

PREVIOUSLY ON

Estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva
en la Tercera Edad de Oro de la Televisión

**Interdisciplinary studies on TV Series in the Third
Golden Age of Television**

Edited by Miguel A. Pérez-Gómez

Rome
Friends
Californication
The Tudors
True Blood
CSI
Breaking Bad
Lost
The Office
The Walking Dead
Modern Family
Gossip Girl
Spartacus
Fringe
V
House
Prison Break
24
Damages
Grey's Anatomy
The Wire
Sex and the City
Ugly Betty
Mad Men
Game of Thrones
The Sopranos
The Big Bang Theory
How I Met Your Mother
The Walking Dead

Monográficos.

FRAME, Revista de Cine de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación

Miguel A. Pérez-Gómez

(Editor)

Previously On.

Estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión.

Previously on.

Interdisciplinary studies on TV Series in the Third Golden Age of Television



Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla

Edita:

Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla

Diseño de portada y maquetación: Hugo Román Gómez - www.hugoroman.es

© **De los textos: de sus autores**

© **Frame, Revista de Cine de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación.**

<http://fama2.us.es/fco/frame/>

Los © copyrights de las fotografías e ilustraciones utilizadas en este e-book son de sus correspondientes autores y editores. Estas se han empleado para ilustrar las referencias que se hacen a cada uno de los textos.

Primera edición, noviembre 2011

ISBN: 978-84-695-1808-3

Agradecimientos

Este libro existe gracias a M^a Dolores Rodríguez Brito y José Peñalver por dejarme llevar a cabo este proyecto a pesar de todos los inconvenientes.

Al consejo de redacción de la revista FRAME: Rafael Utrera, Francisco Perales, Luís Navarrete, Manuel Lombardo e Inmaculada Gordillo por apoyar este proyecto.

A Hugo Román por trabajar de manera desinteresada en la maquetación y diseño del libro.

En especial a todos y cada uno de los que con sus capítulos han hecho posible este e-book, a pesar de los spoilers de todas aquellas series que no he visto o que no he acabado de ver. Y en general a todos aquellos que de una manera u otra han colaborado en la elaboración de este libro.

¿Por qué un libro trilingüe?

Podemos considerar este e-book como una rara avis en cuanto al tema de las lenguas se refiere a pesar de que fuera del ámbito anglosajón son habituales las revistas académicas con artículos en diversos idiomas. Este e-book surge de la adaptación y la necesidad del académico del área de influencia del latín que por lo general ha de trabajar con textos en inglés, italiano, francés o castellano, y en el caso de los académicos del estado español catalán, euskera y gallego. De esa necesidad, que a la larga se ha convertido en costumbre, surge este volumen en el que mantener el idioma original de los textos se ha convertido en una prioridad; a través de la cual se busca aportar a través de la variedad lingüística y nacional una visión amplia del fenómeno de la ficción televisiva contemporánea, no solo en lo temático sino también en las perspectivas aportadas.

Why a trilingual book?

We can consider this e-book as a rara avis on the issue of languages, although outside the Anglo-Saxon area are common academic journals with articles in several languages. This e-book arises from the need and adaptation of area of influence of Latin academics, which usually has to work with texts in English, Italian, French, Spanish, and in the case of Spanish academics Catalan, Euskera and Galician. From that need, which ultimately has become a habit, comes in to keep the original language texts has become a priority. Through which seeks to provide, through the language and national variety, a broad view of the contemporary TV fiction phenomenon, not only thematically but also in the perspectives provided.

Perché un libro trilingue?

Possiamo considerare questo e-book come una rara avis sulla questione delle lingue. È più comune trovare al di fuori dell'area anglosassone riviste accademiche in cui gli articoli possono essere redatti in diverse lingue. La necessità di questo libro trilingue viene dal mondo accademico di influenza latina che di solito deve lavorare con testi in inglese, italiano, francese, spagnolo, e nel caso specifico della Spagna con il catalano, euskera, galiziano ecc. Quindi nasce da qui l'esigenza di non tradurre alcuni capitoli e lasciarli in lingua originale. Datasi la frequenza di lavoro con testi in diverse lingue, sorge questo volume che cerca attraverso la varietà linguistica e nazionale di fornire una visione ampia del fenomeno della fiction televisiva contemporanea, non solo dal punto di vista tematico ma anche dalle prospettive fornite.

ÍNDICE

Prefazione. Barbara Maio.	17
Prologo: Cult TV y nuevas audiencias. Miguel A. Pérez-Gómez	21
I. Quality TV.	
Quality Television: construction and de-construction of seriality. Melanie Bourdaa. .	33
La imagen-laberinto en la ficción televisiva norteamericana contemporánea. Series de tiempo y mundos virtuales. Fran Benavente Burian y Glòria Salvadó Corretger	45
Premature Withdrawal: Searching for Satisfaction in the endings of <i>Pushing Daisies</i> and <i>Carnivale</i> . Martin A. Zeller-Jacques	57
La influencia del estilo visual cinematográfico en las series de ficción televisivas. Laura Cortés Selva y Maria del Mar Rodriguez Rossell.....	71
II. Quality TV narratives.	
“Cut the Shitcom”: Meta-television in <i>Entourage</i> , <i>Extras</i> and <i>30 Rock</i> . Toni Pape	91
<i>Breaking bad</i> o la Nada enfrente. Manel Jiménez- Morales	105
<i>FlashForward</i> o el avance de una muerte anunciada. <i>Quality popular television</i> de saldo. Milagros Expósito-Barea	121
The longest day of my life: <i>24</i> e la sua conclusione. Cosa succede alla fine di una serie. Marta Martina	135
La ciudad es la protagonista. Construcción de la imagen de Baltimore y Nueva Orleans en <i>The Wire</i> y <i>Treme</i> . Pedro José García García.....	150
III. Genre.	
“Are you ‘avin’ a laugh?” El Post-Humor y la nueva sitcom. Endika Rey	167
From <i>Téléroman</i> to <i>série télévisée québécoise</i> : The (coming of) Golden Age of Quebec TV. Yves Picard	181
Vampiros en la ficción televisiva del siglo XXI: El mito inmortal. Ana María Caro Oca... ..	196
El género negro se pasa a la televisión: <i>The Wire</i> y <i>The Shield</i> . Alberto Nahum García Martínez.....	211
State of Play: buenos tiempos para la conspiración. Rubén Romero.....	227

Migración de la fórmula *Expediente x* al producto de *sci-fi* televisivo *Fringe*. Cristina Pérez de Algaba Chicano.....247

IV. Authorship.

***Deadwood* and *John From Cincinnati*: Societies of Faith and the Incognito God. Andrew Russ265**

HBO e la politica del network-autore. Barbara Maio279

“It’s the Perfect Story, So They Say”: Viewer Participation and the Works of Joss Whedon. Erin Hollis295

V. Narratives.

Realidad y ficción como elementos intercambiables en la creación de los mundos posibles televisivos. El caso de la serie *Life on Mars*. M^a Ángeles Martínez.....309

Entre el cine y la televisión. Interdiscursividad antes de la transmediatización en las series americanas de televisión. Mario Carlón.....323

Alteraciones diegéticas: simulación y simulacros en la nueva narrativa televisiva (2000-2010). Jordi Alberich Pascual.....339

Roles narrativos en red: la muerte del espectador medio en *The Wire*. Hibai López González349

“Kate, we have to go back” Idas y vueltas de la nuevas estructuras narrativas del género seriado ficcional en la hipertelevisión. Virginia Guarinos e Inmaculada Gordillo367

VI. Interactivities.

TVseries and Social Network marketing: The Audiovisual Text as a Wider Experience. Emanuela Zaccone387

“We are all Gossip Girl”: *Gossip Girl* and the Promise of Interactive Television. Elisa Lange.....403

***Promoting Lost*. New Strategies and Tools of Commercial Communication. Marina Ramos y Javier Lozano Delmar421**

21th Century: TV series go beyond the screens. E. Benecchi and C. Colapinto433

“Be Sleek, Be Stylish, Be Yourself”: Identity, Interactivity and *Mad Men*. Helen Warner.....447

Temporada uno, episodio uno, pulsa Start. La serie de televisión como modelo para el videojuego, el caso de “Alan Wake”. Bartolomé Fernández García.....461

VII. Audiencias.

“There has to be something to think about” – The appropriation of quality TV series as a means of distinction. Sarah Kumpf.....477

Don’t Stop Believin #: le performance del *Glee Club* e dei suoi fan. Agnese Vellar.....491

Stopping Time to Assess the Damages. Zachary Snider.....515

Slash fiction; an active fandom in the current Television series context. María del Mar Rubio533

VIII. Gender.

“You gotta let them know what kind of guy you are, then they’ll know what kind of girl to be”: Gendered Identity and Fantasy in *Mad Men*. Sarah French.....549

Sin tetas no hay paraíso. La representación de las relaciones entre hombres y mujeres en la adaptación española de un serial colombiano. Arantxa Capdevila, Iolanda Tortajada, Josetxo Cerdán, Nuria Araña567

Uso de roles en la construcción de personajes: desde la Nueva Masculinidad a los estereotipos de género en *Misfits*. Sergio Cobo585

Bones – Little Space for Gender Stereotypes? Luz-Maria Tato-Pazo599

IX. Fictionals Worlds.

The Constant, the Variable, and the Bad Wolf in *Lost* and *Doctor Who*. Kristine Larsen619

X. History and Nostalgia.

Las series bélicas de la HBO: *Band of Brothers* (2001) y *The Pacific* (2010). Alejandro Pardo.....637

Entre la nostalgia y el desencanto: la década de los 80 en la Nueva Comedia Americana. El caso paradigmático de *Freaks and Geeks*. Miguel Zozaya Fernández.....657

Life on Mars: Negotiating the Quality Generation Gap. Derek Johnston.....671

Mad Men: where the truth lies. Francisco Cabezuelo Lorenzo685

Política renacentista televisada. Las relaciones internacionales en *Los Tudors*. Ángela Bermúdez Enríquez.....701

XI. Global representation.

“Live together, die alone”. La audiencia global(izada) de *Perdidos*. Carlos Menendez Otero.....717

Battlestar Galactica: When Being and Appearance Collide. Ellen Grabiner731

Global English: The proliferation of English varieties in American television series
Patrick Gill743

La amenaza de *los otros*: la configuración del enemigo de las series de televisión a través de la teoría de la propaganda. Victor Hernández-Santaolalla755

Product Integration in *Mad Men*: Political Economy, Nostalgia and Critique. Jan Teurlings769

XII. Social representation.

Música popular y transmedialidad:el caso de *Flight of the Conchords*. José María Calvo Moreno781

Wired for Destruction?: Understanding the Implications of Michael Lee’s Degeneration, American Individualism, and the Institution of the Hood in HBO’s *The Wire*. Claude Atcho793

***Nerds y geeks* como protagonistas de las nuevas *sitcoms*. Estudio de los personajes principales de *The IT Crowd* y *The Big Bang Theory*.** Francisco Javier López Rodríguez807

XIII. Trasmisiones.

La suerte de la fea, muchas la desean. De *Yo soy Betty la fea* a *Ugly Betty*. Jerónimo Rivera-Betancur y Enrique Uribe-Jongbloed825

La producción de adaptaciones de ficción televisivas en España: *Life on Mars* y *La Chica de Ayer*. Patricia Diego y Mar Grandio.....843

La influencia del serial estadounidense en el mercado español: una comparativa entre *Perdidos* y *El internado*. Enrique Canovaca de la Fuente.....859

Contributors.875

Prefazione

Barbara Maio

Lo studio della serialità televisiva degli ultimi venti anni ha raggiunto una rilevanza mai vista prima determinata da due importanti fattori: l'affermarsi di una terza golden age che si è quasi sviluppata senza soluzione di continuità rispetto a quella teorizzata da Robert J. Thompson negli anni Novanta e la legittimazione degli studi televisivi che hanno raggiunto una pari dignità rispetto a quelli cinematografici e che, come in un giochi di specchi, si lega al primo fattore con prodotti televisivi che fanno sempre più spesso definire la televisione come migliore del cinema.

