

NEIL LANDAU

CÓMO SE HACEN LAS GRANDES SERIES

LA TELEVISIÓN "A LA CARTA"



ATLANTA
THE CROWN
WESTWORLD
EL CUENTO DE LA CRIADA
MR. ROBOT
BETTER CALL SAUL
FARGO
PATRIOT
FEUD
STRANGER THINGS
INSECURE
GOLIATH
OZARK
BIG LITTLE LIES
THE NIGHT OF
MASTER OF NONE
AMERICAN GODS
JUEGO DE TRONOS
THIS IS US
BROAD CITY
AMERICAN HORROR STORY
DEAR WHITE PEOPLE
(...)

LIBROS DE CINE

RIALP

NEIL LANDAU

CÓMO SE HACEN LAS
GRANDES SERIES
LA TELEVISIÓN "A LA CARTA"

EDICIONES RIALP
MADRID

Título original: *TV Writing On Demand*

© 2018 *by* Routledge, un sello de Taylor & Francis Group LLC.

© 2020 de la versión española realizada por ÁNGEL BLASCO

by EDICIONES RIALP, Manuel Uribe, 13-15, MADRID

(www.rialp.com)

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del *copyright*. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita reproducir, fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Realización ePub: produccioneditorial.com

ISBN (versión impresa): 978-84-321-5274-0

ISBN (versión digital): 978-84-321-5275-7

A mi madre, Evelyn

Índice

Portada

Portada interior

Créditos

Dedicatoria

Introducción

1. El espectador compulsivo. Las fronteras se hacen borrosas
2. El procedimental a fuego lento de temporada completa
3. Confía en mí
4. Distopías, multiversos y realismo mágico
5. Tentáculos de la historia
6. Foco directo sobre un rebelde

Autor

Introducción

DESPUÉS DE COMENZAR MI INVESTIGACIÓN para escribir el presente libro, tuvieron lugar dos hechos que no podía haber previsto: el crecimiento del “Trumpismo” y la caída del patriarcado de depredadores de Hollywood. Los efectos de la onda expansiva continúan extendiéndose a nivel nacional y global. Desde Silicon Valley hasta los movimientos antisexistas en Francia, las secuelas están afectando a todos los estratos de la cultura. Esta revolución está siendo televisada, transmitida en redes sociales y compartida; es un *Black Mirror* cultural con causas y consecuencias en la vida real que van desde inquietantes y trágicas hasta criminales y monstruosas. Aún tengo que esforzarme por comprender su gravedad.

No existe, como expresó el historiador del siglo ^{xix} Martin Jay, “coartada estética” para el mal comportamiento. El arte realizado por los acusados se ha vuelto radioactivo[1]. Por mucho que queramos separar al hombre del arte, no podemos. Celebrar su trabajo da más poder a los abusadores poderosos. Existen investigaciones formales en curso y, en muchos casos, los logros profesionales y el trabajo de toda una vida quedan justificadamente borrados e irreparablemente dañados. En otros, el tiempo lo dirá. Si una agresión plantea un problema claro de lo que es correcto e incorrecto, para algunos las supuestas transgresiones caen en un área moralmente gris. No voy a mencionar nombres implicados, porque hacerlo sería darles propaganda. Yo, y mis editores, hemos hecho todo lo posible para ser sensibles, pero si hay nombres incluidos que, después de la publicación, resultan ser lamentablemente transgresores, les pido su comprensión.

El suelo es inestable debajo de nosotros. Nada, ningún lugar ni nadie está a salvo. Parece mentira que hasta 2017 tales problemas no hayan salido a la luz. Ahora todo lo que vemos se verá a través de un prisma diferente. Es de esperar que las implicaciones a largo plazo nos traigan mejores condiciones tanto delante como detrás de la cámara. Como ha dicho Ben Travers, crítico de televisión de IndieWire: «Mucha gente espera que esto sea algo más que un punto de inflexión, que el trabajo que se haya perdido no se eche en falta porque el nuevo que se gane sea mejor... Los que fueron silenciados y expulsados y no pudieron trabajar por culpa de estos depredadores podrán ahora avanzar y prosperar»[2].

