hermanos Duffer para la creación de la serie.

El cuerpo

Novela publicada en la colección *Las cuatro estaciones* en 1982. Narra la historia de un grupo de amigos en el verano de 1960 en Maine. La desaparición de un chico, “Ray Brower”, capta la atención de esta pequeña pandilla formada por “Gordie”, “Chris”, “Teddy” y “Vern” que se lanzan a la búsqueda del cuerpo.

Sin embargo, lo que ha dado mayor alcance a esta novela ha sido su adaptación en la película *Stand by me (Cuenta conmigo)*, dirigida por Rob Reiner cuya emisión se produjo en 1986.

Semejanzas:

THE BODY/STAND BY ME	STRANGER THINGS
Pandilla de cuatro amigos: “Gordie”, “Chris”, “Teddy” y “Vern”	Pandilla de cuatro amigos: “Mike”, “Will”, “Lucas” y “Dustin” (más tarde se une “Once”)
Desaparición de un chico: “Ray Brower”	Desaparición de un chico: “Will Byers”
Los niños buscan el cuerpo de “Ray”	Los niños buscan a “Will”
Escena en la que pasan por unas vías de tren	Similitud: escena en la que pasan por unas vías de tren
Madurez por parte de la pandilla de niños que asumen el riesgo y se lanzan a la búsqueda	Madurez por parte de la pandilla de niños que asumen el riesgo y se lanzan a la búsqueda

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Monstruo: es la muerte en sí misma.

Escena: el gesto de darse las manos como unión ante el peligro

Monstruo: "Demogorgon"

Escena: cuando "Mike" y "Lucas" se perdonan y se dan la mano: evoca a la película de *Cuenta conmigo*.



Fuente: Thevenon Ulysse en Youtube.

Es tan clara la similitud entre estas características que hasta el propio Stephen King no dudó en publicar en Twitter un comentario sobre lo mucho que le había gustado la serie:

"Ver Stranger Things es ver los grandes éxitos de Steve King, en el buen sentido de la palabra"

Fuente: Twitter de @Stephenking



Steven Spielberg

Nacido el 18 de diciembre de 1946 en Cincinnati, es a día de hoy, uno de los más exitosos directores y productores del mundo cinematográfico. Ya desde pequeño sentía gran impulso y apego hacia este ámbito. Ingresa en la universidad pero acaba por abandonarla para ejercer su carrera como director. Empieza en la televisión con la serie *Night Gallery* y crea su primer largometraje en 1971 con *El diablo sobre ruedas*.

Sigue creando películas, destacando especialmente *Loca Evasión* y *Tiburón*, filme que lo lanzó al mundo de la fama en 1975. Cuenta con treinta películas en su amplia carrera de

**STRANGER THINGS, LA SERIE:
ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL**

cuarenta y cinco años, entre las que destacamos algunas tan célebres como *La lista de Schindler*, *Parque jurásico*, *Indiana Jones* y *Salvar al soldado Ryan* entre otras.

Películas de Steven Spielberg en las que se inspira *Stranger Things*

E.T. El extraterrestre

Cuando Steven Spielberg creó esta película, se basó en cierta parte en sí mismo, ya que al producirse el divorcio de sus padres, este se inventa en su cabeza un amigo imaginario que es extraterrestre.

Estrenada el 6 de diciembre de 1982, cuenta la historia de un pequeño extraterrestre que fue abandonado en la tierra bastante desorientado, es ahí cuando conoce a “Elliot” que se convierte en su mejor amigo. El pequeño “Elliot” intentará ocultar a este singular amigo para que no lo capturen los científicos, hecho que hace planear junto con sus amigos y hermanos devolverlo de nuevo al lugar del que proviene.

Semejanzas:

E. T.	STRANGER THINGS
Personaje extraño, misterioso, con poderes: “E.T.”	Personaje extraño, misterioso, con poderes: “Once”
Pandilla de amigos entre los que destacan la hermana pequeña de “Elliot” y su hermano mayor.	Pandilla de amigos: “Mike”, “Will”, “Dustin” y “Lucas”. Mencionando también a “Nancy”, hermana de “Will”, “Steve”, novio de “Nancy” y “Jonathan”, hermano de “Will”.
Núcleo amistoso entre “E.T.” y “Elliot”	Núcleo amistoso entre “Once” y “Mike”
Persecución por parte de científicos a “E.T.”	Persecución por parte del gobierno a “Once”
Unión y fraternidad entre los componentes del grupo	Unión y fraternidad entre los componentes del grupo
Escena en que visten a “E.T.” de niña para que no lo reconozcan	Escena en que visten a “Once” con peluca y vestido rosa para que no la reconozcan
Escena en la que se ve a “E.T.” en medio del bosque bajo la lluvia y “Elliot” lo encuentra	Escena en la que se ve a “Once” en medio del bosque bajo la lluvia y la encuentran, iluminándola con una linterna
Escena en la que aparece “E.T.” escondido entre los muñecos	Escena en la que aparece “Once” escondida debajo de la cama
Escena en la que aparece “E.T.” mirando la televisión con su dedo	Escena en la que aparece “Once” viendo la televisión pulsando con el dedo un botón
Uso de bicicletas por parte del grupo	Uso de las bicicletas por parte de la pandilla
Escena en la que “Elliot” lleva a “E.T.” delante en la bicicleta y comienzan a volar	Escena en la que “Mike” lleva a “Once” en la bicicleta y empieza a hacer volar los coches

**STRANGER THINGS, LA SERIE:
ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL**



Fuente: Thevenon Ulysse, Youtube

Los Goonies

Como lo que va siendo una línea general hasta el momento, *Los Goonies* habla sobre un grupo de chicos: “Mikey”, “Data”, “Mouth” y “Chunk”. “Mikey” junto con su hermano mayor forman el grupo al que llaman “Los Goonies”. Un día van al desván de su casa y encuentran un mapa del tesoro y se disponen a salir en su búsqueda, acabando involucrados en un problema con una familia de delincuentes y el robo del tesoro de unos piratas. Estrenada en 1985 se ha convertido en un referente de mucho éxito.

Semejanzas:

LOS GOONIES	STRANGER THINGS
Grupo de amigos: “Mikey”, “Data”, “Mouth”, “Chunk”.	Grupo de amigos: “Mike”, “Lucas”, “Will” y “Dustin”.
“Chunk”: el glotón del grupo	“Dustin”: el glotón y gracioso del grupo
Uso de linternas como herramienta	Uso de linterna como herramienta accesorio
Trama de aventura y descubrimientos	Trama de aventura y descubrimientos
Portada de la película: aparece el grupo de amigos en escala	Portada de la serie: aparece el grupo de amigos en escala
“Mikey”: el amigo cariñoso y amistoso	“Mike”: el amigo cariñoso y amistoso
Sentimiento de valentía del grupo	Sentimiento de valentía del grupo

Para que los actores del reparto tuvieran una ligera idea de cómo querían que interpretasen las escenas y que fueran conscientes de la época donde se desarrollaba la serie, los hermanos Duffer le recomendaron esta película, junto con la ya comentada anteriormente *Cuenta conmigo*.

Fuente: es.vida-estilo.yahoo.com



**STRANGER THINGS, LA SERIE:
ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL**

Poltergeist

Estrenada en 1982 cuenta la historia de una familia, “Steven” y “Diane”, junto a sus hijos, “Dana”, “Robbie” y “Carol”, que se muda a una casita en California. Empiezan a ocurrir cosas extrañas como que el televisor emite una serie de voces cuando se apaga o que los muebles se cambian de sitio.

De repente un día aparece un tornado y la pequeña “Carol” desaparece esa misma noche. No es hasta el día siguiente cuando “Robbie” escucha a su hermana a través del televisor. Piden ayuda a un grupo de parapsicólogos y una médium espiritual que afirma que en esa casa hay fantasmas del pasado que se han llevado a “Carol” a otra dimensión.

Se dan cuenta que la entrada a la otra dimensión reside en el cuarto de los niños y la salida en el techo del salón, es entonces cuando “Diane” a través de una cuerda logra coger a “Carol” y salir llenas de textura viscosa y líquida. Pero el monstruo vuelve de nuevo y logran escapar al jardín donde se encuentran con cadáveres descompuestos. La casa estaba construida bajo un cementerio.

Semejanzas:

POLTERGEIST	STRANGER THINGS
Desaparición de una niña: “Carol”	Desaparición de un niño: “Will”
Fenómenos paranormales	Cosas extrañas, fuerzas sobrenaturales
Monstruo: fantasma	Monstruo: “Demogorgon”
Presencia de otra dimensión: es donde residen los fantasmas	Presencia de otra dimensión: el mundo del revés.
Conexiones de “Carol” con su madre a través de aparatos como la televisión	Conexiones de “Will” con su madre a través de las luces
Presencia de cuerpos y material viscoso y líquido cuando rescatan a “Carol”	Presencia de cuerpos viscosos cuando rescatan a “Will” en el mundo del revés
Escena de “Diane” empujando la cuerda para rescatar a “Carol”	Escena de la cuerda para rescatar a un joven científico que entra en el mundo del revés
	Referencia a la película en un capítulo de la serie: “Joyce” le ofrece a “Will” unas entradas de cine para ver <i>Poltergeist</i>

Fuente imagen:
magnet.xataca.com



STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Otras películas de Steven Spielberg que sin duda han marcado la exitosa serie son *Tiburón* o *Encuentros en la 3ª fase*.