Diversi sono gli elementi che hanno creato la situazione attuale: la crescita di autori televisivi che hanno mostrato una impronta autoriale riconoscibile pur in un contesto altamente industrializzato; l'affermarsi dei network a pagamento (HBO, Showtime, AMC, etc.) che si sono dovuti imporre sul mercato con prodotti innovativi e a volte rischiosi ma che hanno dato nuovo impulso al settore; la conseguente crescita dei network storici (ABC, NBC, CBS) che hanno dovuto puntare ad alzare la qualità per tenere il passo delle serie di qualità che si susseguivano sui canali concorrenti; la raggiunta maturità del pubblico, "educato" da anni di buoni show che lo hanno reso sempre più esigente; il comparire o il definitivo affermarsi di nuove tecnologie (DVD, web etc.) che hanno moltiplicato all'infinito le potenzialità comunicative di un prodotto.

E nonostante la base di questa evoluzione in positivo della serialità televisiva venga dagli Stati Uniti (e Canada), non si tratta solo di una golden age americana: in Europa è la Gran Bretagna a seguire e spesso ad incentivare questo trend. L'industria britannica con il suo retaggio di qualità e cultura ha ben saputo individuare questa nuova tendenza e ne ha saputo sfruttare le potenzialità per la creazione di show sempre più autoriali.

Poco invece si è mosso nel resto dell'Europa, in parte per colpa delle barriere linguistiche ma, soprattutto, per una mancanza di strumenti, economici e culturali, che possano permettere una competizione globale nel mercato televisivo.

Negli Stati Uniti sono sempre più i programmi che presentano già in partenza le caratteristiche della buona televisione anche se poi magari non saranno dei successi perché la buona qualità non sempre è viatico per una buona audience. Questo volume parla di molti di questi programmi che a volte sono anche molto lontani tra loro per struttura produttiva, stile, genere, formato. Quello che però sembrano avere in comune tutti questi programmi, britannici o statunitensi che siano, è l'attenzione per lo sviluppo narrativo, la cura nella creazione dei personaggi, l'attenzione alla relazione tra sviluppo orizzontale e verticale. Come aveva già ampiamente previsto negli anni Settanta Muriel Cantor, l'hyphenate author è il punto di partenza per questo tipo di

produzioni, con un autore-creatore che è contemporaneamente produttore, sceneggiatore e, spesso, regista. Una idea di autorialità, quindi, a 360 gradi e che è alla base di ogni programma qui analizzato. Nomi come quelli di J.J.Abrams (Alias, Lost, Fringe), Joss Whedon (Buffy, Firefly, Dollhouse) o Alan Ball (Six Feet Under, True Blood), incarnano alla perfezione l'idea di un mix creativo e produttivo che realizza in ogni suo punto un prodotto televisivo.

La sceneggiatura. Come detto è questo il punto di forza della serialità contemporanea. Abbandonando la rigida divisione tra serie e serial, la maggior parte dei programmi di oggi presentano una struttura di serie serializzata, cioè una ibridazione tra linea orizzontale e linee verticali. Con questa scelta, si lega il pubblico ad una storia che dura un arco stagionale ma non si escludono gli spettatori occasionali. Inoltre, questa forma narrativa - che trae origine dalle soap opera - permette agli sceneggiatori di curare e sviluppare i personaggi in maniera completa e realistica. Lost è una delle poche eccezioni, con una trama che si sviluppa decisamente in orizzontale ma andando avanti e indietro nel tempo. L'intreccio viene qui dato da questi salti temporali che sovrappongono ed incrociano linee narrative diverse. Ancora più estrema la scelta di 24 con una narrazione solo orizzontale rigidamente strutturata in tempo reale. Dall'altro lato c'è una serie come Glee che invece disgrega la narrazione orizzontale riducendola a puro pretesto per poter mettere in scena performance musicali a metà strada tra il videoclip e il musical classico o i franchise dei vari CSI che rispolverano la struttura della serie classica con episodi autoconclusi e pochissimi accenni ad uno sviluppo orizzontale ben definitivo.

I generi. E' noto come vi siano dei generi prediletti dal piccolo schermo. La fantascienza, e il fantasy in generale, è uno di questi, e molte delle serie di rilievo di questi ultimi anni si possono ascrivere a questo genere declinato in forme diverse: Lost, Buffy, True Blood, Life on Mars, Doctor Who, Battlestar Galactica, Misfits, Pushing Daisies, Carnivale, Flashforward, Fringe, Being Human, solo per citarne alcune. E' qui interessante notare però come si siano andate sviluppando declinazioni originali che abbandonano la fantascienza classica - tra quelle citate solo Battlestar Galactica rientra in questa accezione - per andare ad incrociare ed ibridare altri generi tra loro. Ancora, in questi anni si sono andati scoprendo o riscoprendo generi inusuali come il western (Deadwood), il peplum (Rome), il romanzo storico (I Tudors), il mob-drama (I Sopranos), il musical (Glee). Sono state effettuate scelte anche rischiose per poter suscitare interesse nel pubblico ed attirarlo non solo ripetendo all'infinito scelte vincenti ma proponendo qualcosa di nuovo ed originale. Anche l'adult drama ha avuto una nuova spinta con serie che andando trasversali sui generi hanno puntato decisamente su un pubblico adulto, come ad esempio Mad Men, Californication, Boardwalk Empire o Treme. Così come le serie e le sit-com legate al genere comedy e tradizionalmente associate a prodotti di bassa qualità hanno saputo rinnovarsi e proporsi in vesti nuove pur rimanendo nell'area del puro entertainment: tra queste Entourage, Community, Ugly Betty, The Big Bang Theory, Extras.

I formati. Molti dei prodotti di qualità contemporanei sono legati alla serialità classica fatta di 22/24 episodi a stagione ma l'avvento dei network a pagamento ha portato questo standard a 12/13 episodi a prescindere dal genere. E però si è vista anche una rinascita della miniserie, solitamente non troppo comune dato l'alto budget richiesto a fronte di una minore possibilità di trasmissione sul lungo periodo. Già HBO ha puntato su questo formato per drammi storici come John Adams o Band of Brothers o per eventi come Angels in America, e recentemente AMC ha saputo creare un evento per il lancio di The Walking Dead. Anche la serie antologica è ricomparsa specialmente nell'ambito dell'horror con Master of Horror o Fear Itself.

La regia. L'aspetto della messa in scena è sicuramente quello più difficile da comprendere in ambito televisivo. Infatti, molti degli show che abitualmente consideriamo di qualità o che raggiungono i maggiori picchi di audience non presentano stili di regia particolarmente innovativi. E' senz'altro vero che la regia televisiva si è andata sempre più avvicinando a quella cinematografica con l'abbandono delle scelte più semplici ed economiche a favore di movimenti di camera più elaborati e maturi, ma sono poche le serie che possono vantare una regia davvero particolare: come 24 che utilizza lo split screen non solo come forma estetica visuale ma in una ottica di narrazione frammentata ed esplosa. Oppure, facendo un passo indietro nel tempo, la scelta di Lars Von Trier che nel 1994 ha utilizzato The Kingdom per poter sperimentare e porre le basi del suo progetto Dogma95, utilizzando tecniche e forme estetiche molto lontane dagli standard televisivi.

Concludendo, si può affermare che l'industria televisiva contemporanea rappresenti non più solo una fonte di guadagno per i network e le società di telecomunicazione ma, anche, un serbatoio di prodotti artistici che nascono in un complesso apparato produttivo ma che permette comunque l'emergere di figure autoriali che alla fine risultano più complesse e complete che in altri campi artistici storicamente legittimati. Il fattore da analizzare per eventuali sviluppi futuri è quello prettamente economico poiché difficilmente un prodotto di qualità è low budget, ma uno dei punti a favore è la crescita delle nuove piattaforme distributive che permettono ampi margini di crescita.

Questo volume analizza in maniera completa ed esaustiva tutti gli aspetti della serialità contemporanea, come fosse una fotografia del momento attuale. Sperando che la buona televisione cresca sempre più ed abbia vita lunga.

Prologo: Cult TV y nuevas audiencias.

Miguel A. Pérez-Gómez

A lo largo de la última década se ha reforzado el vínculo entre los medios y la audiencia. Pero lejos de ser algo nuevo esta relación lleva fraguándose desde mediados de los años sesenta. En las páginas de *Previously On* veremos que la relación entre una audiencia cada vez más activa, y las series de televisión es cada vez más consistente. Lo que denominamos como audiencia activa es un sector cada vez más amplio de los espectadores ya no solo conformado por el *media fandom*, colectivo que centra gran parte de sus actividades sociales, creativas y discursivas en torno a las series de televisión de culto., A estos hay que sumarle una nueva audiencia activa que centra su actividad en la discusión y en la petición de contenidos a los proveedores y creadores de estos.

Aunque todo texto mediático es susceptible de crear un culto a su alrededor ¿cuales serian las pautas que definen a una serie de televisión de culto? Si hace décadas este estatus venía definido por el texto en cuestión y por la acción que los fans generaban en torno a este en la actualidad debemos barajar otros parámetros definidos por una industria en proceso de evolución. El desarrollo de páginas web oficiales, foros de discusión o narrativas alternativas, aunque complementarias al texto oficial, se han convertido en herramientas necesarias y fundamentales para crear un producto de culto. En esta breve introducción a *Previously On* se hará un repaso a la condición de culto de la series de televisión actuales. Si antes dicho estatus estaba relacionado con series con unas audiencias muy definidas y estancadas en géneros como el fantástico, a día de hoy el estatus de culto se ha desgajado de esa percepción de producto minoritario para un público muy determinado. De hecho series como *Lost* (ABC, 2004-2010) han puesto en jaque la idea de la serie de televisión de culto como algo minoritario y seguido por un público muy determinado, poniendo de manifiesto las características básicas que ha de poseer este tipo de textos independientemente de la audiencia que los siga. Es más, la serie creada por J.J. Abrams es un producto audiovisual con una audiencia global, posiblemente la serie de televisión con la audiencia más mayoritaria que haya existido nunca, dejando en evidencia las bondades del texto y apoyándose en los elementos necesarios para hacer de esta una serie de culto, y no es la única, las audiencias globalizadas de hoy día también definen el estatus de culto de un producto audiovisual.

Aunque la industria está haciendo todo lo que posible para potenciar y alimentar esas audiencias no hay que olvidar que son estos últimos los que tiene en sus manos el poder de decidir y otorgar dicha condición a una serie de televisión. Si hace unas décadas esto se conseguía a partir del momento en el que una serie se convertía en el tema central de conversación de un grupo de aficionados que generaba una producción creativa en torno a un texto primario. En la actualidad la actividad principal de la audiencia activa se concentra en el hecho de hablar, opinar en los foros, y en otra actividad no tan bien vista por la industria: La piratería de contenidos en Internet.