GRANDES AUDIENCIAS CONTRA NICHOS DE AUDIENCIAS. EL GRAN “BUFFET” DEL “STREAMING”

La excelencia en la narración televisiva no ha cambiado tanto en los últimos 50 años. Todavía necesitamos personajes con los que identificarnos y empatizar. El cambio radical en el ecosistema televisivo —desde las grandes cadenas de emisión tradicionales y las compañías de cable, a los nuevos gigantes de transmisión digital (Netflix, Amazon, Hulu)— ha conducido a una mayor diversidad de programas y series y a la búsqueda de una mayor “autenticidad” de la que hemos visto hasta la fecha. Las cadenas y redes tradicionales también han entrado en el juego, con opciones de acceso a sus contenidos bajo demanda o “a la carta”. Los que estén dispuestos a pagar las correspondientes tarifas de suscripción mensual pueden acceder a más de 450 series, sin anuncios. Se abre la veda, con una competencia feroz entre los operadores, para producir el contenido más audaz y fresco y ganar la mayor cantidad posible de suscriptores. Además, ya no hay distinción entre emisión, cable y *streaming* [3]. Ahora todo recibe el nombre de “contenidos”.

Como sociedad, ha cambiado nuestra relación con el tiempo —sin duda la mercancía más valiosa—, modificándose considerablemente el modo de ver las cosas. Administramos y optimizamos nuestro tiempo adoptando tecnologías más eficientes, que nos permiten realizar tareas simultáneas y exprimir más de 24 horas de trabajo/consumo/juego cada día. ¿Cómo? Nuestros dispositivos nos ofrecen lo que queremos y cuando lo necesitamos: correo electrónico, mensajes de texto, calendarios y nuestras series de TV favoritas, disponibles las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Eliminamos los anuncios, omitimos introducciones, ganamos dinero *online* sin tener que desplazarnos... lo que nos lleva a tener más de un día de vida del siglo xx en cada día del siglo xxi. Conforme la televisión continúa su evolución no hay retroceso, solo avance, y cada vez más rápido. Con el contenido de TV tan accesible, es más fácil volverse adicto, y más difícil desconectar de lo que viene después. No hay que mover ni un músculo para que el siguiente episodio comience de modo automático; estamos en una cultura donde consumimos más haciendo menos. El reciente éxito de Netflix, *Stranger Things*, nos proporcionó una experiencia maravillosa sin tener siquiera que salir de casa.

¿Estamos inmersos en una burbuja de contenido hinchada que va a explotar inevitablemente? Puedo prever cierto desgaste, pero el hecho de tener más opciones suele resultar atractivo para los navegantes de canales y aplicaciones, gente como tú o como yo. El ecosistema televisivo continúa su evolución, como el ecosistema del mundo real. Disney ha dado por terminado su acuerdo de distribución con Netflix, y los servicios de transmisión de Disney y ESPN se lanzan con acceso al contenido de Pixar, Marvel y Star Wars. Otros estudios pueden hacer lo mismo, reteniendo derechos exclusivos para sus propios y nuevos servicios de *streaming*. Por otro lado, los gigantes del *streaming*, al quedarse sin el contenido de los estudios,

comenzarán a confiar más en el contenido original. Pero, por supuesto, ya lo tenían previsto. Shonda Rhimes -“showrunner”[4] —escritora y creadora— y su socia Betsy Beers —productora— firmaron un contrato de varios años con Netflix, dando por terminada su larga relación con ABC (propiedad de Disney). Son ecos de la historia de HBO en la década de los 80, cuando los estudios menospreciaron su rápido crecimiento y éxito. HBO hizo nuevos acuerdos y salió adelante. De hecho, en 2017, Netflix realizó la primera adquisición de sus 20 años de historia: compró la editorial de cómics Millarworld (creadora de *Kingsman* y *Kick-Ass*). También recuerda a la adquisición de Marvel por parte de Disney en 2009. En 2017, Disney compró los estudios de televisión y cine de 20th Century Fox, rival de toda la vida, y se hizo con el control mayoritario de Hulu. «El contenido es el arma elegida en la televisión *online*», dice Peter Csathy, presidente de CREATV Media[5]. Otros están reconsiderando su estrategia internamente, como Les Moonves de CBS, quien sorprendió a muchos con el anuncio de que el reinicio[6] de *The Twilight Zone* se transmitiría exclusivamente en la plataforma digital All Access de CBS. Esto siguió al ofrecimiento en All Access de los partidos de la NFL (Liga Nacional de Fútbol) y *Star Trek: Discovery*. Su estreno y segundo episodio provocaron el mayor aumento en suscriptores de plataformas hasta entonces. El *streaming* «es un modelo de negocio más rentable», declara Moonves[7].