En *Tiburón* nos encontramos con un monstruoso depredador que persigue a sus presas bajo el agua tomado como orientación el olor de la sangre, las playas dejan de ser lugares de descanso para convertirse en una de las peores pesadillas, y claro, en *Stranger Things* nuestro monstruo es un “Demogorgon”, una especie de humano sin cara nacido de la ciencia que también da caza a sus presas cuando huele la sangre.

Además los hermanos Duffer tenían devoción por esta película que querían rodarla en una zona costera en sus inicios, de hecho en Amity Island, el pueblo donde se rodó *Tiburón*, aunque finalmente se acabara rodando en Atlanta.

Encuentros en la 3ª fase trata sobre un hombre, “Roy”, que divisa en el cielo una serie de objetos extraños, éste se hace amigo de una mujer que también ha vivido la misma experiencia, “Jilian”, y juntos deciden resolver sus dudas en cuanto a estos sucesos. Paralelamente un grupo de científicos investiga la aparición de *ovnis* y objetos extraños. No hay ninguna duda de que fenómenos extraños no faltan en *Stranger Things*, de hecho el propio título de la serie habla por sí solo: *Cosas Extrañas*.

- **Huella de otros autores en la serie**

Alien

Dirigida por **Ridley Scott** y emitida en 1979, narra la historia de una nave en la que se encuentran siete personas que son avisadas de que se ha detectado una actividad extraña, una forma de vida que nunca antes habían visto que proviene de un planeta cercano al que la nave se dirige para conocer el lugar de dónde viene ese misterioso ser. No solo hay una relación evidente en cuanto a la serie por la presencia de una forma de vida distinta, en este caso el “Demogorgon” y “el mundo del revés”, sino que además toman de esta película escenas idénticas como esta:



Fuente: Thevenon Ulysse Youtube

Se asemeja con el capítulo de *Stranger Things* en el que los científicos del laboratorio investigan la vida que hay en el mundo del revés. Además los tentáculos, la materia viscosa y líquida que aparece en esta película, la encontramos también en la serie.

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

La cosa

De vital importancia en la serie es también la presencia de la figura de **Jhon Carpenter** que sin duda ha sido una fuente de gran inspiración para los hermanos Duffer.

Al igual que en la película *Alien*, en *La cosa* emitida en 1982 se habla sobre el descubrimiento de un organismo que imita otras formas de vida proveniente del espacio exterior y que ha estado enterrado bajo nieve más de cien mil años. La cosa se pone seria cuando al descongelarse sufre un cambio extravagante. No hay duda que para inspirarse en la creación del "Demogorgon" tomaron de esta película el ejemplo.



Fuente: imdb.com



Fuente: zbrushcentral.com

¿Parecidos razonables, no creéis?

Nightmare on Elm Street

En esta película, dirigida por **Wes Craven** y emitida en 1984, se narra la historia de "Freddy Krueger", un malvado hombre con la cara deformada por quemaduras que se cuela en los sueños de algunos jóvenes de la calle Elm, consiguiendo que la hora de dormir se convierta en la peor pesadilla de sus vidas. Lo que al principio parecía un simple sueño comienza a ser real y las muertes entre el grupo de amigos se convierten en algo habitual. Si bien, toda esta historia tiene un trasfondo y es que, "Freddy Krueger"

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

resulta ser un asesino al que los padres de este grupo de amigos quemaron vivo hace unos cuantos años cuando descubren que había matado/abusado de varios niños.

La relación de esta gran película con la serie de nuestro estudio radica en el papel de “Nancy”, hermana de “Will”, que adopta el mismo nombre que una de las protagonistas de esta película. Además en una de las escenas de la serie, se ve cómo el “Demogorgon” se asoma a través de la pared al mundo humano, clara escena que coge de esta película.



Fuente imagen: es.strangerthings.wikia.com

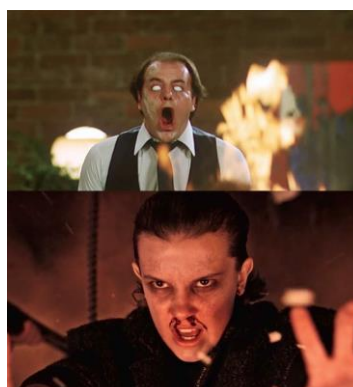
Escena: “Joyce” la madre del pequeño desaparecido “Will” ve a través de la pared el monstruo, al igual que la aparición de “Freddie Krueger” a través de la pared en la película.

Scanners

Dirigida por **David Cronenberg** y emitida en 1981 nos cuenta la historia de un mundo en el que unas cuantas personas, denominadas “scanners”, tienen una serie de habilidades o poderes como leer la mente o incluso matar a otras personas a través del pensamiento.

Los hermanos Duffer hacen honor a esta película con uno de los personajes principales de la serie, por no decir el principal: la pequeña “Nancy” y sus poderes telequinéticos utilizados por el gobierno estadounidense como arma para explorar a los comunistas.

Fuente imagen:
Upsocl.com
y criticafterdark.blogspot.com



STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Hemos hecho un análisis sobre las películas de esta década que mejor se ven reflejadas en la serie y que los propios directores asumen que han utilizado para su elaboración; si bien, son múltiples las referencias ochenteras que encontramos y que se nos hacen bastante difíciles de mencionar dada la extensión, por ello, a continuación haremos una enumeración de los productos, *looks*, caracterizaciones, música y demás guiños a la década de los ochenta estadounidenses que aparecen en esta serie.

- **Clichés años ochenta en la serie**

Música

Parece ser que los hermanos Duffer no dejaron ningún cabo suelto, y es que hasta la propia banda sonora de la serie está ambientada en películas y grupos de esta época. ¿Qué sería de las películas o series sin la música de fondo? Y más aún en géneros como el terror o ciencia ficción donde el acompañamiento musical es clave para generar sensaciones en el espectador.

Los hermanos Duffer unieron toda una serie de fragmentos de bandas sonoras de películas que les gustaban y temas del director y compositor **Jhon Carpenter**. Sabían que querían una banda sonora electrónica, algo que recordase al sonido de antaño, y lo encontraron en **Kyle Dixon y Michael Stein**, integrantes de la banda SURVIVE.

El dúo compuso toda una serie de demos para dar una idea del abanico tonal que podían ofrecer, no solo para los momentos de terror sino también para los más tranquilos y emotivos. Tanto Stein como Dixon se han visto muy influidos por la música para películas, por eso citaron bandas sonoras de artistas como **Carpenter, Tangerine Dream, Giorgio Moroder y Goblin**, los cuales fueron imprescindibles para la creación de la banda sonora de la serie. (Adams, 2017: 15, 16)

La música de Carpenter se basa esencialmente en el uso de sintetizadores como base, creando la tensión y el tono de la película mediante una serie de acordes repetitivos y pinceladas electrónicas que contribuyen a la creación de una atmósfera tenebrosa. En cuanto a Kyle Dixon y Michael Stein:

Al igual que en su banda madre, el sintetizador analógico (Prophet 6 y ARP 2600) es el instrumento clave que configura el espectro sonoro de la serie. Desde el tema de apertura, con visos de convertirse en un clásico, hasta los fragmentos sonoros que se van reproduciendo a lo largo de los ochos capítulos y que apelan sin remisión a las bandas sonoras de John Carpenter y a las de Tangerine Dream (Muñoz, Marc. Agosto de 2016. *El dúo que está detrás de la banda sonora de "Stranger Things"*)

Es algo evidente que Dixon y Stein lograron con creces transportarnos a esos pequeños lugares que aparecen en las escenas, el sonido metálico y estridente en los momentos de tensión, también de hacernos sentir partícipes del grupo de amigos, haciéndonos empatizar con los personajes que aparecen tras la pantalla.

Si bien, cabe destacar que a pesar de que el protagonismo musical se lo lleve este dueto, encontramos en la serie multitud de canciones de grupos de esta época o de años anteriores que hacen únicas varias escenas o capítulos como:

- *Should I Stay or Should I Go* del grupo The Clash, el cual formaba parte de la primera oleada del *punk* británico.

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

- *Hazy Shade of Winter* del grupo de rock femenino The Bangles, famoso por uno de sus éxitos *Eternal flame*.
- *Can't seem to Make you Mine* del grupo The Seeds.
- *Every Little Bit* de Ian Curnow y Jackie James.
- *Heroes* de David Bowie.
- *Atmosphere* de Joy Division, actualmente New order.
- *Exit* y *Horizon* del grupo Tangerine Dream, mencionado anteriormente
- *Y Fields of coral* de Vangelis entre otros.

Identidad visual de la serie

Como no podía ser de otra manera la identidad visual de *Stranger Things* está completamente plagada de guiños a esta época, de hecho, es una de las técnicas que más han usado los hermanos Duffer para promocionar la serie a través de carteles, productos, tipografías, etc.