Gracias a esta actividad se pueden seguir las series de televisión norteamericanas con horas de diferencia lo que da lugar a poder participar en las discusiones a nivel global y compartir contenidos compatibles con los ordenadores y soportes de reproducción digitales de millones de usuarios. Para DeKosnik constituye un factor fundamental para considerar la piratería como elemento constitucional de una audiencia más activa que nunca, auspiciada por un panorama de posibilidades audiovisuales como no había existido nunca. La posibilidad de poder visionar contenidos de todo el mundo, con poco margen de tiempo entre la emisión original y la reproducción en un ordenador personal propio, poder ver contenidos de casi cualquier época y en el formato y la calidad que el usuario desee. Estos son algunos de los elementos que han ayudado a constituir una audiencia crítica que ha dejado de lado la idea del espectador pasivo y aislado creando un nuevo estándar de audiencia activa que no solo espera ver lo que emiten por televisión si no que busca unos contenidos que le satisfagan, convirtiéndose en una audiencia cada vez más consciente de su rol en el esquema de la comunicación

El valor de culto de los textos.

Pero volviendo al tema de esta introducción ¿qué es un texto de culto? ¿qué elementos ha de tener para consolidar una audiencia a su alrededor? Un texto de culto es aquel al que hay que aplicarle lo que Benjamin denomina como “estado de partitura”. Es decir, textos que tienen la posibilidad de reinventarse a sí mismos a partir de unos parámetros fijos creando obras de arte cuyo valor reside en el servicio al culto. La idea de “estado de partitura” es fundamental para que un texto adquiera dicho estatus. Aplicando dicho concepto se dejaría en manos de los fans otorgar dicha categoría; de hecho son estos los que hacen evolucionar el texto por delante de los creadores originales, de manera que “el revolucionamiento de la supraestructura avanza mucho más lentamente que el de la infraestructura” (Benjamin, 2003: 37).

Se establece pues una relación directa entre la audiencia y el texto destinado a ser de culto, de manera que cada obra de arte lo será en función de dos parámetros: el valor ritual y su valor de exhibición (ídem: 52). En el valor ritual el espectador está en torno a las series de televisión. En cuanto al valor de exhibición es la obra la que está en torno a la exhibición, este valor es el que proporciona experiencias al espectador dando lugar a que quiera apropiarse de un texto dado. Benjamin apunta a que uno de los aspectos fundamentales del valor de culto es poder escribir sobre él y en él. Esa capacidad divide las masas en dos: “los que están despiertos tienen un mundo en común, los que sueñan tienen uno cada uno” (ídem: 87). De manera que podemos entender que existe una diferencia entre los mundanos y los fans, entre aquellos que no ven más allá del texto y de aquellos que desean formar parte de él, poseerlo, de manera que “las masas de participantes, ahora mucho más amplias, han dado lugar a una transformación del modo mismo de participar” (ídem: 92). Benjamin destaca dos actitudes ante la exhibición de la obra: la diversión y el recogimiento. Podemos entender como recogimiento aquella posición reflexiva del espectador ante la obra, en la cual la examina y escribe sobre ella. En contraposición entenderemos diversión como una actividad de carácter pasivo en la cual no tiene cabida otra opción que no sea la mera visión de esta.

En *Apocalípticos e integrados* Umberto Eco hace hincapié en la importancia de los medios de masas a la hora de introducir “nuevos modos de hablar, nuevos giros, nuevos esquemas perceptivos” (Eco, 2003: 65). Esta percepción de los medios y la forma que tienen de influir en los receptores, no sólo de forma material o ideológica sino también cognitiva, repercute en los aspectos subrayados por este autor. Pero también en la forma de interpretarlos y, lo que es más importante, en la forma de responder a los contenidos ofrecidos por los medios de comunicación de masas. Algo fundamental en la creación de un texto de culto.

El texto de culto.

En “*Casablanca o el renacimiento de los dioses*” el autor italiano pone de relieve, a través de un análisis de *Casablanca* (1942) de Michael Curtiz, los elementos constitutivos de un texto de culto. El primero de ellos es ser un texto de “retorno cíclico” (Eco, 1986: 287) al que el espectador vuelve una y otra vez independientemente de la calidad de este. De manera que se establece un nexo entre espectador y texto “de modo que crítica y público encuentran hermosa la obra porque es interesante, y la consideran interesante, porque es hermosa” (Ibídem).

Para Eco un texto de culto utiliza lo que él denomina *arquetipos eternos*, situaciones que han presidido las historias de todos los tiempos incluyendo la utilización de mitos históricos y contemporáneos de manera que “cuando todos los arquetipos irrumpen sin pudor alguno, se alcanzan profundidades homéricas. Dos clichés producen risa. Cien, conmueven. Porque se percibe vagamente que los clichés hablan entre sí y celebran una fiesta de reencuentro” (ídem: 291). Pero Eco va más allá, argumenta que el hecho de que estén “todos los arquetipos, justamente porque *Casablanca* es la cita de otras mil películas y porque cada actor repite en ella un papel interpretado otras veces, opera en el espectador la resonancia de la intertextualidad [...] así que *Casablanca* no es una película, sino muchas, una antología” (ibídem).

Según Eco para que un texto adquiriera un estatus de culto ha de estar “amueblado”, debe ser desmontable y ser un texto de textos. Se trata de una serie de elementos que dan lugar a la fascinación, haciendo que un texto sea un “fenómeno digno, sino de otra cosa de veneración” (Eco, 1986: 292), es decir de culto. Estos elementos son aquellos que hacen posible que la audiencia y por extensión el *fandom* se acerquen libremente a un texto dado, ya sea de manera totalmente pasiva o activa.

Para un fan al cual le guste jugar con los elementos dispuestos en cualquier serie de televisión es fundamental que el universo del que es seguidor este perfectamente amueblado y que sea desmontable para poder desgajar del texto principal aquellos elementos que más le interesan. De hecho alguna de las prácticas más representativas del *fandom*, como la *fan fiction*, se basan en ese aspecto del texto de culto en los elementos secundarios o parciales que apenas son tratados en las cronologías oficiales. Para Abigail Derecho es fundamental que un texto de culto pueda ser desmontado en piezas, frases, escenas, personajes, situaciones, etc., para el desarrollo de las prácticas del *fandom*. Sin embargo, esta autora lo denomina literatura

arcónica, de manera que los “texts that are archival in nature and are impelled by the same archontic principle: that tendency toward enlargement and accretion that all archives possess” (2006: 64). Así pues nos encontramos ante un texto que no tiene límites y que se convierte en tan solo una fuente que en cierta manera ‘busca’ ser expandido hasta el punto que podemos considerar un texto de culto como “an archontic text allows, or even invites, writers to enter it, select specific items they find useful, make new artifacts using those found objects, and deposit they newly made work back into the source text’s archive” (ídem: 65)

Para que un texto invite a sus lectores tiene que estar abierto a estos y no solo eso, han de estar hechos a partir de la idea de que es el espectador/lector el que de una manera u otra cierra la obra. Eco entiende la obra abierta como una forma de introducir “movimiento en la obra” (Eco, 1985: 196), en *Obra Abierta* el autor plantea cómo la obra de arte se cierra a través de la experiencia que el espectador experimenta tras observarla y no solo eso, el darle “movimiento” a una obra que ha sido creada abierta implica desplazarla de su sitio original o focalizar en aquellos aspectos que consideremos como más importantes. El *media fandom* basa sus trabajos en series de televisión que por su carácter de emisión periódico y continuado no están cerrados en ningún momento. Son obras que plantean universos abiertos por lo que “el campo de las elecciones no es ya una sugerencia, es una realidad, y la obra es un campo de posibilidades” (Ibídem). Dichas posibilidades son cubiertas en gran medida por un audiencia activa que desea ver lo que no es explicado en las series oficiales, pero dicha apertura se hace “in order to be popular, televisión must reach a wide diversity of audiences, and to be chosen by them [...] is not anarchically open” (Fiske, 1986: 391). Se trata pues de una cuestión meramente de cifras de audiencia, en el caso de los textos televisivos convertirlos primero en populares para posteriormente pasar a ser de culto.

La apertura del texto pone de manifiesto “unresolved contradictions” (Ibídem) programadas, ajenas al discurso dominante, para que el espectador pueda encontrar aspectos que le vinculen a la obra, de manera que la obra abierta televisiva puede serlo de manera voluntaria o involuntaria. La primera sería aquella que maneja diferentes discursos para amalgamar una audiencia diversa; la segunda forma permitiría a la audiencia navegar por el texto buscando cierta cerrazón del texto.

Aunque para Eco, a pesar de las posibilidades existentes es necesario tener un conocimiento previo para poder cerrar la obra, no vale con enfrentarse a ella desde el absoluto desconocimiento, este autor tiene en cuenta “el *background* cultural de una decisión formativa [...] la visión del mundo que ella supone” (Eco, 1985: 197); ese *background* cultural hace referencia al universo de las series de televisión de culto, es decir: los personajes que pueblan dichos universos, la intrahistoria y las reglas a las que se ven sujetos. Ese conocimiento pondrá de manifiesto la capacidad de los fans para elaborar una respuesta inteligible para sus iguales. Ya sea a nivel discursivo o creativo

Del concepto de obra abierta surge la polisemia, fundamental para la apropiación de textos por parte de la audiencia. Partiendo de que todos los textos de carácter popular están abiertos

to different interpretations and different meanings constructed in the process of reading and by different readers, has rarely been challenged, not least because there is not *monosemic* text. Polysemic texts can of course have a clear and distinct meaning to an individual reader (Sandvoss, 2005: 124).

A parte de la inevitabilidad por parte del texto a ser abierto a la vez que polisémico, existe otro factor ineludible: el proceso por parte del lector a través del cual obtiene sus propias interpretaciones y significados. Pero esa lectura y esos significados son en gran parte debidos a un factor contextual que refleja una posición histórica, profesional y social. Así pues, todos los textos son polisémicos no solo en un sentido sino en diferentes grados. Morley busca diferencias entre esta gradación de polisemia, y la estructura en dos niveles: cualitativos y cuantitativos.

1. A nivel cualitativo existen una serie de significados diferentes que son interpretados de manera consciente por el lector/espectador. La ausencia de una polisemia cualitativa nos da lugar a un tipo de texto cerrado, polisémicamente nulo y con una incapacidad para crear significados.
2. En cuanto a la polisemia de carácter cuantitativo es cuando un texto da lugar a diferentes lecturas por parte de distintos lectores (Morley en ídem:125-126).

La propuesta de Morley nos indica que los textos no proponen un único y definitivo significado, aunque en ocasiones cuando un texto “allows for so many divergent readings that [...] it does not have any meaning at all” (ídem: 126) estamos ante el concepto de neutrosemia. Pero la “relación” entre *fandom* y textos es tan estrecha que, cada vez más, los textos dejan de ser neutrosémicos. Así pues tanto la polisemia como la neutrosemia dependen tanto del texto como de los elementos contextuales que vienen potenciados por lo que Ingarden denominó como “spots of indeterminacy”, una series de “textual figures wich cannot be ascribed a single meaning and thus allow for a multiplicity of readings” (Ingarden en ídem: 141) se trata de figuras a las que les faltan aspectos por determinar, y es ahí donde el lector empieza a realizar su propia lectura. Dichos espacios reciben el nombre de huecos y variaran en función de la polisemia que se produzca sobre un texto concreto.

En primera instancia podría parecer que los huecos se pueden evitar creando un texto más completo, ‘cerrando las definiciones’ en cuanto a personajes, espacios, relaciones y acciones, pero “the more a text tries to be precise [...] the greater will be the number of gaps between the views” (Iser en Ídem: 142). Así pues, podemos establecer que cuando más extensivo y “cerrado” intenta ser un texto más huecos dejará en su interior, y estos serán utilizados como una forma en la que la audiencia proyecta su visión del texto.