Lo que resulta un cambio completo en el panorama de juego, según expresa el jefe de FX Networks y experto en la industria John Landgraf, es la “lucha titánica” en entre Netflix, Amazon, Facebook y Apple. Los últimos gigantes de Silicon Valley se están incorporando a la ficción televisiva con el lanzamiento por parte de Facebook de “Watch”, su plataforma *premium* de video. Apple ha contratado ejecutivos de alto nivel de Sony TV, Channel 4 y Amazon para supervisar sus contenidos de ficción. Incluso Snapchat

se ha asociado con NBCUniversal para producir programación. La *joint venture* (empresa conjunta) firmó su primer acuerdo con Mark y Jay Duplass, para comenzar su primera serie de la aplicación en 2018. Por el contrario, “Watch” es una plataforma interna en la que se centralizan los videos de la red social, para que cualquiera que se adhiera a la comunidad de Facebook pueda subir sus programas. Facebook también está desarrollando un drama con Kerry Washington, además de una versión en inglés de la célebre serie noruega para adolescentes *Skam*. También tenemos a YouTube TV, que entra en la sala de estar a través de su nueva aplicación que se integra con televisores inteligentes y dispositivos conectados, incluidos Apple TV, Roku y Xbox. YouTube Red Originals abarca desde web series a largometrajes, y va creciendo en rango y alcance.

Landgraf compara el peso financiero de los gigantes digitales con un tsunami o un cañón de agua directo a la cara, «como si te dispararan a la cara con dinero todos los días», dice. «Ya veréis la batalla titánica por el talento... Al otro lado de la televisión, ya estamos viendo la otra batalla épica por controlar la atención del espectador. Porque el que controla su atención, controlará su dinero»[\[8\]](#). Veremos surgir nuevos modelos de negocio, incluso antes del final de la década. Y ciertamente habrá ganadores y perdedores.

El consumo *bajo demanda o a la carta* nos proporciona la ilusión de tener el control, si no de nuestra completa existencia, al menos de experiencias menores a través de nuestras pantallas planas, laptops, tabletas y teléfonos inteligentes. De hecho, nosotros y nuestros dispositivos estamos unidos en una relación simbiótica y co-dependiente, especialmente cuando nos enganchamos a una gran serie nueva. Jill Soloway lo resumió muy bien en la *Variety TV Summit* en junio de 2017, al decir que quedarse toda la noche en vela siguiendo una serie, es

como conocer a una persona especial y quedarse hablando toda la noche con ella. Casi como enamorarse.

Todo nos lleva a la historia que queremos contar. Visto el panorama general, la necesidad de historias “de nicho” en televisión es cada vez más urgente. «La historia no se repite, pero sí rima»^[9], dice el dicho. Son las historias que contamos las que pueden transformar una generación. En mi último libro, *TV Outside the Box*, defendí que «el nicho es la nueva corriente principal» que refleja positivamente lo distintos que somos realmente y la necesidad que tenemos —una demanda—, de inclusión. Políticamente, la idea de regresar y volver a «los viejos tiempos» atrae a algunos e indigna a otros. Nuestros tiempos son tiempos incendiarios y tiempos de divisiones, y el enorme volumen de contenido disponible nos cautiva y apacigua simultáneamente. Para muchos, *Stranger Things* fue la serie adecuada que llegó en el momento adecuado. Necesitábamos una dosis de inocencia y nostalgia para combatir el cinismo y las “noticias falsas” de nuestros días. Seguimos necesitando una válvula de escape. Necesitamos esos héroes. «Quiero dar las gracias al gran algoritmo que nos ha traído aquí», declaró Donald Glover en su discurso de aceptación del Emmy en 2017, mientras hacía historia. Estaba bromeando, pero es cierto: a pesar de la amenaza digital a la industria de la televisión tradicional, puede acercarnos más unos a otros. Su serie *Atlanta* está en FX: la red de Landgraf. El juego está lejos de terminar, y también el debate político. Hoy más que nunca, necesitamos contar las historias que nos conectan y nos acercan. Este libro da algunas ideas. Y después de todo, como dijo Charlie Brooker al aceptar su segundo Emmy para el thriller tecnológico *Black Mirror*, «el amor vencerá».