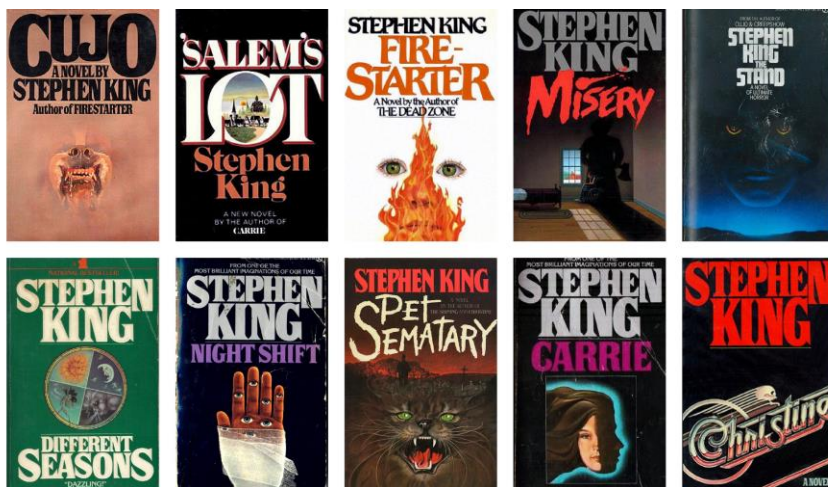
Comencemos por el **logotipo del título de la serie**. La tipografía que se emplea es una modificación de la fuente de letra ITC Benguiat llevada a cabo por International Typeface Corporation, cuyo diseño se le atribuye a Ed Benguiat. En un inicio se crearon veinte logotipos para la serie, pero finalmente se decantaron por el que mostramos a continuación.

El proyecto de identidad y animación fue desarrollado por el estudio creativo Imagina Forces, junto al diseñador Jacob Boghosian con la música del grupo Survive. Para la creación del logo el diseñador Jacob comenta que se inspiró en las **portadas de libros de Stephen King**, como también en los **carteles de películas de los ochenta**.

También se inspiraron en **Richard Greenberg**, quién creó los títulos para *Alien* o *Los Goonies*.

Para la animación de las piezas, las letras fueron coreografiadas intencionalmente para no desvelar su significado hasta que no se unan, como si fuera un rompecabezas que termina de encajar, añadiendo un guiño de trama. (mercadonegro.pe 27 octubre 2017 *Conoce cómo se creó el logo de Stranger Things*)

Inspiración en las portadas de los libros de Stephen King:



Fuente imagen: brandemia.org

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Animación del logo como un rompecabezas hasta mostrarse al final completamente, inspirado en los créditos que Richard Greenberg empleó en películas de los años ochenta:



Fuente: mercadonegro.pe

¿No resulta familiar el tipo de letra?

Para el **cartel oficial de la serie** se le encomendó la tarea a Kyle Lambert que nos hace rememorar aquella época en la que los carteles se hacían a mano, especialmente los que se crearon para películas de ciencia ficción, misterio y terror. Así pues, para llevar a cabo la creación del póster promocional se basó en los trabajos de Drew Struzan, ilustrador de múltiples carteles de películas de los años ochenta como *Blade Runner* o *La cosa*.



Fuente de la imagen: hipertextual.com

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Caracterización de los personajes y de la serie (estilo y productos)

Estilo

Al igual que sucede en las películas, y mucho más en aquellas que están ambientadas en otra época, el vestuario es imprescindible, pues debe ir acorde con la ambientación de la producción que se esté llevando a cabo. Esto es una de las partes vitales en la fase de preproducción, donde se eligen diversos tipos de *looks* para la posterior grabación de la película, *spot* o, en este caso, de una serie.

Estamos dentro de una secuencia ambientada en los años ochenta de Estados Unidos, claramente no podían faltar las bandas en el pelo, tupés, gorras, hombreras, minifaldas combinadas con jerséis, el *total look denim* o moda vaquera...todo aquello que evocase a este estilo tan extravagante. Cada época trae consigo el origen de ciertos movimientos y corrientes que, entre otros elementos, encuentran su forma de expresión en la ropa o en la moda.

Es el período de la cultura y el movimiento *pop*, donde encontramos figuras inolvidables como Maddona o Michael Jackson que sin duda fueron referentes de estilo para las personas de esta década...cazadoras de cuero rojo, calcetines blancos y múltiples accesorios que marcan una tendencia que en el actualidad está comenzando a reutilizarse.

Nos encontramos también en esta misma etapa con otra corriente como el *break dance*, donde la ropa deportiva y los *jeans* fueron sin duda alguna los protagonistas. La combinación de zapatillas deportivas y chándal era el uniforme de este marcado estilo ochentero, así como las camisas anudadas en la cintura, el uso de pines o parches de tus grupos de música favoritos, estampados llamativos, recogidos de pelo imposibles, cintura alta, cremalleras...son solo una parte de este gran estilo que marcó la historia del mundo de la moda.

La persona encargada de vestir a los personajes en los primeros capítulos de esta exitosa serie fue Kimberly Adams que nos cuenta cómo fue el proceso de creación de este característico estilo ochentero:

“El mayor reto fue recrear ropa normal, la que podrían llevar padres y niños normales de la época en el *midwest* americano, porque dependiendo de la costa en la que estés se viste de una forma u otra. También había que tener en cuenta que se desarrollaba en 1983, cuando los 80 coloristas que todos recordamos aún no habían empezado” (Borrás, Daniel. 2 de agosto de 2017 *Ropas extrañas: así se diseña el vestuario (y la nostalgia) de “Stranger Things”*)

Para el resto de capítulos y de la creación del vestuario de la segunda temporada se le encomienda este mismo papel a Malgosia Turzanska y Kim Wilcox que encontraron en las revistas y fotos de la época, las bases del estilo de la serie, basándose en revistas de aquellos años como Tiger Beat y Jet, y la utilización de marcas entre las que encontramos Levi's, Pendleton, Wrangler y Lee, Vans, Nike, etc.

Así, Will usa chalecos, Dustin gorras, Mike camisetas de rayas y Lucas otras tipo “ranglan”. “Era muy importante crear personajes pero también tipologías, por espacios y por profesiones” matiza la responsable de vestuario Kim Wilcox. Policías, maestros, científicos. Todo se estudió con ejemplos reales.

“También está la idea de las clases sociales en los institutos, algo que todos conocemos muy bien y que debía reflejarse”. Dos casos muy claros: Steve, “que

**STRANGER THINGS, LA SERIE:
ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL**

es el típico *preppy*, con polos, chinos, Levi's y que lleva ropa con actitud"; y Jonathan, "con un estilo más rebelde pero con ropa que debía parecer vieja porque en su casa no podían comprarle ropa nueva cada curso". (Borrás, Daniel. 2 de agosto de 2017 *Ropas extrañas: así se diseña el vestuario (y la nostalgia) de "Stranger Things"*)

Como era de esperar, una de las referencias que tomaron para llevar a cabo el origen del vestuario fueron las propias películas de los ochenta como el caso del jefe de policía de Hawkins, "Hooper", que viste de una forma similar al policía de *Tiburón*, Martin Brody. Nos encontramos también con complementos como las gafas Wayfarer de la película *Risky Business* cuyo protagonista es Tom Cruisse o los monos de *Los Cazafantasmas* que se ponen los chicos del grupo en el primer capítulo de la segunda temporada para *Halloween*.

Así en líneas generales destacamos las siguientes prendas y accesorios:

VESTUARIO STRANGER THINGS	
<p>PRENDAS</p> <ul style="list-style-type: none"> Chalecos y jerséis Camisetas de rayas Uniforme de profesionales: policía, científicos, etc. Polos de marcas como Le Tigre (marca de mucho éxito en Estados Unidos en esta época, similar a Lacoste en Europa) Prendas vaqueras Zapatillas de baloncesto Camisetas estilo <i>nerd</i> Chaquetas con cuello de borrego Minifaldas Petos 	<p>ACCESORIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Gorras Pelucas Calcetines Gafas grandes Tupés Cardados Pendientes grandes Coletas Cremalleras



Fuente imagen: valenciaplaza.com



Fuente imagen: mediaset.es

Productos, objetos, elementos

Si bien una parte importante de esta serie son los productos que aparecen en ella y con esto nos referimos a objetos, juegos, herramientas, incluso espacios. Toda esta serie de aspectos formaría parte del *atrezzo* o decoración del escenario donde se desarrolla la serie y, en esta secuencia en particular encontramos multitud de elementos que nos

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

hacen recordar aquella época, y para los que no la vivimos, construir una imagen de lo que fue.

Al igual que el vestuario, esta es otra de las partes vitales de cualquier producción y es necesario llevar a cabo una investigación profunda para poder lograr que el espacio que queremos caracterizar se asemeje lo máximo posible a la idea o imagen que queremos transmitir.

Dada la época y el lugar donde se elige rodar la serie era de esperar que las escenas se desarrollaran en un pueblito pequeño donde los vecinos se conocen y los niños “corretean” en bicicleta por medio de la carretera hasta llegar al típico bosque donde contarían sus historias con linternas enfocando directamente a la cara y usando *walkie talkies* para recibir noticias desde el otro lado donde se encontraba tu amigo, y, de hecho, en la serie así se refleja... Pero vamos a adentrarnos un poco más en este mundo, y vamos a conocer algunos de los productos, juguetes y elementos que aparecen en la serie y que en la actualidad se han convertido en objeto de deseo entre los más fanáticos de la serie.