El espectador rellena los huecos a partir del horizonte de expectativas que este crea en torno al texto. De manera que este se convierte ni más ni menos que en un espejo. Visto desde el punto de vista de la estética de la recepción hay tres puntos de relación entre el mensaje y el receptor:

1. El hecho de que el lector se refleje en el texto constituye una importante función social sin llegar a ser considerada una forma de comunicación.
2. Existen formas, por parte del *fandom*, que si constituyen una forma de conversación.
3. El concepto enunciado por Sandvoss sobre los huecos como fuente de polisemia es cuestionado por Stanley Fish. Este acota que no existe una definición universal a la que ceñirnos a la hora de determinar lo que es un objeto determinado y lo que es un objeto indeterminado (Ídem: 148)

Por otro lado Fiske pone dos condiciones para que un texto pueda ser popular, condición previa al estatus de culto: la primera de ellas es que ha de ser polisémico; la segunda es que ha de ser flexible (Fiske, 1987: 84) esa flexibilidad ha de forzar una apertura “which enable its variety of viewers to negotiate an appropriate variety of meanings” (Ibídem)

La ampliación del concepto de culto

Si a partir de Eco hemos visto los elementos característicos que dan lugar a una relación estrecha entre textos y audiencias Hills pone de manifiesto la existencia de unas familiaridades en los textos en general y más concretamente las series de televisión que los hacen similares y que las sitúan en el ámbito de los textos de culto, estas son: “auterism, endlessly deferred narrative, and hyperdiegesis” (2002: 131). Estos tres aspectos surgen a modo de crítica a los tres enunciados por Eco, para Hills las tres características definitorias de un texto de culto enunciadas por Eco han quedado ancladas en el tiempo a causa de la obsolescencia tecnológica. La concepción de Eco estaba pensada para un periodo en el que los visionados de las series de televisión o películas podían dilatarse mucho en el tiempo. Esto en la actualidad ha dejado de ser un problema: la llegada del DVD, como elemento analítico definitivo de un texto audiovisual y la posibilidad de descargar o ver on-line cualquier producción audiovisual, hacen que la perspectiva nostálgica del autor italiano haya quedado, un tanto desfasada. Aunque en la actualidad se pueden aplicar dichos valores a los textos audiovisuales creados *ex profeso* para ser de culto. Pero por encima todo estos han de cumplir una serie de normas; un texto de culto ha de desempeñar una función principal: “attract a fanatical following” para ello el texto ha de tener algo “which fascinates their acolytes who view favourite shows time after time whitout diminishing enjoyment” (McGoohan en Ídem 132).

La autoría es el primer concepto enunciado por Hills como rasgo definitorio de un texto de culto. Este consiste en dotar de autoría a un producto que por lo general, en el ámbito televisivo, es anónimo, de bajo perfil o vinculado a una productora o cadena de televisión. El dotar de un autor a una serie de televisión tiene como consecuencia aportar la idea de calidad, es decir, la imagen de alguien ocupándose de los detalles produce esa fantasía. Y elevar, hasta cierto punto, el texto televisivo a los altares de la alta cultura. La fantasía es la misma ,el poder recurrir a alguien que ha “compuesto” un texto con sus manos hace que este sea mejor que otro de carácter anónimo que tendrá menos respaldo mediático que uno que este firmado. Sin embargo, Hills apunta a que “the *auteur*’s extratextual ‘presence’ is in part produced by the fans themselves” (Ídem: 133)

En segundo lugar está el concepto de ‘narrativa indefinidamente diferida’ que consiste en no resolver nunca todas las tramas argumentales generales que tengan que ver con los personajes, tanto principales como secundarios, de manera que estos nunca están definidos por completo. Este concepto de apertura lo podemos aplicar a la idea de literatura arcóntica, el texto como un archivo del cual coger elementos y que al mismo tiempo se pueden añadir. La narrativa indefinidamente diferida favorece los arcos argumentales en las series de televisión, factor fundamental para tener un público fiel. Estos pueden tener diversas duraciones; pueden abarcar desde unos episodios, una temporada e incluso una serie al completo. Este factor es tan importante en la definición de un texto de culto que el colapso de esta supone “a crisis point for any cult form” (ídem: 135). Otro efecto secundario de este tipo de narrativa es la aparición de personajes que siempre tienen la misma edad independientemente de la edad del actor que las interpreta dando lugar a unas historias resistentes a la realidad exterior (Bick, 1996: 44-52)

En tercer lugar está la ‘hiperdiegesis’, esto es, la creación de un espacio narrativo vasto del que tan solo se muestra una pequeña parte, este concepto enlaza con la idea de “narrativa enciclopédica” enunciado por Murray. El caso más paradigmático de hiperdiegesis es el de *Star Trek*.(NBC, 1966-1969). La serie clásica con tan solo tres temporadas consigue inspirar a un universo hiperdiegético compuesto por seis series y once películas, y a pesar de eso tan solo se atisba una pequeña parte de su universo. La hiperdiegesis de los textos, en su afán de crear universos completos, da lugar a un mayor número de huecos y con estos, las posibilidades de reescritura y apropiación aumentan. El caso de la hiperdiegesis puede dar lugar a la coexistencia de diferentes metaversos a partir de un universo determinado. Eso solo se puede conseguir a partir de la reiteración y acumulación de datos del segundo. Se ha de procurar aliviar tensión del universo original a través de un universo alternativo en el cual se nos muestra a los personajes viviendo otro tipo de vida. Son variaciones diegéticas de los textos como elemento para mantener el interés sobre los mismos.

Existe otro factor que favorece la constitución de textos de culto, es lo que Hills denomina inter-textos es decir aquellos textos secundarios cuya labor es darle a un texto dado el valor de culto, podemos encontrar dos tipos de inter-textos: las revistas especializadas y la prensa (tanto en papel como on-line). La prensa se centra exclusivamente en dos actividades, la crítica y la promoción a través de la parrilla diaria de televisión. En cuanto a la prensa especializada a pesar de que también tiene parrillas entre sus contenidos estas se centran en lo específico, a lo que hay que sumarle una franja geográfica y mediática más amplia. Podríamos coger como arquetipo cualquier revista inglesa de ciencia ficción (*Cult Times*, *SFX*, *Dreamwatch*), estas llevan la parrilla de todas las cadenas generalistas, las de pago, satélite, etc. e incluso si llega el caso la programación norteamericana. Otra variable bajo la cual operan estas publicaciones es la anticipación, lo que en la actualidad conocemos como *spoiler*, esta se produce a través de rumorología y entrevistas a los actores protagonistas de las series. A pesar de que los inter-textos son los que tienen que refrendar al texto primario en realidad lo que hacen es activarse mutuamente, de manera que se produce una ratificación vertical de la intertextualidad.

Para ello debemos considerar ambos textos como elementos de culto que han de cumplir las siguientes condiciones: “cult as anti-mainstream, cult as being adopted by distinctive, elevated and discerning fan audiences, cult as emerging over time, and cult as a textually innovative or unusual” (Hills, 2004: 517).

Dicha confirmación de la intertextualidad junto con esas condiciones vinculadas al culto dan paso a la entrada de nuevos inter-textos producidos por los creadores de textos primarios: los productos derivados. Que determinan de manera definitiva si un texto es o no de culto: “being a special object of devotion” (ídem: 516).

Cult TV.

El concepto de culto es utilizado, como hemos visto hasta ahora, para definir un tipo de producción cultural que va desde algo muy minoritario hasta los fenómenos de masas de manera que no existe una relación directa entre el concepto culto en relación con el producto cultural. De hecho el término culto se utiliza en ocasiones como sinónimo de clásico, cualquier título que en su momento generara un mínimo de expectación y crease cierta tendencia puede considerarse en la actualidad como de culto, por ejemplo la mencionada anteriormente *Casablanca*.

Se trata de un concepto difícil de definir debido a la escasez de textos que hay en la actualidad a los cuales se les puede (y debe) aplicar este concepto que implica “a value judgement (to describe a work as ‘cult’ is to admit it to a pantheon) and certain forms of connection to cultural objects (its functions in a community of appreciation” (Le Guern, 2004: 5). El valor de juicio lleva consigo una respuesta del espectador que sea medible en un aspecto cualitativo y no cuantitativo, y que forme parte y que sea equiparable a otros textos considerados de culto. El segundo aspecto es fundamental, lo hemos visto a lo largo de esta introducción, un texto no puede convertirse en culto si no es por el apoyo de los seguidores, pero habrá que tener en cuenta otro factor: el contexto. El texto de culto depende mucho de la recepción del mismo, puede tener un valor u otro dependiendo de la cadena en que se emita, los horarios, la publicidad que lo interrumpe, etc.

Pero tienen como condición *sine qua non* la capacidad de ser un texto que genere otros a partir del primario. Sin embargo, Le Guern detecta cinco aspectos recurrentes que participan a favor de un texto para que este sea de culto:

1. The cult expresses the attribution of a value;
2. It functions as a unifier that produces groups and communities of spectators;
3. These groups are most often limited to audiences of a “happy few” but can also unite members of the same generation (the cult the takes on a countercultural value);
4. The group maintains enthusiasm for the cult text;
5. The concrete manifestation of this relationship is expressed in the practice of rituals. (íbid, 2004:9)

El texto aparece como un elemento creador y cohesionador de colectivos. Le Guern establece el estatus a partir de la extratextualidad, son los fans, en gran medida, los que dan el valor de culto a un texto en función de la forma en que la audiencia lo celebra.

Desde finales de los 60 con la llegada de *Star Trek* a las pantallas el término culto se ha aplicado de manera escasa a las producciones televisivas, la falta de unas coordenadas claras para aplicar un concepto como clásico a las series de ficción ha sido un factor determinante para que la producción audiovisual dedicada a la pequeña pantalla no fuera tildada de culto. En el momento que la producción televisiva va aumentando de calidad provoca que algunos de los primeros textos se conviertan en clásicos para luego convertirse en televisión de culto. “La televisione è diventata ‘di culto’. Solo qualche anno fa era persino difficile immaginarlo, perché la tv era relegata al più basso grado della gerarchia del gusto, bollata come triviale ed effimera, oggetto di un consumo distratto, a scarso investimento emotivo.” (Aldo Grasso en Scaglioni, 2006: ix) en esta conversión han interferido dos factores: La búsqueda por parte de los productores de mensajes de un mínimo común denominador entre los espectadores, y la capacidad por parte de los productores para imaginarse a un público diferente, que solicita y demanda una forma de contar las historias diferentes a como se habían hecho hasta este momento.

Se puede establecer el inicio de la *Cult Tv* actual con *Twin Peaks*, un producto destinado a marcar la diferencia y creado para ser de culto desde un primer momento. Esta serie tiene otra característica que la define como la primera serie de culto de este periodo, se trata de David Lynch, un director de cine considerado de culto tanto por la inaccesibilidad de sus películas así como por lo minoritario de su cine en aquel momento. La entrada de Lynch en el mundo de la televisión relanza la figura del autor televisivo como creador, lo que el director norteamericano hace es diferenciar sus películas de culto de la serie de culto que está creando a través de la serialidad reforzada por un arco narrativo principal: ¿Quién mató a Laura Palmer?, trufado de más de una decena de tramas secundarias que afectan a los habitantes de la población. Sobre algunos de los temas que aparecen en esta serie que se convertirán en fundamentales en las narrativas televisivas de la primera década del siglo XXI se profundizará en alguno de los capítulos que componen este libro.

A modo de conclusión podemos considerar a las series que conforman la televisión de culto como unos textos predeterminadamente orientados, ya no tanto por el género o la temática sino por estar destinadas a un tipo de público muy específico: una audiencia en busca de productos audiovisuales complejos. A esto a que hay que sumarle unas plataformas muy concretas de emisión destinadas a este tipo de productos. Y aunque aspectos como el género o las temáticas ya no son definitorias del texto de culto, esta condición tiene conexión con una serie de subculturas muy concretas: ciencia ficción, fantasía, horror, conspiranoia o ufología. (Gwenllian-Jones, 2003: 166). Otra característica de la *Cult TV* es la capacidad que tiene para construir ficciones que abarcan diferentes formatos, entre los que destacan los productos derivados, de ahí que los productos audiovisuales de culto estén tan focalizados en nichos de audiencia

concentrados.