Este libro está estructurado como una aplicación bajo demanda: es en parte una descripción general de los cambios en la industria de la televisión que afectan a escritores y empresarios creativos en la era digital, y en parte una profundización por capas, con matices, en herramientas para crear guiones con la mayor fuerza posible. Es una guía de “cómo hacer” con una perspectiva novedosa para innovadores de vanguardia. Elige y selecciona lo que más te interese. Puedes leer cada capítulo en cualquier orden, cuando y como quieras. He procurado cubrir diversos estratos del nuevo y variable panorama televisivo donde los muros entre cine y televisión han caído, y los géneros y tonos se han vuelto afortunadamente borrosos. Estamos ya casi en las 500 series de ficción disponibles en múltiples plataformas; es todo un darwinismo digital lo que se está desarrollando. Este libro recoge las más galardonadas, y su porqué. Con las series en pleno furor, nos enganchamos para estar al día y evitar el MAPA[10] (el Miedo A Perderse Algo). La marea se ha alejado de las fórmulas. Estos son tiempos inciertos, que también forman el telón de fondo de lo que creo son las palabras más interesantes en la narración digital: *Cualquier cosa puede suceder en cualquier momento.*

ALERTAS DE *SPOILER*[11]: Y APRENDIZAJE DE LOS MAESTROS

En lugar de interrumpir el flujo de la lectura con una lluvia de alertas de *spoilers* a lo largo de este libro, prefiero hacer esta advertencia global: si menciono una serie que aún no has visto, mi análisis probablemente incluya *spoilers*, *whodunits*[12], cómo y porqués, así que procede con precaución. En algunos capítulos, he procurado evitar adelantar la solución al misterio central. En otros, he incluido *spoilers* para ilustrar

puntos específicos de análisis, que sirvan para aprender de los maestros que han escrito los programas.

[1] Sarah LYALL Y Dave ITZKOFF, “Charlie Rose, Louis CK, Kevin Spacey: Rebuked. Now what do we do with their work?”, *The New York Times*, 24 de noviembre de 2017, <https://www.nytimes.com/2017/11/24/arts/charlie-rose-kevin-spacey-louis-ck-art.html>

[2] Ibid.

[3] *Streaming*: flujo de datos continuo. La televisión *online* permite sustituir la “emisión” tradicional a través de ondas o cable, por la “puesta a disposición” bajo demanda. La posibilidad de “acceso” individual a un programa almacenado en un servidor, bien para “descarga” o en *streaming*: en tiempo real o casi real dependiendo de la velocidad de la red (N. del T.).

[4] *Showrunner*: en el argot norteamericano, el guionista principal y productor ejecutivo de una serie de televisión. Es la máxima autoridad en una serie (N. del T.).

[5] Dawn C. CHMIELEWSKI y Dade HAYES, “Fox-Disney Deal Would Redraw Battle Lines: Content is the Weapon of Choice”, *deadline.com*, 6 de noviembre de 2017, <https://deadline.com/2017/11/fox-disney-merger-content-is-weapon-of-choice-1202203208/>

[6] “Reinicio”. En el original “Reboot”. Volver a rodar por completo una película o serie con actores diferentes y adaptación de los guiones (N. del T.).

[7] Matt PRESSBERG, “ ‘Twilight Zone’ Reboot to Land on CBS All Access”, *The Wrap*, 2 de noviembre de 2017, <https://www.thewrap.com/cbs-ceo-les-moonves-streaming-profitable-business-model/>

[8] Nellie ANDREEVA, “FX-CEO John Landgraf On TV Bussiness’ Transformation, Yet-to-Peake TV / Upcoming Battle for Talent - TCA”, *Deadline*, 9 de agosto de 2017. <https://deadline.com/2017/08/fx-john-landgraf-tv-business-peak-tv-update-battle-for-talent-apple-tca-1202145714/>

[9] «*History doesn’t repeat itself, but it does rhyme*».