Como decíamos anteriormente, el medio que utilizaban las pandillas de niños para ir de un lugar a otro era sin duda la bicicleta, y, en concreto en esta serie, una BMX, solo nos basta con ver la película de *E.T.* y darnos cuenta de esta realidad. Otro medio de desplazamiento sería el *skate*, como vemos en la pequeña “Max”.

Otra de las prácticas tradicionales de esta época era las reuniones en los sótanos o garajes de las casas de tus amigos como excusa para jugar a cualquier juego de mesa, y, en la serie lo vemos reflejado desde el primer momento con el capítulo inicial de la primera temporada donde se nos muestra a los chicos jugando a *Dragones y Mazmorras*, bastante característico en los 80’s estadounidenses. Además uno de los dragones de ese juego es el propio monstruo de la serie: el temido “Demogorgon”.

El uso de muñecos en miniatura que recreasen protagonistas de películas era otra de las formas que tenían para “pasar el rato” y lo vemos en escenas donde aparecen figuras de *He-Man*, *Transformers*, etc.

Si bien, para divertirse había otros lugares donde los pequeños e incluso adolescentes acudían en masa en esta época y esos son los salones de juego o los recreativos donde se encontraban las famosas máquinas de *arcade*. Cabezas agrupadas alrededor de las pantallas esperando que un movimiento oportuno en el momento exacto, le concediera la victoria a alguno de tus amigos. Destacamos videojuegos como *Dragon’s Lair*, *Dig Dug*, *Galaga*, *Pacman* y *Ms. Pacman*, que aparecen sobre todo en la segunda temporada de la serie con la figura de “Madmax”, la otra componente femenina del grupo, bastante aficionada a estos juegos.

Fuente imagen: albedomedia.com



STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

¿Y para comer? Obviamente no podían faltar los famosos gofres de la marca Eggo que tanto le gustan a la misteriosa “Once”. Este dulce fue muy consumido en la época y los hermanos Duffer no se lo pensaron dos veces a la hora de insertarlo en la serie, así como la bebida protagonista de una de las escenas más importantes: La Coca-Cola (con su correspondiente diseño original). Los famosos *snacks* de Cheetos, KFC, cuando “Steve” y “Nancy” visitan a los padres de “Barb” (amiga de “Nancy”), Oreo, etc.

Nos encontramos también con tarros y productos enlatados como el cacao de la marca Hershey’s Cocoa o el sirope de acompañamiento para los gofres de la marca Mrs. Butter Worth’s, envases a modo de *tetrabrik* donde se almacenaba la leche o el zumo de naranja para la merienda del recreo, las galletitas saladas de la marca Ritz envasadas en una caja de hojalata redonda, etc.



Fuente imagen: collage propio con imágenes de upsocl.com

Cámaras analógicas de la marca Pentax o Polaroid, de vídeo con JVC, tirachinas, linternas, pósters de películas de aquella época, videoclubs, cómics, decoración con tapices, cafeterías, bosques... son algunos de los múltiples elementos que encontramos en la serie y que forman parte de la caracterización y ambientación.

5.4. Impacto de la serie en la sociedad de consumo y resurgimiento de los años ochenta como tendencia

En este capítulo haremos un análisis sobre el impacto que ha generado la serie en la sociedad de consumo debido a la tendencia actual de esta por la reutilización de valores y modas de años anteriores que ha generado no solo la creación de productos audiovisuales inspirados en este fenómeno, sino el interés de muchas marcas por hacerse hueco en el sector de la nostalgia.

El pasado vuelve a nuestras vidas, la constante predilección de las marcas por recrear valores y modas del pasado es ya un hecho que se ha instalado en nuestra realidad para quedarse por un buen tiempo. El recuerdo, la nostalgia, la infancia... se convierten en protagonistas de esta nueva era digitalizada que busca sentirse más arropada en sus orígenes. Así lo explica Francisco Mora, especialista en neurociencia:

“en un mundo electrónico, virtualizado, en el que no tenemos contacto directo sino que vemos el mundo y a las personas a través de las pantallas y se pierde el significado del placer, la intimidad y el calor humano, el cerebro nos impulsa a una mirada retrospectiva, hace que recaemos en nuestra memoria, en los sustratos básicos de la emoción, de lo que nos hace sentirnos vivos, protegidos y seguros” (Rius, Mayte. 19 de marzo de 2017 *Lo que la afición al vintage y lo retro dicen de nosotros*)

Este gusto por revivir nuevamente el estilo de vida de antaño ha tenido una sorprendente acogida por parte de los denominados *millennials* (nacidos entre 1982 y 1994), así como por parte de la nueva *Generación Z* o *centennials*, término con el que se identifica el sector de edad comprendido desde el año 1995 hasta la actualidad. Lo cierto es que esta tendencia conecta con un grupo bastante amplio, pues no solo se beneficia de aquellas personas que disfrutaron en vivo y en directo estos años, sino que, como mencionaba anteriormente, ha logrado generar interés por parte de las nuevas generaciones.

Aprovechando este fenómeno no es de extrañar que muchas marcas encuentren un potencial enorme en esta corriente que tan bien ha sabido integrarse en nuestra sociedad actual. Es por esto que empiezan a surgir, o más bien, resurgir modas como el estilo *vintage* y *retro* pero no solo en la industria textil, sino en el sector tecnológico, gastronómico, en decoración y diseño, el sector audiovisual y en definitiva, en todos los ámbitos de nuestra vida.

Desde otra perspectiva, el sociólogo y profesor de la UOC Francesc Núñez considera que nos afanamos por recuperar el pasado porque vivimos en un mundo incierto, cambiante, y buscamos anclarnos en un terreno de refugio simbólico; pero también –y sobre todo– porque lo *vintage*, los objetos antiguos, tienen aura, son algo auténtico, singular, que permite sorprender, diferenciarse y dejar de ser vulgar en una sociedad uniforme y globalizada.

Y como objetos antiguos genuinos no hay para todos ni están al alcance de todos los bolsillos, la industria y el marketing han creado la moda y los productos retro “como alternativa de masas” al *vintage* auténtico, a los objetos fetiche, para apelar al acervo o bagaje emocional de diversas generaciones. (Rius, Mayte. 19 de marzo de 2017 *Lo que la afición al vintage y lo retro dicen de nosotros*)

¿Y dónde encontramos principalmente este interés de la sociedad de consumo por evocar de nuevo la época de antaño?: sin duda alguna en las marcas. Investigar al consumidor es una práctica obligatoria en cualquier marca que desee tener éxito en el

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

mercado; conocer a su *target*, saber por dónde se mueve, sus gustos, su estilo de vida... son aspectos necesarios para generar interés por parte del cliente, usuario o consumidor.

Solo basta con entrar en el supermercado más próximo a tu casa para darte cuenta de esta realidad, y sino, fijémonos en el *packaging* de los famosos pastelitos “Tigretón” y “Pantera Rosa” que han recuperado su aspecto original, así como la propia empresa Coca-Cola con la renovación de sus envases de lata y cristal.

¿Queremos immortalizar nuestros momentos? ¿por qué no servirnos de una cámara analógica de la marca Polaroid, Canon o Nikon o disfrutar de nuestros videojuegos preferidos con nuestra Nintendo Classic Mini? ¿de la música con el famoso tema de *Here comes the sun* de Los Beatles en nuestro tocadiscos?... y por supuesto qué decir de las marcas de ropa y calzado como Loewe, Fila, Reebok, Kappa, Nike, Adidas...que han generado una revolución de estilo con sus nuevos productos inspirados en los ochenta. Es tan evidente el éxito de esta tendencia que incluso las redes sociales se han llenado de imágenes de *influencers*² que visten con prendas inspiradas en años anteriores.

Pero hablemos del impacto que ha tenido nuestra famosa serie en este amplio sector de la sociedad y cómo las marcas han visto en este producto audiovisual un aliado para su propia promoción.