En esta introducción he tratado de hacer una aproximación teórica al concepto de texto de culto ya que como veremos a lo largo del libro las series tratadas en él se les puede otorgar dicha condición, ya que podemos considerar a la academia como un audiencia activa que escribe sobre el texto sus condicionantes y las secuelas sociales producidos por estos, como he comentado al principio de esta veremos como la relación entre espectador texto se han convertido en un elemento central de la producción de series televisivas de culto.

Bibliografía

- Benjamin, Walter (2003): *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Editorial Itaca, Mexico D.F.
- De Kosnik, Abigail (2010): "Piracy is the future of televisio". *Convergence Culture Consortium* Disponible en Internet [Consulta 05.01.2011] en:
http://convergenceculture.org/research/c3-piracy_future_television-full.pdf
- Derecho, Abigail (2006): "Archontic Literature: A Definition, a History, and Several Theories of Fan Fiction" en Hellekson, Karen y Busse, Kristina (Eds.) (2006): *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet*. McFarland & Company, Inc, Jefferson, pp. 61-78.
- Eco, Umberto (1986): *La estrategia de la ilusión*. Editorial Lumen, Barcelona.
- _____ (1990): *Obra abierta*. Editorial Ariel, Barcelona.
- _____ (2003): *Apocalípticos e Integrados*. Editorial Lumen y Tusquets Editores, Barcelona.
- Fiske, John (1986): "Television: polysemy and popularity", en *Critical Studies in Mass Communication*, Annadale, Speech Communication Association, Vol. 3 nº 4, diciembre 1986, pp. 391-408
- _____ (1987): *Television Culture*. Routledge, Londres.
- Gwenllian-Jones, Sara (2003): "Web Wars: Resistance, Online Fandom and Studio Censorship", en Jancovich, Mark y Lyons, James (eds.) (2003): *Quality popular Television. Cult TV, the Industry and Fans*. BFI Publishing, Londres, pp. 163-177
- Hills, Matt (2002): *Fan Cultures*. Routledge, Londres.
- Le Guern, Philippe (2004): "Toward a Constructivist approach to Media Cults", en Gwenllian-Jones, Sara y Pearson, Roberta E. (Eds.) (2004): *Cult Television*. University of Minnesota Press, Minneapolis, pp.3-25
- Sandvoss, Cornel (2005): *Fans. The Mirror of Consumption*. Polity Press, Cambridge.
- Scaglioni, Massimo (2006): *TV di culto. La serialità televisiva americana e il suo fandom*. Vita e Pensiero, Milan.

I. Quality TV.

Quality Television: construction and de-construction of seriality

Melanie Bourdaa

In 1992, a show began to transform the relationship between producers and fans, blurring the border between production and reception, and introduced the idea of Cult TV. This show was *Twin Peaks* created by Mark Frost and David Lynch. The show had a compelling and complex plot. Its narrative storytelling was always oscillating between dream sequences, fantasy and reality. With this new form of series, “contemporary television had witnessed the emergence of ‘must see TV’, shows that are not simply part of the traditional flow of television programming, but either through design or audience response, have become essential viewing” (Jancovich, Lyons 2003: 2). Most of all, Cult TV implied that audiences, and especially fans, use the Internet to be part of a community and share their views, theories and passions of the show. Gwenllian-Jones argues for example that cult television can be defined by a series of narrative traits that induce television-participation that- in today’s TV viewing world- leads a fan naturally to the Internet (Ross, 2008: 12). From this moment on, television series have been moving from Cult TV (even if this notion still exists) towards Quality TV, a notion that is especially broadly discussed in academia.

The notion of Quality Television is particularly linked to the implementation of three novelties that has changed the televisual landscape in the early 2000s: the setting of new rules in television production, the apparition of cable channels and the evolution of the use of new technologies in cultural practices. Actually, the Telecommunication Act of 1996 under the Clinton Administration in the United States, which intended “to provide maximum economic and content freedoms for the broadcast industry”, broke the rules of the omnipotent networks and made space for the launching of new innovative channels. As Jennifer Holt states, “the catalyst for this present industrial designs has been the striking turn in the political philosophy behind broadcast regulation over the last twenty years” (Holt, 2003: 11). A new era was born. This new era marked the rise of cable television symbolized by the HBO channel and its slogan “*It’s not television, it’s HBO*”. From its inception, HBO clearly wanted to distinguish itself from mainstream television series, and especially from network television. Mark Rogers, Michael Epstein and Jimmy Reeves call this new era the “TV III era”, packed with niche markets, consumer demands and customer satisfaction. Since this moment, HBO took risks in television aesthetics with emphasis on narrative complexity and created the standard for what media scholars describe today as Quality Television. As Jason Mittel argues, “the 2000s have been a remarkable decade of transformation in American television. New textual forms have emerged with the rise of reality television as a core genre and the pervasive spread of serial narrative across a wide range of fictional formats”. During the new years following the vote and the approval of the Telecommunication Act, innovation and bold creativity exploded on the American television and especially on cable channel and pay-per-view stations. Back then HBO was the queen channel of experimentation in narrations and storytelling with shows like *The Wire*, *Sex and the City* or *The Sopranos*. In recent

years, new cable channels arrived in the American television market and have been competing with HBO on the narrative complexity issue. I am thinking of AMC (*Mad Men*, *Breaking bad*, *Rubicon*), Showtime (*The L word*, *Nurse Jackie*, *Weeds*) or FX (*The shield*, *Sons of Anarchy*, *Terriers*, *Damages*).

We definitely know that something has changed in the way TV series are created and stories are told. We know that a new genre had appeared and that this new genre is widely discussed by scholars, by media institutions, and by TV viewers. An association of American TV viewers even exists and is called Viewers for Quality Television. They argue that: “a quality show is something we anticipate. It focuses more and explores characters; it enlightens, challenges, involves and confronts the viewers, it provokes thoughts”. Obviously, they want to defend this genre and they are the gatekeepers of this kind of storytelling innovations. But what exactly is Quality Television? What are the main components of this TV genre? Since the beginning series of Quality Television (often broadcasted on cable channels) are opposed to mainstream Television series (often broadcasted on networks). For Robert J. Thompson, who wrote a book entitled *Television’s second golden age*, “quality television is best defined by what it is not. It is not ‘regular’ TV” (Thompson, 1996: 13). Naturally, this notion of Quality television underlines a value judgment, a subjectivity that is always inherent to the definition. Kim Akass and Janet McCabe explained how difficult it was for them to make scholars accept this term and to propose this terminology in British academia, precisely for the reason that it implies a subjective argument: “even before a definition can be made almost any discussion involving quality cannot escape issues of value judgment and personal taste” (Akass, McCabe, 2007: 2). Nevertheless, the development of Quality Television on cable channels is easily understandable: series are not under the audience diktat and showrunners and producers have more freedom to create complex narratives and engaging story arcs. Cable channels always order a full season, often 13 episodes including the pilot, whereas networks first order 13 episodes and then if the show is a success in terms of audience number, they order the back nine episodes to complete the season. Producers never know if their show will be programmed until the final episode and in those conditions, it is complicated to create full and closed story arcs. Despite this value judgment, the definition of Quality Television lies on tangible and effective criteria: the series should re-work existing genres (for example *Battlestar Galactica* and space opera), they should have cinematographic and aesthetic ambitions never seen before (see *Twin Peaks*), and they should include in their story serialized narrative modes that will create complex mythologies (see *Lost* or *Fringe* for instance). Kristin Thompson, in her book *Storytelling in cinema and television*, claims that Quality Television programs include “...a quality [pedigree](#), a large [ensemble cast](#), a series memory, creation of a new [genre](#) through recombination of older ones, self-consciousness, and pronounced tendencies toward the controversial and the realistic”. It is interesting to note that the notion of seriality and complex narratives are the main ingredients of successful fictional genres, for the production which creates compelling story arcs and for TV viewers who engage in those stories, as witnessed with popular TV shows such as *Lost*, *Battlestar Galactica* or *The Good wife* for example.

This relationship between production and TV viewers and especially fans, an expert and active audience, is symbolized by a tension and a balance of powers, which shift from one side to the other. Actually, seriality and narrative complexity are constructed by producers to create Quality shows that will require viewers' attention and engagement; on the other hand, these notions are de-constructed by fans thanks to their use of new technologies and their desire to fully drill into the story arcs.

Seriality, complex narratives and strategies of production

In order to understand how fans can de-construct the notion of seriality itself, it is essential to study the strategies productions set up to create a series. TV series are designed to be broadcasted every week from September to May on networks and at any time during the year on cable channels (such as HBO and Showtime for instance) with a break for Thanksgiving and Christmas. Of course, on networks, due to their history, TV series are submitted to both the diktat of the audience and advertisements that interrupt the program rather frequently. Cable channels are not confronted to this audience issue since all that matters is the number of subscriptions to their channels, i.e. how many people pay to view their programs. It is important for the notions of seriality and narrative complexity since cable channels will have more creative freedom to develop their shows and won't fear constant cancellation due to weak amount of viewers, at least for a whole season.

Since the 80's, with the apparition of such shows like *Dallas* and *Hill Street Blues*, TV shows are constructed with a multidimensional structure, which involves a main story arc and secondary narrative stories running together across the series. This is quite a revolution in the way TV shows are created. In fact, before this structural change, TV series were episodic which meant that each episode had a proper ending. I am thinking of shows like *Columbo* or the anthology *The Twilight Zone* in which each episode was independent so that TV viewers didn't have to engage in the reception every week to understand the plots. Only soap operas, like *The Young and the Restless*, *General Hospital* and so on, had an endless narrative that never closed in order to ensure continuous story arcs. As Jason Mittel states:

Alongside the host of procedural crime dramas, domestic sitcoms and reality competitions that populate the American television schedule, a new form of television entertainment has emerged over the past two decades to both critical and popular acclaim. This model of television storytelling is distinct for its use of narrative complexity as an alternative to the conventional episodic and serial forms that have typified most American television since its inception (Mittel 2006: 29).

American TV shows have definitely changed, incorporating complex narrative forms, creating various and entangled story arcs, in order to catch TV viewers' attention and to make them engage in the reception of the show. Boardwell, borrowing a reference from the movies terminology, coined this new genre "art television". It is interesting to note that creators with a film background have all taken part in the development of narrative complexity: David Lynch with *Twin Peaks*, Joss Whedon with *Buffy the Vampire Slayer* and *Firefly*, J.J. Abrams with *Lost* and *Fringe*, or Alan Ball with *Six feet under* and more recently *True Blood*. They all brought a certain cachet to

PREVIOUSLY ON

television storytelling and narration and allowed the legitimization of this new genre in progress.

It appears that the notion of seriality remains hard to define and involves different characteristics according to different authors. For example, if we follow Clarke argumentation in his article on the complex narrative of *Lost*,

critics such as Glen Creeber describe seriality as a technique of narrative structure executed over a number of episodes that promises a conclusion. In clear contrast, Angela Ndalians, tracing the neo-baroque tendencies in contemporary television programming, follows Umberto Eco in casting seriality as the resistances of linearity and ultimate closures” (Clarke, 2006: 19).

However, according to the definition of Jason Mittel, it is quite clear that seriality and narrative complexity ensures that episodes are not closed on themselves and that story arcs should live and continue across the show.