[10] En el original: FOMO (*The Fear Of Missing Out*) (N. del T.).

[11] *Spoiler*: revelación anticipada que estropea el flujo natural de una narración. En sentido coloquial: elemento que “revienta” una historia que aún no se conoce (N. del T.).

[12] *Whodunit*: argot para indicar “quién lo ha hecho”. Se utiliza para definir los programas, series, o episodios de naturaleza policiaca o de misterio, donde

el interés principal radica en averiguar “quién lo ha hecho”. Se diferencia de otros planteamientos como el *Howdunit*, donde el interés no radica en el quién, sino en el “cómo lo ha hecho” (N. del T.).

Capítulo 1

El espectador compulsivo. Las fronteras se hacen borrosas

La “dramedia”. Redefinición de género y tono

«Nada es pura comedia, ni puro drama. En el drama siempre hay elementos de comedia. En la cultura negra, tratas de reír a través de la tristeza y eso es un testimonio de las experiencias por las que atravesamos»[1].

ISSA RAE
ESCRITORA / COCREADORA / PRODUCTORA EJECUTIVA / ACTRIZ
Insecure

¿ES UNA COMEDIA O UN DRAMA? ¿O una “dramedia”[2] que mezcla ambos géneros? La verdad es que, si la obra es buena, ¿importa mucho?

Depende de a quién preguntemos. Para la Televisión en abierto y las redes de cable, que siguen una programación anclada en franjas horarias rígidas, con fuerte dependencia de anunciantes y pausas comerciales, la categorización sigue siendo muy importante[3].

En la NBC, donde todo lo viejo vuelve a ser nuevo, programar *sitcoms* en bloques de comedia en la misma noche sigue siendo una estrategia de programación viable. Sintoniza los jueves y tendrás una noche “de risas”, apoyada en su nueva versión de *Will & Grace*. Tanto ABC, CBS como Fox programan sus *sitcoms* por compatibilidad, entendiendo que, si sintonizamos con *Modern Family* o *Brooklyn Nine-Nine*, probablemente nos quedaremos a la programación que les sigue.

Las grandes *Networks* siguen cubriendo sus parrillas de *prime time* con series que funcionen en franjas horarias específicas y, con frecuencia, utilizarán un éxito de audiencia probado como plataforma de lanzamiento para un programa nuevo. Tradicionalmente la franja horaria de 8:00 a 9:00 p. m. ha sido considerada la “hora familiar” y

ofrece programas más suaves que atraen a toda la familia, seguidos de comedias más sofisticadas y *realities*[\[4\]](#) a las 9:00 p. m. y series de temática criminal más oscuras y de mayor dureza —“procedimentales”[\[5\]](#) de abogados y/o médicos— en la franja de las 10:00 p. m. Pero salvo por los deportes y los eventos en vivo, ¿quién se pone ahora a ver la televisión por franjas horarias? La pregunta tiene dos respuestas:

1. En general, espectadores de más de 40 años.
2. Los que no pueden pagar una suscripción a un servicio *streaming* o bajo demanda y/o los que sencillamente prefieren la televisión gratuita.

Will & Grace no es la única comedia clásica que se vuelve a rodar empujada por el tirón de la nostalgia; ABC también tiene planes de reiniciar *Roseanne*. El superéxito *The Big Bang Theory* (de la fértil imaginación del célebre cómico de televisión, Chuck Lorre) aún obtiene *ratings* altos para CBS (el final de temporada 2017 alcanzó más de 12,5 millones de espectadores). Aún así, su *precuela/spin-off*, titulada *Young Sheldon*, está grabada con cámara única[\[6\]](#) y sin público en el estudio. Esta encantadora comedia tiene más en común con la serie nostálgica *The Wonder Years* que con su *sitcom* madre *The Big Bang Theory*.

¿Es esta una señal de que la comedia multicámara está en decadencia? Sigue viva, pero se aleja de esa dirección, ya que los programas de televisión se han vuelto más dinámicos y menos estáticos. Las grandes cifras de audiencia de *Big Bang Theory* ciertamente reflejan el gusto del público por las *comedias de situación* tradicionales de tres chistes por página, especialmente si los chistes son divertidos. Pero la libertad de seguir a los personajes fuera de los grandes apartamentos, oficinas y cafeterías por donde solían moverse proporciona mayor interés. Si los personajes pueden ir a cualquier parte y no se limitan a dos

escenarios “permanentes” y otro variable (según el episodio de la semana), cada episodio se verá menos artificial, más orgánico y auténtico, como la vida.