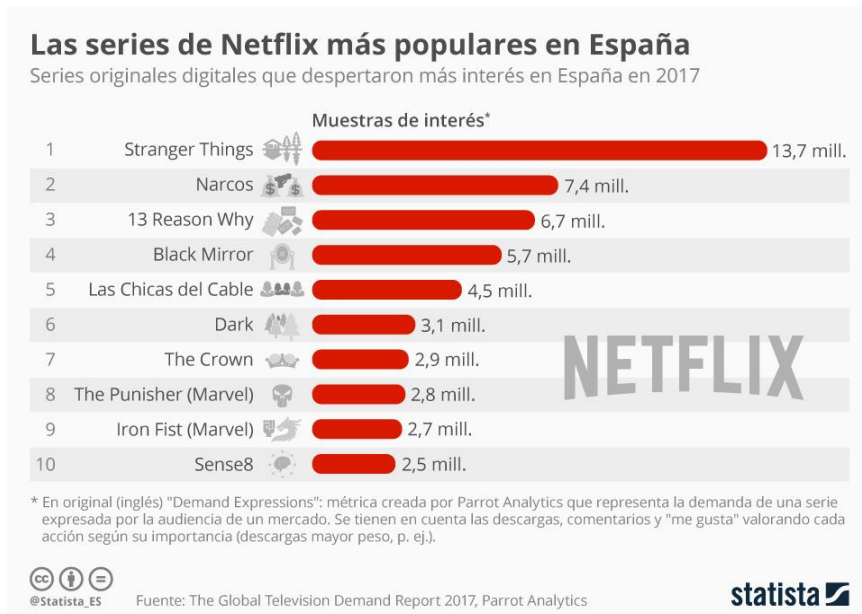
El primer episodio de la serie de Netflix obtuvo 15.8 millones de espectadores en el tercer día de su emisión, según Nielsen, y le pisa los talones a la reina de la televisión 'Juego de Tronos'. Pero también se ha convertido en un fenómeno cultural (vuelven los 80), económico y social. La revista estadounidense Time ha elaborado la lista de las 30 personalidades jóvenes más importantes del mundo durante 2017 y entre los destacados se encuentran Once (Millie Bobby Brown) de 'Stranger Things' y Brandon Stark de 'Juego de Tronos'. (García, José L. 13 de noviembre de 2017 *El fenómeno “Stranger Things” revitaliza marcas, modas y valores de los 80*)

De acuerdo con el “Statista Survey Film & TV Awards 2017”, *Stranger Things* fue la segunda serie más vista por los estadounidenses, tan solo después de Juego de Tronos y seguida por *House of cards*, *This is us* y *Fargo*. Parrot Analytics estimó que en lo que va de 2018, *Stranger Things* es la segunda serie más demandada de internet, después de *Star Trek* y por delante de *Black Mirror*. (Noguez, Octavio. 22 de febrero de 2018. *Las ventas de Kellogg’s se han incrementado gracias a Stranger Things*)

² **Los influencers o Marketing de influyentes** son personas que han surgido de sus canales de YouTube, *blogs* o cualquier otra red social. Es la persona que puede hacer que tu negocio consiga más popularidad y visibilidad online. Su figura hace que sus opiniones y aportaciones a través de la red, tengan credibilidad sobre los temas en los que están especializados y el poder de las redes lo hace todo, porque se han convertido en líderes mediáticos gracias a la inmediatez de Internet. (Galiana, Patricia. 7 de Marzo de 2017 en mglobalmarketing.es *Qué es un influencer y por qué lo necesitas para mejorar tu estrategia de marketing*)

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Netflix supo ver en esta serie el enorme potencial que sin duda ha demostrado que tiene. Como abordábamos en capítulos anteriores, esta empresa se caracteriza por ser pionera en ofrecer contenido audiovisual propio a sus espectadores, ventaja que la ha situado, entre otras cosas, en una de las marcas líder en este sector, por ello no es de extrañar que *Stranger Things* haya alcanzado tanto éxito en el mundo actual convirtiéndose en la serie digital más popular de España en 2017 con un total de 13,4 millones de muestras de interés por parte de los espectadores. Así lo vemos en el siguiente gráfico:



Fuente de la imagen: es.statista.com

Dado que la propia empresa no facilita a día de hoy los datos de audiencia ni el impacto que generan sus series, nos basamos en el tráfico generado en los medios y redes sociales que, desde el estreno en julio de 2016 de este gran fenómeno, no han parado de inundar internet con noticias, curiosidades, imágenes, vídeos... de la serie.

Para ser exactos, en el estreno de la segunda temporada de la serie, emitida el 27 de octubre de 2017, se publicaron 3.700.000 tuits a lo largo de la semana, según páginas webs como Sensacine, y en cuanto al número de impresiones, este número se dispara a gran escala; pues cada publicación tiene un conjunto de *likes* y *retweets* que hacen aumentar el impacto hacia aquellos usuarios que no son seguidores de la serie.

A continuación mostramos una monitorización de la serie, realizada entre el 26 de octubre de 2017, justo el día anterior al estreno y el 28, donde se recogen los siguientes datos:



Fuente de la imagen: blog.cool-tabs.com

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

La información que recogemos es la siguiente: durante el 26, 27 (estreno de la serie) y 28 de octubre de 2017 se realizó la publicación de 85.500 tuits, de los cuales 34.100 son publicados por la propia empresa, es decir, Netflix, como forma de promoción, información y atracción de los usuarios. 66.000 fueron publicaciones realizadas por los propios usuarios seguidores de la serie, con una consecuencia directa en el número de impresiones, llegando a ser estas de 1.770.000.

Pero la cosa no se queda solo en Twitter, redes como Instagram, también han sido invadidas por este fenómeno ochentero de la serie, creándose incluso *gifs* animados para las historias de Instagram con las caras de los protagonistas de *Stranger Things*, así como el increíble número de seguidores con el que cuentan cada uno de ellos, convirtiéndose en los actores infantiles que más eco están causando en los medios y en especial, la famosa Millie Bobby Brown (Once), de la que hablaremos más adelante por sus colaboraciones con grandes marcas de moda.

Si bien cabe destacar que la propia serie ha sabido ver los beneficios de internet, empleando las ventajas que ofrece y generando una **estrategia de marketing** para la promoción de esta dirigida a los usuarios en distintos medios y redes. Nos centraremos en las estrategias que ha llevado a cabo en España.

Para *Stranger Things* se focalizaron en las redes sociales, en concreto Facebook, donde los usuarios podían visualizar *gifs*, *miniclips* y tráilers que tenían como objetivo crear una comunidad de fans fiel y comprometida con el producto, así como suscitar interés entre el público. Además para crear mayor expectación y énfasis llevaron a cabo una emisión en directo desde la plataforma Twitch, a través de la cual los seguidores de la serie hacían una serie de votaciones en torno a las cosas que podrían ocurrir en la secuencia.

Una vez que se produjo la emisión del primer capítulo, llevaron a cabo la creación de una página en la que los usuarios podían mandar mensajes mediante un *gif* referido a alguna escena de la serie, para acabar lanzando más tarde un vídeo interactivo en la cuenta de Netflix de Youtube, donde se podía visualizar la casa del pequeño desaparecido “Will Byers”

Y es que, esta serie ha generado tanto *engagement*³ con su público que se extiende a multitud de ámbitos como el comercial, creando gran variedad de productos que han generado un enorme revuelo entre los fanáticos de la serie y que han hecho que las marcas vean en este fenómeno audiovisual un enorme potencial donde poder promocionarse y generar beneficio.

Es tal el impacto que ha generado, que incluso algunos artistas han querido inspirarse en esta serie creando obras propias honrando este fenómeno que se han convertido en uno de los productos más demandados en las navidades de 2017 en España, o lo que es lo mismo, “el *Fan art* de *Stranger Things*”, en concreto un póster de Fernando Ojeda.

Póster de Fernando Ojeda:

³ El **engagement** es un compromiso que crea una marca para con sus seguidores en el mundo digital y viceversa, es decir, es el compromiso, seguimiento y la interacción que tienen los usuarios con sus marcas favoritas. (Parra, Camilo. *El engagement es como una relación amorosa* en marketingdecontenidos.com)

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

Fuente imagen:
elperiodico.com



A continuación presentaremos algunos de los productos del *merchandising* de la serie que más éxito han tenido y que pueden encontrarse en multitud de tiendas *online* como por ejemplo, en amazon.es:



Fuente imagen: collage propio hecho con imágenes de amazon.es

Pero esto no se queda aquí, multitud de marcas y firmas de ropa también han sido seducidas por los encantos de esta maravillosa serie y no han perdido la oportunidad de crear productos inspirados en ella, así como de colaborar con los protagonistas de la serie. Destacar también el notable incremento de ventas que han sufrido muchas de las marcas como consecuencia directa de su aparición en este fenómeno mediático, algunas de ellas mencionadas en el capítulo anterior.

Mostramos a continuación algunos ejemplos de todo este impacto mediático, como la guía creada por la revista Glamour sobre las zapatillas que aparecen en la serie y, que a día de hoy, están arrasando en todas las tiendas: Adidas Gazelle, Sk8 Hi Vans, Reebok Classic Leather, Puma Turin, Converse All Star, Nike Air Vortex y Nike Cortez.

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL



Fuente de la imagen: *collage* propio con imágenes de glamour.es

Es tal el efecto que han generado estas zapatillas en la serie que hasta la marca Reebok ha sacado al mercado las clásicas Reebok ExO-Fit Hi pero con la colaboración de la tienda BAIT para crear unas zapatillas personalizadas con referencias a la serie, en concreto, al primer capítulo de la segunda temporada, cuando los cuatro amigos van vestidos de *Cazafantasmas*. (réplica de las zapatillas que lleva “Dustin”)



Fuente imagen: elle.com

Y no solo en el calzado, multitud de tiendas han adoptado este estilo tan nostálgico para sus prendas como por ejemplo Zara, la cual ha sacado varias camisetas donde aparecen los personajes de películas como *Los Goonies*, *Pulp Fiction* y *Los Gremlins*.