As it most basic level, narrative complexity is a redefinition of episodic forms under the influence of serial narration- not necessarily a complete merger of episodic and serial form but a shifting balance. Rejecting the need for plot closure within every episode that typified conventional episodic form, narrative complexity foregrounds ongoing stories across a range of genres” (Mittel, 2006: 32)

According to Clarke, “serials, that is, programs whose narratives are delayed and stretched across episodes, represent certain challenges in the maintenance of story information at the same time that they encourage viewers’ speculation” (Clarke, 2010: 125). We could wonder, since narration are now defined as complex, how TV viewers could stay engaged and more importantly what are the production strategies to make TV viewers focus on the main aspects of the show. Actually, narrative complexity surely implies that TV viewers have to remember details of the narration and of the story arcs and producers have some efficient tricks to trigger the memory of the TV viewers. One of them is the use of the sequence called “previously on” and displayed at the beginning of each episode right before the teaser and the credits. These short sequences- 1 or 2 minutes- include various elements from past episodes that will ring a bell to frequent viewers and hardcore fans and that will help newcomers catch up with the story. For example, in the episode *Juliet Doesn't live here anymore* from *Gossip Girl*, the “previously on” mentioned Nate’s father, a character who was missing in action since season one and his arrest for money laundering and therefore not in viewers’ minds. Since he was part of the sequence before the episode started, TV viewers assumed he would return and of course, he was part of the episode when Nate visited him at the county jail. Other little but helpful elements can be found in the narration itself, like pieces of dialogues between two or more characters that will reference past actions or plots (popular in shows like *Lost*, *Dexter* or *Fringe* for example), visual objects that already appeared at some important points in the story arcs and principles of voice over like in *Veronica Mars* in which the main character recalls details and shares them with the TV viewers thanks to this process. Narrative complexity and seriality cannot be fully appreciated without those elements, which will favor the TV viewer’s memory and allow his full engagement, his digging into the story arcs.

Naturally, in this context, two episodes stand out as really important in the construction and the

success on a TV show: the pilot and the finale. The pilot, the name given to the very first episode of a show, introduces the main and secondary story arcs, the main and supporting characters, and the plots fans will engage in and follow. The finale ideally has the heavy and sometimes cruel duty of wrapping up the story arcs developed during the run of the show. The Pilot of *Veronica Mars* is a near perfect example of the beginning of a compelling story. It puts into place all the story arcs, the characters, their backgrounds and their relationships, and the voice-over narration sets the tone of the show. Likewise, the pilot of *The Shield* with its cliffhanger- Vic Mackey killing his partner in cold blood- makes fans and average TV viewers want to know what will happen next. The finale on the other hand is the episode that will often bring controversy. It is quite easy to figure out why: the more complex the show with various arcs and relationships, the more difficult it will be to tie everything up in one single episode. Recently, *Lost* and *Battlestar Galactica* have divided fans because questions remained unanswered due to the complexity of the stories. Two sides fought between fans who appreciated the characters more than the plots and those who preferred the plots to the characters. *The Sopranos* with its fade to black finale did not satisfy everyone because fans did not have a proper closure and were facing the uncertainty of Tony Soprano and his family's future. Finally, *The L word* ended poorly because it introduced a new story arc in the last season premiere- who killed Jenny? - that finally was not addressed in the final episode.

In the definitions I mentioned- the one from Clarke and the one from Mittel-, the concept of continuity in the stories is what matters the most, what will bring TV viewers in front of their TV sets every week to follow the plots and the lives and adventures of their beloved characters. This continuity is reinforced by cliffhangers at the end of strategic episodes, like season finales for example. This will ensure that TV viewers and especially fans stay engaged in the show and wait frantically until the beginning of the new season. Recently, a show like *Fringe* successfully managed to keep fans interested after season 1 finale (the shot on the Twin Towers in the alternate universe) and after season 2 finale (Olivia trapped in the alternate universe and replaced by Bolivia in our universe).

It can safely be said that the implementation of new technologies in fans' cultural and televisual practices have accelerated the normalization of narrative complexity and serialized shows in the United States and legitimated this new genre. In fact, now that fans know how to benefit from technological convergence and from "convergence culture" (Jenkins, 2006), seriality is often deconstructed and de-materialized.

Cultural practices of fans in the digital age

First of all, we need to understand the change in fans' cultural practices and especially what it means today to be a fan in the new television ecosystem. In an article from 1999, Bielby, Harrington and Bielby wrote that fans have special television practices that go way beyond the simple act of watching television: "to view television is a relatively private behaviour. To be a fan, however, is to participate in a range of activities that extend beyond private act of viewing and reflects enhanced emotional involvement with a television narrative". In this context, fans

can be described as devoted viewers, who will engage deeply in the reception of a show they like, and who will use new technologies and especially the Internet to be part of a “community of practices” (Baym, 1999). They are also active decoders, who will compile and collect news from their shows, in order to build an encyclopaedic knowledge. This phenomenon is empowered and spread with the creation of wikis, such as LostPedia or FringePedia that enhanced the show experience for fans and their knowledge of the stories and plots.

Therefore, in the current television environment, reception of television texts and contents for fans is not limited to the very moment of the broadcasting of the show on a channel, but goes beyond this thanks to several activities that fans express and practice within a virtual community. It can be seen as an endless circle, even a cycle, in which fans watch the episode, long on to a forum, discuss it with other members, searched for the latest news and spoilers, played interactive Alternate Reality Games related to the show, and stay surrounded by the show atmosphere.

Moreover, today, fans are more and more creative. Actually, “fans are TV viewers who not only watch a program but also write fan fictions and cultural reviews, produce fan-arts, create videos, websites, and find some other fans to talk to and share their passion with” (Jenkins, 2004). This creativity can only exist when narrative complexity is developed in a show since story arcs and seriality will favour fans imaginations, pleasures and sometimes frustrations. These feelings will be the base for creations like fan fictions for example. Fans belong usually to a virtual community in which the same passion, the same language, the same media practices and the same will to participate are expressed. Costello and More think that fans who are frustrated not to be able to talk about their favourite show with their friends and family can easily gather on special websites in order to share theories and ideas about the show. This sense of belonging is really strong among fans. Recently, I conducted a research on fans of the Sci-Fi American show *Battlestar Galactica* in order to know why fans log on to a website and use the official forum. It appears that fans of this show need to belong to a community, to discuss with other fans, to share theories and creations. This is what Internet has brought to fans: a virtual place where they can gather fast and easily with no time or space issues or boundaries. The Internet provides an immediacy for viewers who go online, creating something that is familiar – fandom.

Moreover, Henry Jenkins in “The Poachers and the Stormtroopers: Cultural convergence in the digital age”, underlines three points which prove that fans are active receptors, who use new technologies and adapt themselves to a new socio-cultural environment in order to create and redefine a language, practices, identities and values. These three points are: re-circulation, participation and virtual communities, which are at the core centre of the new television practices.

“Participation: fans can engage actively and widely in the creation and circulation of cultural materials. Virtual community: the place of the social relations where there is participation in a mediatised environment. In virtual communities, there are rules to accept and to follow. Many viewers take pleasure in the fact that they are part of a specialized social audience while also working to defend their texts as worthy of a broader social audience. Serge Proulx (2004)

states that these virtual communities possess “a social structure which reproduces certain characteristics of the face-to-face structure of society: rules, norms, sanctions, codes...” Eric Maigret (2003) adds: “Online communities are rarely without any filters in order to ensure nice interactions and to choose people with an acceptable social profile: the frame of the interaction and the representation of self, in the sense of Goffman, will help construct the social relations. Fans are not only very creative in their reception but really engage in social relations through online communities. Today, with the Internet, virtual communities are spreading, even drilling, and colonising every websites allowing fans to re-circulate their tastes from one community to another.

Re-circulation: transmission to a larger audience. Digital media allow a new relationship with media and televisual contents. TV series are now developing into transmedia storytelling (Jenkins, 2006) and “mediacultures” (Macé, Maigret, 2005), that fans consume on different media, on different personal and mobile devices such as a cell phone, a computer, a game box, or a TV set.

This shift from passive to active viewing is particularly marked in fans’ television practices. Not only do they engage fully in complex and serialized story arcs, but they also create fans materials, use new technologies to meet in virtual communities and collect news and clues and hints which will facilitate their understanding of the show’s mythology.

To sum up this new active position from fans and the new role they have in a TV world of convergence, this statement from Sarah Gwenllian-Jones is quite effective:

from 1990 onwards, a number of television series have been produced and marketed precisely in order to attract particular microcultures and to foster within them not just regular viewers but also a high proportion of fans...Intertextuality, metatextuality, self-referentiality, story arcs and stand alone episodes within the same series, an exaggerated play of fracture and textual excess and generic interconnections with wider subcultures (science-fiction, fantasy, horror, conspiracist, ufological) are knowingly employed to seduce viewers with intense engagements with the fictional worlds and fantastic logics of cult television series’ diegesis. The wide open, producerly texts of these series appeal not so much to their audiences’ desire to be entertained as to its need to be imaginatively involved (Gwenllian-Jones, 2003:166)

Clearly, there is a strong relation between producers and fans when it comes to the creation of shows from the Quality TV genre. In fact, fans are essential in the success of the formula since producers create the show mainly for their intellectual and emotional engagement, and therefore so that their reception is extended on the Internet, with activities in virtual communities of practices. However, as stated before, fans can also break the continuity of seriality.

How fans de-construct seriality with new technologies

Fans have acquired the technical skills to participate and become active and expert viewers. They know how to use the Internet, how to write fan fictions and share them on dedicated websites (fanfiction.net for instance), how to edit fan videos and post them on interactive media platforms (such as YouTube), how to play Alternate Reality Game with the whole community. But

mainly, fans know how to engage in their shows, and practice what Mittel calls “forensic fandom”, which means digging into a show to extend the knowledge. All these new fans’ practices and engagement have helped implementing and developing narrative complexity and serialized shows.

As suggested by Mittel (2006), “using the new technologies of home recordings, DVDs and online participation, viewers have taken an active role in consuming narratively complex television and helping it thrive within the media industries”. As those new technologies appear in viewers’ homes, producers had to find a way to captivate viewers’ attention and make them want to tune in every week to follow a show. That is why complex narratives and seriality began being common structures of any American shows, from the science fiction of *Battlestar Galactica* or *Fringe*, to the teen dramas of *Gossip Girl* to the sitcoms of *How I met your mother* or *The Big Bang Theory*. Today, every show is serialized and uses a multidimensional structure that requires viewers’ intellectual and emotional engagement.

However, I think that it is essential to resituate TV shows viewing and consumption in the current context of convergence between television and the Internet and new technologies. We have entered a new television era that I call “techno-television” (Bourdaa, 2009), which comes in the continuity and completes the previous one, coined “post-television” by Ignacio Ramonet (Ramonet, 2001). This new era is symbolised by the inter-connection between television and the Internet, a deeper engagement from fans, and a spreading of social relations and links thanks to social networks such as Twitter and Facebook. This era is all the more real and tangible now since the launching of projects like Google TV, Yahoo connected TV and Apple TV and the creation of more and more connected TV sets. Concerning the importance and the rehabilitation of the social relations, fans are usually part of several social networks where they display their media tastes. These tastes are then spread across the networks and shared with friends. In this context, the “techno-television” era positions itself as a creator and maker of social links and relationships across social networks.

Actually, even if new technologies have set up the environment to develop such serialized shows, it also appears than fans are using them to de-construct the notion of seriality itself. New technologies have allowed fans to create and perform activities and they have also allowed them to view their shows differently on different media platforms: a laptop or a computer, a game device, a smart phone, and obviously on a TV set. With the implementation of the DVR and the Pilotime in the United States, TV viewers and especially fans can free themselves from the rigid schedule and the diktat of TV listings and record and collect episodes to watch them whenever they want. New technologies have mainly brought freedom to fans and especially new temporalities in consuming TV series. Today, daily temporalities, work times, leisure and family times do not have to compete and collide with media temporalities and times. Technologies such as streaming or Video on Demand give fans the opportunity to catch up with their shows usually for free on platforms like Hulu, which is only available from within the United States for now. Fans can access and watch their favourite shows at any time and enjoy multiple viewings that will,

in the end, enhanced their ability to create and dig into the shows. They possess a giant virtual video store they can enter whenever they want and thanks to which they can create their own television experience.