Al igual que la “dramedia” se encuentra a caballo entre dos géneros, los espectadores de hoy basculan entre las cadenas de televisión tradicionales y las plataformas *online*. Seeso[7], la red de comedia digital de nicho de NBC Universal, anunció su cierre después de su infructuosa lucha por ganar suscriptores a los 19 meses de su apertura. Algunos programas originales de Seeso (*Seeso Originals*) se trasladaron al servicio de *streaming* VRV, mientras que las comedias de la cadena tradicional de NBC mantienen su buena salud. Quizás Seeso se adelantó a su tiempo.

¿CÓMO HEMOS LLEGADO HASTA AQUÍ?

James L. Brooks es muy conocido por sus sitcoms en MTM Enterprises[8], galardonadas con varios premios Emmy, por la célebre comedia de situación *Taxi*, y por películas con madera de Oscar como *La fuerza del cariño* (*Terms of Endearment*), *Broadcast News* o *Mejor imposible* (*As good as it gets*). Es también productor ejecutivo de la sitcom de mayor audiencia de la Historia en horario de máxima audiencia: *Los Simpson*. Pero sus raíces en la “dramedia” de media hora se remontan a su innovadora serie *Room 222*, emitida en la ABC de 1969 a 1974. Esta dramedia de cámara única fue programada entre las comedias de situación tradicionales, aunque presenta un tipo de reparto distinto y se centra en Pete Dixon (Lloyd Haynes), un profesor de estudios sociales afroamericanos en la ficticia escuela de Los Ángeles *Walt Whitman High*, y su núcleo central de estudiantes preguntones en la sala 222. Un planteamiento muy diferente del humor grueso de los *Sweathogs*, alumnos rebeldes de escuela secundaria, en *Welcome Back Kotter* (1975-1979). *Sala 222* explora temas contemporáneos con humor ligero, matices y las angustias y tribulaciones de la adolescencia, durante las algaradas de

finales de los 60 y principios a mediados de los 70 (que incluyen la guerra de Vietnam, el feminismo, el racismo, la homofobia y hasta el Watergate). *Habitación 222* es mi memoria más temprana de una *sitcom* que, a caballo entre la comedia y el drama, subraya lo auténtico y lo sutil, abordando lateralmente los problemas de nuestro tiempo sin sermonear en ningún momento ni resultar pedante.

La “dramedia” de media hora también tiene sus raíces en la versión televisiva de *M*A*S*H* [9], la película de Robert Altman de 1970 adaptada por Larry Gelbart (*Tootsie*). La famosa serie de televisión galardonada con los premios Emmy y Peabody se emitió de 1970 a 1983. Programada y empaquetada por CBS como una *sitcom*, la serie se desarrolla en el hospital quirúrgico móvil 4077 del ejército durante la Guerra de Corea. Las primeras temporadas son más belicosas y sangrientas, con risas interrumpidas por proyectiles de artillería y bombardeos; Las últimas temporadas son algo más tranquilas, con menos sangre y más bromas. Es propiamente una serie política que evita dar *glamour* a la guerra, aunque con frecuencia hace que parezca divertida (le añade sexo, alcohol y una desafortunada “pista de risas”). Gelbart y su equipo nos presentan entonces un giro trágico e impactante, que incluye la muerte de personajes queridos, para recordarnos la realidad (estos episodios atípicos no incluyeron “pista de risas”). Siempre con un delicado equilibrio entre comedia y drama, la serie alcanza su mayor éxito al recordarnos que a pesar de las peores situaciones imaginables, la risa es la mejor medicina.

Si *M*A*S*H* y *Habitación 222* son “dramedias” de media hora disfrazadas de comedias de situación, *The Wonder Years* (en ABC de 1988-1993) es pura “dramedia” desde el principio y una anómala serie “histórica”, por decirlo de algún modo. Al igual que *Habitación 222*, *The Wonder Years* explora retrospectivamente los tormentosos años 60 y principios de los 70 a través de la lente de la inocencia: la