Fuente imágenes:
Harpersbazaar.com



En cuanto a los protagonistas de la serie, destacamos especialmente a la chica de los poderes, Millie Bobby Brown, conocida como la “Shirley Temple” del siglo XXI, la cual ha

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

sido la actriz más reveladora de la serie. Es tal la expectación que ha creado esta chica de 14 años que marcas como Kenzo, Calvin Klein o Burberry la quieren como imagen de sus marcas y así ha sido en el caso de Calvin Klein, donde la pequeña actriz realizaba su primera campaña para la marca en 2017 con prendas que evocaban al estilo de los años 90.

Esta joven también ha sido portada en revistas como “L’Officiel”, “Teen Vogue” o “In Style”. Así lo compartía la actriz en su cuenta personal de Instagram en la que cuenta ya con más de 16 millones de seguidores:



Fuente de la imagen: Instagram personal de Millie Bobby Brown

En este capítulo hemos podido comprobar la repercusión que una serie puede tener, tanto a nivel mediático como social, los valores que un grupo de niños pueden ocasionar a una sociedad sedienta de ganas de vivir de nuevo aquellos años o de disfrutar de un estilo totalmente nuevo y a la vez tan *retro* en el caso de las generaciones más actuales.

Hemos podido ver, aparte de los porcentajes y cifras de audiencia, que un producto audiovisual, como esta serie, a través de su estrategia de comunicación basada en la nostalgia y en la añoranza de aquellos años, ha sido capaz de crear una comunidad de seguidores enamorados, algo que nos recuerda sin duda a las *Lovemarks* de Kevin Roberts.

6. CONCLUSIONES

Tras la realización del trabajo podemos afirmar que las hipótesis que planteábamos al inicio son ciertas, así como la consecución de los objetivos. Los productos audiovisuales como las series se convierten en focos de interés no solo para las personas si el producto es bueno, sino también para las marcas, que, como hemos podido comprobar, aprovechan la popularización de cualquier fenómeno para conseguir beneficios, y, como consecuencia, provocar un impacto en la sociedad de consumo.

Otro de los temas que hemos tratado a lo largo del trabajo ha sido la añoranza y la nostalgia por los tiempos del pasado. Desde hace tiempo este sentimiento vino a formar parte de la sociedad a través de la moda, la decoración... incluso la electrónica. El hecho de que toda esta corriente se encuentre inserta dentro de una sociedad donde la innovación y la digitalización están a la orden del día, nos hace pensar en cierta manera por qué un producto como el que hemos analizado puede tener tanto éxito, y, lo cierto, es que hoy en día, lo que venden son las experiencias.

Los vínculos emocionales con los clientes tienen que ser la base de cualquier buena estrategia de mercadotecnia o táctica innovadora. Marketing viral, marketing de guerrilla, marketing de entretenimiento o marketing de la experiencia... todo puede captar la atención si está bien hecho. (Roberts, 2005: 34)

Pensar en nuestra infancia, recordar anécdotas, sentirnos identificados cuando vemos toda esa colección de imágenes de antaño recogidas en la pantalla hace que conectemos directamente con aquello que estamos visualizando. Además, la utilización de este sentimiento es capaz de atraer a todo tipo de público como hemos podido comprobar con el lanzamiento de esta serie. La nostalgia consigue unir generaciones a través de un producto audiovisual: por un lado, aquellos que vivieron esta época se ven reflejados en cada una de las escenas, y, por otra parte, las nuevas generaciones se sienten atraídas a conocer el estilo de vida del pasado, de sus padres, abuelos... sus orígenes.

Por ello, no es de extrañar que *Stranger Things* sea un producto que haya tenido tanta repercusión, pues como hemos analizado a lo largo del trabajo, reúne todo lo bueno de los años ochenta estadounidenses, así como el recuerdo de aquellas películas que funcionaron tan bien aquella época, como a día de hoy, lo vuelven a hacer con series como esta o *remakes*. Si bien, destacar que, a pesar de que el foco principal de éxito de esa serie haya sido el uso de esta técnica, el trabajo empleado en los medios, así como el *merchandising* y las promociones, también han hecho de este producto un fenómeno mediático.

7. BIBLIOGRAFÍA, WEBGRAFÍA, VIDEOGRAFÍA, FILMOGRAFÍA, GRÁFICOS:

BIBLIOGRAFÍA

ADAMS, Guy (2017): "Apuntes sobre el mundo del revés. Una guía no oficial de Stranger Things". Aguilar.

PALLÀS, Martí y PÉREZ, Eloy (2018): "A través de Stranger Things". MA NON TROPO.

ROBERTS, Kevin (2005): "Lovemarks: el futuro más allá de las marcas". Empresa Activa.

WEBGRAFÍA

AIMC.COM (2018): "Audiencia Internet Estudio General de Medios". Marzo. Disponible en: <http://www.aimc.es/egm/audiencia-internet-egm/>

ÁNGEL (2016): "Historia de Netflix resumida". 15 de mayo. Disponible en: <https://inversian.com/netflix-historia-resumida/>

ALONSO GARCÍA, Ana (2017): "Stranger Things 2: así ha vivido Twitter el estreno de la nueva temporada". 30 de octubre. Disponible en: <https://blog.cool-tabs.com/es/stranger-things-2-estreno-temporada/>

APARICIO, Daniel G. (2015): "De "The sopranos" a "True Detective", la evolución de las series de culto en la última década". 3 de julio. Disponible en: <https://www.20minutos.com/noticia/24370/0/series-de-culto/the-sopranos/true-detective/>

BORRÁS, Daniel (2017): " Ropas extrañas: así se diseña el vestuario (y la nostalgia) de Stranger Things". 2 de agosto. Disponible en: <http://www.revistagq.com/moda/fashion-news/articulos/stranger-things-temporada-2-vestuario-kimberly-adams/26545>

BORRÁS, Greta (2017): "Así es el impacto de Stranger Things en la moda de esta temporada". 14 de noviembre. Disponible en: <http://valenciaplaza.com/moda-stranger-things>

BUENO, Arturo (2017): "Marketing de nostalgia ¿Por qué todo era mejor en el pasado?". 18 de octubre. Disponible en: <https://www.roastbrief.com.mx/2017/10/marketing-de-nostalgia-porque-todo-era-mejor-en-el-pasado/>

CARLOTA (2018): "Series de televisión bajo demanda: Amazon Prime Video, Movistar Series, Netflix...". 19 de febrero. Disponible en: <https://narrativabreve.com/2018/01/series-de-television-bajo-demanda-amazon-prime-video.html>

CINEMANIA.ELMUNDO.ES (2017): " Ven a probar todos los videojuegos que aparecen en Stranger Things". 4 de noviembre. Disponible en: <http://cinemania.elmundo.es/noticias/ven-a-probar-todos-videojuegos-aparecen-en-stranger-things/>

CITYEXPRESS.COM: "La inverosímil historia de éxito del fundador de Netflix". Disponible en: <https://www.cityexpress.com/blog/historia-de-exito-del-fundador-de-netflix>

CLARIN.COM (2017): "Baby boomers, Generación X, Millenials y Centenials ¿A qué generación perteneces?. 7 de julio. Disponible en: https://www.clarin.com/entremujeres/carrera-y-dinero/baby-boomers-generacion-millennials-centennials-generacion-perteneces_0_ByLXzpzEW.html

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

CRISTÓBAL, Manuel (2009): "El audiovisual, la revolución digital y la implantación de nuevas tecnologías". 2 de octubre. Disponible en: <https://www.panoramaaudiovisual.com/2009/10/02/el-audiovisual-la-revolucion-digital-y-la-implantacion-de-las-nuevas-tecnologias/>

CRUZ GARCÍA, David (2017): "Stranger Things arrasa en Twitter con su segunda temporada". 31 de octubre. Disponible en: <https://areajugones.sport.es/2017/10/31/stranger-things-arrasa-en-twitter-con-su-segunda-temporada/>

DE GORGOT, Emilio (2014): "Por qué vivimos en una sociedad de oro de las series". Septiembre. Disponible en: <http://www.jotdown.es/2014/09/por-que-vivimos-una-edad-de-oro-de-las-series/>

DE LA MAZA, Ignacio (2016): "5 razones por las que deberías estar viendo Stranger Things". 21 de diciembre. Disponible en: <http://sonarfm.cl/sonarfm/noticias/5-razones-por-las-que-deberias-estar-viendo-stranger-things/2016-07-20/170915.html>

DÍAZ ZELEDÓN, Natalia (2017): "Una temporada al otro lado de la nostalgia". 25 de octubre. Disponible: <https://www.nacion.com/viva/television/stranger-things-una-temporada-al-otro-lado-de-la-nostalgia/HETZJ44A55F6LFRCUALCTJ3Z74/story/>

DÍAZ ZELEDÓN, Natalia (2016): "Stranger Things en Netflix: se necesita un pueblo para resolver un misterio". 9 de julio. Disponible en: <https://www.nacion.com/viva/television/stranger-things-en-netflix-se-necesita-un-pueblo-para-resolver-un-misterio/RHEHU7ITTFBDNF4SGRACV6IVUE/story/>