DVDs have introduced a new way of consuming those shows, a way that is labelled “binge viewing”. According to Derek Kompare (2006), “The DVD box set in particular, as introduced with Fox’s first set of *The X-Files* in 2000, has reconceived television series as collectible objects, fostering a new commodity relationship between television and its viewers ». Amanda Lotz analyzed how catching up with TV shows (*Buffy the Vampire Slayer* and *The L word*) in a short time changed her relationship to the material and provided her « new layers of meaning ». She advises: « The new ways of watching television are providing different ways of viewing that require more thinking about what their consequences may be for meaning making and the cultural role of television. » In this article, she emphasizes that watching series on DVDs can foster the ability to remember crucial details and continuity without any gasps between seasons and interferences from other complex narratives. This statement counters the main principle of seriality, the fact that TV shows are designed to be broadcasted every week on the channel. With the act of binge viewing, fans delete the aspects of craving for the show, and minimize the continuity between weeks and so the power of the cliffhangers that maintain the suspense, usually between two seasons but sometimes between two episodes too.

More importantly, serialized shows and complex narratives trigger fans’ creativities and will to intellectually engage in the decoding of the show. But, new technologies offer them the possibilities to concretely create new materials. With the possession of DVDs, episodes downloaded legally or illegally via P2P networks, fans will have in their hands the materials needed to favor their creativity. With these concrete and tangible objects, they can watch and re-watch episodes or key moments from a specific episodes, they can freeze the image (very useful with *Fringe* and the game “Spot the observer”), they can forward or rewind important scenes. According to Olivier Blondeau and Laurence Allard, “illegal downloading of episodes will provide fans the possibility to keep the necessary material to the deployment of their creativity. Downloading implies that it is not only necessary to be able to see movies or series, but also to have archives, steady and permanent, a true database of images and cognitive data ». Not only can fans engage deeper in the story arcs thanks to the notions of seriality and complex narratives, but they also can deconstruct this very notion and foster their creativity, develop their activities of fans. Producers create complex narrations with suspense for a weekly consumption and suitable for big hiatuses between seasons, and fans get round this creation process by buying DVDs, watching episodes in streaming or downloading them. The very essence of seriality, which is the continuity in the story arcs, does not exist anymore in this special viewing and consumption context.

A twisted relationship between fans and producers that confuse the issues on the definition of seriality itself:

As argued in this article, fans have gained expertise, knowledge and legitimacy to become more and more active and intelligent viewers. These expert viewers are able, thanks to these precise

technical skills, to dig into the narratives they like to recreate the whole experience and the whole mythology of the show and to participate in communities of practices with special collaborative activities such as writing fan fictions, creating fan videos, compiling and sharing information they will post on participatory sites like Wikis, translating for fan subtitles, being activists. Aware of this solid and active fan base, producers create and invent more and more complex narratives with a notion of seriality and continuity in them, so that fans can enjoy their television experience and try to decipher story arcs. However, in contradiction and opposition to producers' expectations, fans use new technologies to free themselves from the rigid schedule of TV planning and from the waiting gap between episodes (one week) or between seasons (several months, sometimes more). They also work to de-construct complex narratives by using binge viewing, by watching episodes via streaming, or video platforms.

It is obvious that the definition of Quality Television and narrative complexity are therefore troubled by fans activities. This is an ambiguous aspect since fans love these more and more complex, compelling and engaging story arcs, and despite this, or maybe because of this, they de-construct these shows and make the continuity embodied in seriality useless. By watching several episodes in a row, by possessing episodes on DVD or stocked in their DVR or computers, fans forget the very essence of these shows: the continuity in the story arcs empowered by cliffhangers and wait. But the ambiguity with Quality Television in the digital age resides precisely in this relationship between producers and fans, since producers have to please their main audience and create engaging and complex shows with string story arcs and mythology in order to allow fans to dig deeper and enhance the televisual experience.

Works Cited

- Akass K., McCabe J. (eds.) (2007), *Quality television. Contemporary American television and beyond*, New York: IbTauris.
- Akass K., McCabe J. (2007), "Adieu to the Sopranos; What next for HBO?", *flowTV*, 18 may 2007.
- Baym N. (1999), *Tune in, log on. Soaps, fandom and online community (new media cultures)*, London: Sage Publications.
- Blondeau O., Allard L. (2007), *devenir Media. L'activisme sur Internet entre défection et expérimentation*, Paris: Editions Amsterdam.
- Bourdaa M. (2009), *L'interactivité télévisuelle, ses modalités et ses enjeux. Comparaison de programmes Etats-Unis – France*, Dissertation, defended in June 2009.
- Brower S. (1992), "Fans as tastemakers: Viewers for Quality Television", in Lewis L. (ed.), *The adoring audience. Fan culture and popular media*, London: Routledge.
- Clarke M.J. (2010), "Lost and mastermind narrative", *Television and new media* 11 (2), pp. 123-142.
- Gwenllian-Jones S. (2003), "Web wars: resistance, online fandom and studio censorship", in Jancovich M., Lyons J. (eds.), *Quality popular television. Cult TV, the industry and fans*,

London: British Film Institute.

Jancovich M., Lyons J. (eds.) (2003), *Quality popular television. Cult TV, the industry and fans*, London: British Film Institute.

Jenkins H. (2006), *Convergence Culture. Where old and new media collide*, New York: New York Press.

Jenkins H., *The poachers and the Stormtroopers. Cultural convergence in the digital age*, available online: <http://web.mit.edu/cms/People/henry3/pub/stormtroopers.htm>

Holt J. (2003), "Vertical vision: deregulation, industrial economy and prime-time design", in Jancovich M., Lyons J. (eds.), *Quality popular television. Cult TV, the industry and fans*, London: British Film Institute.

Kackman M., "Quality television, melodrama and cultural complexity", *FlowTV*, 31 October 2008.

Kompare D. (2006), "Publishing flow and the reconception of television", *Television and new media*, vol.7 (4), pp. 335-360.

Lotz A. (2006), "Rethinking meaning making: watching serial TV on DVD", *FlowTV*, 22 September 2006.

Macé E., Maigret E. (2005), *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris: Armand Colin.

Maigret E. (2003/2007), *Sociologie de la communication et des médias*, Paris: Armand Colin.

McKee A. (2003), "What is television for?", in Jancovich M., Lyons J. (eds.), *Quality popular television. Cult TV, the industry and fans*, London: British Film Institute.

Mittel J. (2006), "Narrative complexity in contemporary American television", *The velvet light trap*, number 58, pp. 29-40.

Mittel J. (2009), "Sites of participation: Wiki fandom and the case of Lostpedia", *Transformative works and cultures*, vol.3.

Nelson R. (2006), "Quality Television. The Sopranos is the best television drama ever...in my humble opinion", *Critical Studies in Television*, 1/1.

Newman M.Z. (2006), "From beats to arcs: towards a poetics of television narrative", *The velvet light trap*, number 58, pp. 16-28.

Proulx S. (2004), « Les communautés virtuelles construisent-elles le lien social? », in Colloque International, « *L'organisation média. Dispositifs médiatiques, sémiotiques et de médiations de l'organisation* », Université Jean Moulin, Lyon.

Ramonet I. (2001), "Une nouvelle étape, la post télévision", *Le monde diplomatique*, Juin 2001.

Ross S.M. (2008), *Beyond the box. Television and the Internet*. Oxford: Blackwell Publishing.

Schroder K. (1992), « Cultural Quality: search for a phantom? A reception on judgments of cultural value », in Skovmand M., Schroder K. (eds), *Media Cultures. Reappraising transnational media*, London: Routledge.

Thompson R.J. (1996), *Television's second golden age. From Hill street blue to ER*, New York: Syracuse University Press.

La imagen-laberinto en la ficción televisiva norteamericana contemporánea. Series de tiempo y mundos virtuales

Glòria Salvadó Corretger

Fran Benavente Burian

El laberinto posmoderno

Avancemos, de entrada, una hipótesis. El laberinto se configura como uno de los tropos centrales de la ficción audiovisual contemporánea. Intentamos pensarlo, entonces, como un paradigma que se desarrolla como motivo, pero también, y sobre todo, como estructura narrativa, proyección discursiva y ulteriormente como forma emblemática de la construcción del mundo ficticio y de la situación del espectador en la producción televisiva y cinematográfica actual. Desde este punto de vista, en el laberinto se declinan cuestiones clave como la fragmentación irresoluble del sujeto, el gusto por la complejidad narrativa, la inconsistencia de la realidad con la subsiguiente desmaterialización de los cuerpos que la habitan o la autorreferencialidad del dispositivo ficcional, abocado a construir un mecanismo para el periplo eterno del espectador cuya resolución está expuesta en su propio planteamiento.

Antes de abordar el objeto específico de nuestra investigación –la ficción televisiva– podemos tentar unos primeros pasos por la puerta abierta del cine, puesto que ahí emerge un film-acontecimiento que se perfila en torno a la figura del laberinto. Se trata de *Inception* (Christopher Nolan, 2010). Aparentemente es el tema del sueño el que domina el relato: en un eventual mundo futuro –el film se adscribe al género de la ciencia-ficción– Cobb (Leonardo de Caprio), una especie de invasor de sueños capaz de robar ideas en ellos, es contratado por el jefe de una multinacional energética para implantar en lo más profundo del subconsciente del heredero de la compañía rival un deseo de destrucción de su propia empresa. Para ello Cobb forma un equipo y diseña un plan que implicará la penetración hasta en cuatro niveles oníricos de profundidad y cinco niveles narrativos, con sus correspondientes temporalidades, que funcionan a la vez en la sección climática de la película. El viaje en el sueño será también un viaje entre tiempos (progresivamente contraídos).

La indistinción entre realidad y sueño, la fragilidad del mundo material tangible, es una constante del relato posmoderno que, en este caso, se refuerza en el hecho de que la mayor parte del film (si no todo, duda que se certifica al final pero se trabaja en la desorientación del espectador al principio del mismo) pueda ser visto como una proyección mental desmaterializada, una sucesión de sueños contruidos y puestos en escena cuyo engarzamiento y lógica acaban por dibujar un film-cerebro.

El diagrama cerebral, con sus conexiones sinápticas, muestra una homología clara con el

laberinto y, a su vez, con el propio dispositivo ficcional. No es ocioso que en *Inception* se necesite un arquitecto para diseñar los diversos mundos soñados; que éstos deban ser concebidos a modo de laberinto tramado como figura escheriana y que, finalmente, alguien como Cobb se comporte como el gran planificador, el director, de todo este entramado. Podemos sumar las connotaciones conspirativas (intrigas internacionales sin esclarecer de intereses económicos difusos) que, como veremos, funcionan como motor de la ficción, y añadir la importancia de la idea de referencialidad: los mundos soñados, puesto en escena, se construyen como resonancia de géneros diversos e imágenes preexistentes. Así por ejemplo, el propio Nolan, reconoce haber recreado en uno de los niveles del clímax final las escenas alpinas de *007 al Servicio Secreto de su Majestad* (Peter R. Hunt, 1969), un signo claro de una película que no quiere renunciar a enhebrar la acción comercial con la intriga y el juego narrativo.