ELCORTEINGLES.ES (2013): "Vídeo bajo demanda, nuestras pelis favoritas en cualquier dispositivo". 23 de agosto. Disponible en: <http://www.tecnologiadetuatu.elcorteingles.es/actualidad/video-bajo-demanda-en-espana/>

ELPENSANTE.COM (2015): "Operación MK Ultra: el proyecto secreto de la CIA para dominar la mente humana". 21 de mayo. Disponible en: <https://www.elpensante.com/operacion-mk-ultra-el-proyecto-secreto-de-la-cia-para-dominar-la-mente-humana/>

ELRINCONDELMARKETING.ES (2015): "La historia de Netflix y el futuro de la televisión". 24 de septiembre. Disponible en: <http://www.elrincondemarketing.es/la-historia-de-netflix-y-el-futuro-de-la-television/>

ESPINEL, Rodrigo (2017): "La historia de Netflix resumida en 20 hitos ahora que cumple 20 años". 21 de octubre. Disponible en: <https://produccionaudiovisual.com/produccion-tv/historia-netflix-20-anos/>

EUROPAPRESS.COM (2017): "Comunicado: El fan art de Stranger Things entre los productos de decoración mas vendidos estas navidades. 26 de diciembre. Disponible en: <http://www.europapress.es/comunicados/sociedad-00909/noticia-comunicado-fan-art-stranger-things-productos-decoracion-mas-vendidos-navidades-20171226171644.html>

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

EUROPAPRESS (2018): "Los niños de Stranger Things ganarán 12 veces más en la tercera temporada". 20 de marzo. Disponible en: https://www.mediaset.es/telemania/series/series-internacionales/subida-sueldo-protagonistas-serie-netflix-stranger-things_0_2533650148.html

EUROPAPRESS.ES (2017): "Stephen King analiza los paralelismos entre It y Stranger Things". 30 de diciembre. Disponible en: <http://www.europapress.es/cultura/cine-00128/noticia-stephen-king-analiza-paralelismos-it-stranger-things-20171230113417.html>

FERNÁNDEZ LACHERRI, Aloña (2017): "Vuelve "Stranger Things": el rodillo ochentero de Netflix". 15 de octubre. Disponible en: https://blogs.elconfidencial.com/cultura/series/desde-melmac/2017-10-15/stranger-things-tercera-temporada-referencias-cine-anos-ochenta_1460498/

FILIUSLUNAE (2016): "11 Influencias y referencias culturales de los 80 en la serie Stranger Things". 12 de octubre. Disponible en: http://es.strangerthings.wikia.com/wiki/Usuario_Blog:FiliusLunae/11_Influencias_y_Referencias_Culturales_de_los_80_en_la_serie_Stranger_Things

GALIANA, Patricia (2017): "Qué es un influencer y por qué lo necesitas para mejorar tu estrategia de marketing". 7 de marzo. Disponible en: <https://mglobalmarketing.es/blog/que-es-un-influencer-y-que-aporta-a-tu-estrategia-de-marketing/>

GANDARA, Adrián (2017): "El modelo de negocio de Netflix, un éxito también en las plataformas educativas". 26 de septiembre. Disponible en: <http://www.elmundo.es/extras/formacion-online/2017/09/26/59ca9c0c268e3e5d5b8b45fa.html>

GARCÍA, José Luis (2017): " El fenómeno Stranger Things revitaliza marcas, modas y valotes de los 80". 13 de noviembre. Disponible en: <https://www.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/el-fenomeno-stranger-things-revitaliza-marcas-modas-y-valores-de-los-80/6336622>

GIULIANA (2017): "Moda de ayer: moda de los años 80". 23 de noviembre. Disponible en: <https://modaellos.com/moda-de-ayer-la-moda-de-los-anos-80/>

GREENWOOD, Douglas (2017): "9 películas de culto que inspiraron "Stranger Things". 13 de septiembre. Disponible en: <https://i-d.vice.com/es/article/599xpd/peliculas-stranger-things>

KIENYKE.COM (2017): "Netflix: 20 años de historia". 28 de agosto. Disponible en: <https://www.kienyke.com/historias/netflix-20-anos>

LISTAS.20MINUTOS.COM (2012): "Las mejores series de los 80 y 90". 22 de julio. Disponible en: <https://listas.20minutos.es/lista/las-mejores-series-de-los-80-y-90-334948/>

LLANOS MARTÍNEZ, Héctor (2018): "Netflix nació hace 20 años porque a sus fundadores les dio pereza devolver "Apolo 13" al videoclub". 14 de marzo. Disponible en: https://verne.elpais.com/verne/2018/02/28/articulo/1519808873_165715.html

MARANGONI, Agustín (2017): "A qué se debe el éxito de Stranger Things". 24 de noviembre. Disponible en: <http://www.lacapitalmdp.com/a-que-se-debe-el-exito-de-stranger-things-netflix/>

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

MARCOS, Natalia (2015): "El nuevo espectador de series cambia los hábitos de consumo". 28 de diciembre. Disponible en: https://elpais.com/cultura/2015/12/20/television/1450616308_037950.html

MARTÍN, Eduardo (2016): "La extraña pero genial Stranger Things continuará su historia en una segunda temporada". 26 de julio. Disponible en: <https://es.gizmodo.com/la-extrana-pero-genial-stranger-things-continuara-su-hi-1784353427>

MARTÍNEZ, Valeria (2017): "¡Qué nostalgia! Stranger Things rinde homenaje a Los Goonies y otros clásicos carteles increíbles". 22 de septiembre. Disponible en: <https://es.vida-estilo.yahoo.com/nostalgia-stranger-things-rinde-homenaje-slideshow-wp-123432154.html>

MAUGARD, Julie (2015): "Todo lo que necesitas saber sobre el VOD o vídeo bajo demanda". 16 de diciembre. Disponible en: <https://www.killmybill.es/vod-video-bajo-demanda/>

MEJINO, Lorenzo (2015): "La expansión mundial del gigante de cable estadounidense". Octubre. Disponible en: <https://serielizados.com/las-otras-hbo-la-expansion-mundial-del-gigante-del-cable-estadounidense/>

MERCADONEGRO.PE (2017): "Conoce cómo se creó el logo de Stranger Things". 27 de octubre. Disponible en: <http://www.mercadonegro.pe/conoce-como-se-creo-el-logo-de-stranger-things/>

MILLÁN, Alejandro (2013): "Las tiendas de vídeo, ahora sí, un recuerdo". 8 de noviembre. Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/11/131107_economia_streaming_blockbuster_amv

MOHORTE (2017): "El vídeo que disecciona todas las referencias de Stranger Things 2 a las películas de los ochenta". 29 de noviembre. Disponible en: <https://magnet.xataka.com/nuestro-tsundoku/el-video-que-disecciona-todas-las-referencias-de-stranger-things-2-a-las-peliculas-de-los-ochenta>

MORA AMADOR, Tamara (2017): "Evolución y funcionamiento de los contenidos audiovisuales bajo demanda". 20 de diciembre. Disponible en: <https://medium.com/@tamara.mora/evolucion-y-funcionamiento-de-los-contenidos-audiovisuales-bajo-demanda-54e0be0b89d5>

MUÑOZ, Marc (2016): "El dúo que está detrás de la banda sonora de Stranger Things". 31 de agosto. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2016/08/29/tentaciones/1472481251_565837.html

NARCEA, Kike (2017): "Stranger Things 2". 3 de noviembre. Disponible en: <https://www.albedomedia.com/cultura/cinechrome/stranger-things-2/>

NIELSEN.COM (2016): "Cerca de la mitad de espectadores en España ya consume "tele" a la carta". 17 de marzo. Disponible en: <http://www.nielsen.com/es/es/press-room/2016/Cerca-de-la-mitad-de-espectadores-en-Espania-ya-conusme-tele-a-la-carta.html>

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

NIELSEN.COM (2015): "La guerra de las pantallas". Marzo. Disponible en: [http://www.nielsen.com/content/dam/nielsen-global/eu/docs/pdf/Global_Digital_Landscape_report_Final\(Digital\)_Spain.pdf](http://www.nielsen.com/content/dam/nielsen-global/eu/docs/pdf/Global_Digital_Landscape_report_Final(Digital)_Spain.pdf)

NOGUEZ, Octavio. (2018): "Las ventas de Kellogg's se han incrementado gracias a Stranger Things". 22 de febrero. Disponible en: <https://www.merca20.com/las-ventas-de-kelloggs-se-han-incrementado-gracias-stranger-things/>

ONIEVA, Álvaro (2016): "La referencia de "Stranger Things" a Stephen King y qué opina él sobre la serie". 21 de julio. Disponible en: <http://www.fotogramas.es/series-television/La-referencia-de-Stranger-Things-a-Stephen-King-y-que-opina-el-sobre-la-serie>

ORTIZ VILLETÁ, Áurea (2017): "El gran negocio de la nostalgia". 18 de diciembre. Disponible en: <https://valenciaplaza.com/Stranger-Things-el-gran-negocio-de-la-nostalgia>

PARRA, Camilo: "El engagement es como una relación amorosa". Disponible en: <https://marketingdecontenidos.com/que-es-engagement/>

PEREIRA, Azucena (2017): "Las referencias y los guiños a los 80 vistos en la segunda temporada de "Stranger Things"". 6 de noviembre. Disponible en: <http://www.formulatv.com/noticias/73602/referencias-guinos-anos-80-segunda-temporada-stranger-things/>

PEREZ, José María (2013): "¿Cuántos mensajes enviamos y recibimos por Whatsapp?". 22 de octubre. Disponible en: <https://www.hijosdigitales.es/es/2013/10/cuantos-mensajes-enviamos-y-recibimos-por-whatsapp/>

PIQUER MARTÍ, Sara (2018): "¿Netflix o Amazonprime video? Descubre el mejor servicio de streaming". 7 de marzo. Disponible en: <https://www.pcworld.es/articulos/internet/netflix-o-amazon-prime-video-3673067/>

PIVA, Federico (2016): "Cómo hizo Netflix para llegar donde está". Noviembre. Disponible en: <https://serielizados.com/como-hizo-netflix-para-llegar-donde-esta-television/>

PONIEWOZIK, James (2017): "Reseña: Stranger Things vuelve a acertar con su nostalgia ochentera". 26 de octubre. Disponible en: <https://www.nytimes.com/es/2017/10/26/resena-stranger-things-2-netflix/>

REBÓN, Ana (2016): "Historia series de TV". Marzo. Disponible en: <https://diariodelcineasta.com/historia-series-de-television/>

RIUS, Mayte (2017): "Lo que la afición al vintage y lo retro dice de nosotros". 19 de marzo. Disponible en: <http://www.lavanguardia.com/vida/20170319/42953844529/consumo-retro-vintage-nostalgia-consumo-millennials-tendencias-moda.html>

RUIZ, Alba (2018): "HBO vs Netflix". Enero. Disponible en: <http://www.rastreator.com/telefonía/comparar/hbo-netflix.aspx>

RUIZ, Marta Sofía (2017): "Así ha pasado Netflix de vender películas a domicilio a los cien mil millones de clientes". 25 de abril. Disponible en: https://www.eldiario.es/hojaderouter/tecnologia/Netflix-suscriptores-exito-claves-historia-evolucion_0_636936870.html

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

TECNOLOGÍA-FACIL.COM (2015): "Qué es Netflix". 24 de septiembre. Disponible en: <https://tecnologia-facil.com/que-es/que-es-netflix/>

TOVAR, Andrés (2018): "20 años de Netflix: y el negocio de las películas jamás volvió a ser igual". 14 de abril. Disponible en: <https://www.cambio16.com/ciencia-y-tecnologia/historia-de-netflix-20-anos/>

VILLAVERDE, Noah (2018): "Jhon Carpenter dismissive of "Stranger Things" connection to his film scores". 1 de febrero. Disponible en: <https://heroichollywood.com/john-carpenter-stranger-things/>

WUOMBO.COM: "El futuro de la televisión y los contenidos audiovisuales. Disponible en: <http://wuombo.com/futuro-la-television-los-contenidos-audiovisuales/>

ZAVIA, Matías (2016): "Los increíbles paralelismos entre Stranger Things y el cine de los 80". 27 de julio. Disponible en: <https://es.gizmodo.com/los-increibles-paralelismos-entre-stranger-things-y-el-1784377920>

VIDEOGRAFÍA

THEVENON, Ulysses (2016): "References to 70-80 movies in Stranger Things". 29 de julio. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=wBjgFt6lVHM&t=9s>

ENLACES GRÁFICOS

ALONSO GARCÍA, Ana (2017): "Stranger Things 2: así ha vivido Twitter el estreno de la nueva temporada". 30 de octubre. Disponible en: <https://blog.cool-tabs.com/es/stranger-things-2-estreno-temporada/>

AMAZON.ES: Merchandising de la serie: https://www.amazon.es/s/ref=sr_pg_9?rh=i%3Aaps%2Ck%3Astranger+things&page=9&keywords=Stranger+Things&ie=UTF8&qid=1528541047

CARAS.CL (2017): "Las 10 referencias más importantes de Stranger Things". 3 de noviembre. Disponible en: <http://www.caras.cl/tag/it/>

CRITICAFTERDARK.BLOGSPOT.COM (2015): "Scanners/videodrome". 30 de septiembre. Disponible en: <https://criticafterdark.blogspot.com/2015/09/scanners-videodrome-david-cronenberg.html>

CUERVO, Celia (2018): "En Zara hay una camiseta de Los Goonies y la nostalgia es infinita". 6 de abril. Disponible en: <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/compras/a19698747/camiseta-goonies-zara-nostalgia-ochentera/>

ELPERIODICO.COM (2017): "De la tele a la decoración". 28 de diciembre. Disponible en: <https://www.elperiodico.com/es/tele/20171228/stranger-things-tele-decoracion-6520337>

GARCÍA, Modesto (2017): "Así se creó el mítico logo de Stranger Things". 27 de octubre. Disponible en: <http://www.brandemia.org/asi-se-creo-el-mitico-logo-de-stranger-things>

STRANGER THINGS, LA SERIE: ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL

GODOY, Ignacio (2017): "Significado de escena final de Stranger Things 2 es terrible para Once. No debió haber dicho eso". 30 de octubre. Disponible en: <http://www.upsocl.com/muvi/significado-de-escena-final-de-stranger-things-2-es-terrible-para-once-no-debio-haber-hecho-eso/>

HIPERTEXTUAL.COM (2016): "Las maravillosas inspiraciones ochenteras de Stranger Things". 19 de julio. Disponible en: <https://hipertextual.com/2016/07/stranger-things-referencias>

IMDB.COM: <https://www.imdb.com/title/tt0084787/mediaviewer/rm2446539008>

JORGE (2017): "The Demogorgon. Abril. Disponible en: <http://www.zbrushcentral.com/showthread.php?206251-The-Demogorgon>

MAESTRO, Laura (2017): "Guía completa de zapatillas que aparecen en Stranger Things". 30 de octubre. Disponible en: <http://www.glamour.es/moda/tendencias/galerias/zapatillas-stranger-things-nike-vans-adidas-reebok/13354/image/1043277>

MÉNDEZ, M. (2017): "Stranger Things: así fue su primera portada en Netflix". 26 de octubre. Disponible en: https://as.com/tikitakas/2017/10/23/portada/1508776714_278868.html

MONTES, Juan David (2016): "14 productos de los 80 que la producción de Stranger Things logró conseguir con magia oscura". 22 de agosto. Disponible en: <http://www.upsocl.com/creatividad/14-productos-de-los-80-que-la-produccion-de-stranger-things-logro-conseguir-con-magia-oscura/>

MORENO, Guadalupe (2018): "Netflix cierra 2017 con casi 120 millones de abonados tras un trimestre récord". 23 de enero. Disponible en: <https://es.statista.com/grafico/12632/netflix-cierra-2017-con-casi-120-millones-de-abonados-tras-un-trimestre-record/>

MORENO, Guadalupe (2017): "Stranger Things, la serie digital más popular de España en 2017". 4 de abril. Disponible en: <https://es.statista.com/grafico/13416/stranger-things-la-serie-digital-mas-popular-de-espana-en-2017/>

NETFLIX.COM: <https://help.netflix.com/es-es/node/412>

NIELSEN.COM (2015): "Siete de cada diez españoles quieren total libertad para consumir vídeo en cualquier momento y lugar. 9 de abril. Disponible en: <http://www.nielsen.com/es/es/press-room/2015/siete-de-cada-diez-espanoles-quieren-total-libertad--para-consum.html> NIELSEN.COM

TANGRAMINT.COM: "The power of type un motion". Disponible en: <http://www.tangramint.com/blog-1/wl9jafszss1tnq4jib86dmrfobmx5k> TANGRAMINT.COM

THEVENON, Ulysses (2016): "References to 70-80 movies in Stranger Things". 29 de julio. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=wBjgFt6lVHM&t=9s>

FILMOGRAFÍA

- *Alien*, Ridley Scott en 1979.
- *Cuenta conmigo*, dirigida por Rob Reiner y emitida en 1986.

**STRANGER THINGS, LA SERIE:
ESTRATEGIA DE ÉXITO E IMPACTO EN LA SOCIEDAD DE CONSUMO ACTUAL**

- ***Encuentros en la tercera fase***, Steven Spielberg, 1977.
- ***E.T. El Extraterrestre***, dirigida por Steven Spielberg y emitida en 1982.
- ***Firestarter*** , dirigida por Mark L. Lester en 1984.
- ***It (Eso)*** , película original, dirigida por Tommy Lee Wallace y la actual, dirigida por Andrés Muschietti, basadas en la novela de Stephen King.
- ***Jurassic park***, Steven Spielberg en 1993.
- ***La cosa***, Jhon Carpenter en 1982.
- ***Los Goonies***, dirigida por Steven Spielberg y emitida en 1985.
- ***Nightmare on Elm Street***, Wes Craven en 1984.
- ***Poltergeist***, Steven Spielberg en 1982.
- ***Posesión infernal***, Sam Raimi en 1981.
- ***Scanners***, David Cronenberg en 1981.
- ***Tiburón***, Steven Spielberg en 1975.