Gilles Deleuze ya avanzó en uno de los capítulos más importantes de *La Imagen-Tiempo*¹ el dato de la identidad de mundo y cerebro en parte del cine moderno, particularmente en cineastas como Stanley Kubrick o Alain Resnais. Quedémonos por un instante con Kubrick. Deleuze recuerda, entre otras muchas de sus imágenes-cerebro, la estructura laberíntica del hotel *Overlook* en *El Resplandor* (Stanley Kubrick, 1980) que, conviene recordar, se redoblaba en el laberinto exterior, reproducido a escala en una maqueta y, finalmente, en la mente perturbada de su protagonista, a su vez perturbada por los espectros del cementerio indio sobre el que se construye el hotel. Este índice de perturbación es fundamental en personajes como el Cobb de *Inception* o el Teddy Daniels de *Shutter Island* (Martin Scorsese, 2010), otro film-cerebro trabajado por coordenadas similares y recorrido de principio a film por el tropismo laberíntico².

En la reconversión posmoderna del film como imagen del cerebro se produce una adecuación comercial de la vocación “experimental” de la modernidad; se carga el interés no tanto en el discurso existencial o en el trabajo sobre la memoria como en la maquinaria narrativa y en el juego estructural, de manera que se potencia el placer de participación del espectador en otro nivel de lo intelectual, no tan basado en el conocimiento del mundo como en el reconocimiento placentero de todas sus cartografías posibles.

En un artículo reciente, David Bordwell (2010) nos advierte que el interés de Christopher Nolan en *Inception* es la experimentación con narrativas encajadas y el uso del *cross-cutting*, habitual, por otra parte, desde su primer film. El propio cineasta reconoce partir de la idea de puzzle (figuración misma del artilugio lúdico cuyos fragmentos constituyen una imagen precaria) para la concepción del film, además del interés por los elementos de intriga policial. Lo que demuestra Bordwell es que, finalmente, la película de Christopher Nolan no hace más que forzar una tendencia característica de la posmodernidad –la fragmentación narrativa– a partir del tema del sueño y de la ciencia-ficción. Así el verdadero tema del film debería ser su propia construcción, o bien la arquitectura. Es decir en una narrativa reencajada (abismada y reflejada al infinito

1 Deleuze, Gilles (1986). Cine, cuerpo y cerebro, pensamiento. En: *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2*. Barcelona: Paidós Comunicación.

2 “Question d’autant plus appropriée que le film exhibe son tropisme labyrinthique, l’exploration de son décor (un hôpital psychiatrique) allant de pair avec le déploiement de son récit (un policier enquête sur la disparation d’une patiente)”. Lepastier, Joachim (2010). Parle avec les déments. En: *Cahiers du Cinéma*, n° 654.

como demuestra la escena de los espejos reflejados), la imagen-caja final es un vacío central que sólo se llena en la propia acción de llenarlo. Es una especie de laberinto cuyo objetivo final es perderse en él para descubrir a la salida que el laberinto es la mente o el cerebro: una imagen proyectada en una pantalla de cine.

El laberinto televisivo

Todas estas ideas se iluminan antes y mejor si observamos su dominio absoluto en el ámbito de la ficción televisiva americana comercial. Para ello es necesario referirse a un conjunto de series de estructura compleja que incorporan una narrativa absolutamente fragmentada³ y cifran sus claves discursivas en viajes en el tiempo. *Heroes* (Tim Kring, NBC, 2006-2010) y *Lost* (J. J. Abrams, Jeffrey Lieber, Damon Lindelof, ABC, 2004-2010) son algunas de las series más emblemáticas de este modelo. En ellas, o bien los personajes tienen la capacidad de viajar en el tiempo, o bien el propio relato efectúa desplazamientos temporales constantes entre presente, pasado e, incluso, futuro. Ese viaje en el espacio-tiempo se configura como un laberinto. Así las series toman forma de laberinto temporal.

Dichas estructuras laberínticas no pretenden la resolución de los misterios que se plantean a lo largo de los capítulos. Son ficciones seriales en las que el placer del espectador se origina en el misterio del enigma. Como afirma Omar Calabrese: “el más moderno y estético de los laberintos y de los nudos no es aquél en el cual prevalece el placer de la solución, sino aquél en el cual domina el gusto del extravío y el misterio del enigma” (Calabrese, 1994: 156). En el mismo sentido Borges escribe que la solución del misterio siempre es inferior al propio misterio: “El misterio tiene que ver con lo divino; la solución con un truco de prestidigitador”⁴. Cabe tener en cuenta que el relato laberíntico, como afirma Pascal Bonitzer, acostumbra a constituirse como cuento metafísico, novela policíaca o *thriller* (Bonitzer, 2007: 57). En estas condiciones, la trama se descubre como un argumento vinculado a algún hecho trascendente (Jacob, en *Lost*, como figura divinizada o la luz mística que cobija la isla) o a un plan definido por alguna mente perversa (Charles Widmore, Eloise y sus conspiraciones familiares).

Lo que es evidente es que el placer de estas series reside en el perderse en el laberinto. Por eso en *Lost*, cuando al final de la temporada se vislumbra la salida “real” de la isla, los personajes entienden que deben volver para que todo vuelva a empezar (o siga igual). Significativamente esta articulación discursiva corresponde a un brillante cambio de régimen temporal entre los niveles del relato: el *flashback*, por lo tanto el pasado, deviene en *flashforward*, el futuro, y el espectador sólo puede saberlo en el momento mismo de la enunciación de la reversión. “We must go back, Kate”, afirma Jack Shepard al final de la tercera temporada.

¿Pero cómo se cimienta una estructura compleja como la de *Lost*? *Lost* es una serie paradigmática de la ficción televisiva post 11-S. Empieza con la imagen del Dr. Shepard despertando en medio de una jungla (aparentemente paradisíaca). Pero este espacio paradisíaco se transforma en el

3 Sobre la complejidad narrativa como paradigma de la ficción televisiva contemporánea es necesario recurrir a Mittell, Jason (2006). Narrative complexity in Contemporary American Television. En: *The Velvet Light Trap*, nº 58.

4 Borges, Jorge Luis (1952). *El Aleph*. Buenos Aires: Losada. Citado en: *Ibid.*, p. 156.

momento en que un movimiento de cámara permite la irrupción violenta de una fractura “real”: un accidente de avión que resuena en el imaginario del desastre activado por los acontecimientos del 2001. Esta apertura del relato plantea la fractura original de cada una de las vidas heridas de la multitud de personajes. Éstos deberán recobrar la idea de unidad y encontrar el sentido a todo aquello que les ha ocurrido, pero ese objetivo se verá obstaculizado por el diferimiento serial; la búsqueda de respuestas se alargará diversas temporadas. La propia construcción de la ficción conspira contra la obtención de respuestas por parte de los personajes y del espectador.

Cartografía del laberinto

Algunas de las ficciones que ahora abordamos –*Lost*, 24 (Joel Surnow, Robert Cochran, FOX, 2001-2010), pero también *Heroes*, *Fringe* (J. J. Abrams, Alex Kurtzman, Roberto Orci, FOX, 2008-), *Battlestar Galactica* (Ronald D. Moore, R&D TV, BSkyB, NBC, 2004-2009)– llevan al límite uno de los principios que tradicionalmente habían configurado las narraciones conspirativas: es imposible aislar al enemigo.⁵ En la primera temporada de *Lost*, por ejemplo, se descubre que hay un infiltrado en el grupo; en 24 siempre se tiene que combatir una amenaza terrorista. El enemigo es imposible de identificar con certeza; está escondido, latente. A menudo, se encuentra entre nosotros.

Ello genera constantes sospechas, crea miedo y una sensación de paranoia. Hay confusiones constantes: ¿Los amigos lo son realmente? Los límites entre bien y mal se difuminan. El enemigo no tiene una estructura piramidal sino viral. Adversario y relato toman forma de tela de araña. Por eso, estas series podrían perpetuarse como relatos eternos, sin llegar nunca a una resolución. Así, nos encontramos de nuevo ante un elemento que remite a la construcción laberíntica.

Antes hacíamos referencia a la importancia de la autoreflexividad en el engarce de trayecto y objetivo de la ficción. La mayoría de estos relatos se muestran conscientes de su naturaleza laberíntica. Por ese motivo, en algún momento de la serie se pone en evidencia ante los ojos del espectador la complejidad de la estructura serial. Aparece lo que nosotros denominamos “el mapa de la serie”.

Heroes, desde sus primeros episodios, muestra cuál es el trauma original que anida en su trama. Como en el caso de *Lost*, se plasma en una imagen de fuerte resonancia simbólica, que remite literalmente al 11-S: la devastación nuclear de la ciudad de Nueva York. Vemos por primera vez esa imagen en el cuadro que Isaac (el visionario del futuro) ha pintado en su estudio; la volvemos a ver en un salto al futuro protagonizado por Hiro Nakamura (el personaje con la habilidad de controlar el tiempo y desplazarse por él). En esos momentos, se fija un trauma que, de hecho, todavía no se ha producido (una visión pintada en un cuadro; un momento vivido del futuro antes de volver al presente). La gran explosión, en consecuencia, todavía puede evitarse. Por eso, la serie plantea la recuperación de un destino unitario y trascendente que conjure los

⁵ Jean Baudrillard analiza este aspecto en relación al 11-S: “*El terrorismo, como los virus, está en todas partes. Hay un gota a gota mundial del terrorismo, que es como la sombra con que carga todo sistema de dominación, en todas partes listo para despertar como un agente doble. Ya no hay línea de demarcación que permita rodearlo, está en el corazón mismo de esta cultura que lo combate [...]. Pero contra el otro, que es de estructura viral [...], contra esta forma de reversión casi automática de su propio poder, el sistema no puede hacer nada.*” Baudrillard, Jean (2003). *Power Inferno*, Arena libros. Madrid, p. 13.

terrores de la fractura, que son los de la multiplicidad y el azar (proliferación de personajes y, sobre todo, multitud de capas temporales).

La imagen del mapa del Dr. Suresh (genetista que estudia la mutación humana en una raza superior –superhéroes–) identifica el grupo de pacientes que estudia el médico en la geografía mundial. Más allá de la imagen superficial, nos situamos ante una cartografía de todos los personajes potenciales de la trama (que vamos descubriendo poco a poco; y que se van incorporando al grupo de superhéroes a medida que transcurren las temporadas). Los hilos de colores establecen posibles relaciones, de modo que se acaba dibujando una retícula que los une a todos. Como en tantas otras series, el relato aparece cifrado en un mapa que tiene que reconstruir un investigador-hermeneuta. El *MacGuffin* está servido. Mohinder Suresh (que reúne en su condición de investigador las figuras del científico y del hombre de fe⁶) tendrá que ir a la búsqueda de todas esas personas, pero no será el único.

Otro ejemplo de mapa que contiene todo el relato aparece en la serie *Alias* (J. J. Abrams, ABC, 2001-2006), y también en uno de los primeros episodios de la primera temporada. Michael Vaughn, un agente de la CIA, muestra a Sidney Bristow, la protagonista, el verdadero mapa del enemigo, el SD-6. La red se ramifica mucho más allá de lo que ella podía pensar hasta extenderse por todo el mundo (se trata de un trabajo a largo plazo, le dice Vaughn). Ella tendrá que reseguir el mapa y eliminar a todos los enemigos.

Pascal Bonitzer, que ha teorizado la noción de laberinto en el cine, considera el *thriller* como el género laberíntico por excelencia y la angustia de la persecución y el “*journey into fear*” como su emoción específica (Bonitzer, 2007: 58). En este sentido, ¿qué hacen *The Others* sino “perseguir” a los protagonistas de *Lost* en la isla? ¿*24* no se estructura como una persecución? Así mismo, ¿qué son sino sus miedos más íntimos aquello que parece manifestarse en la isla a cada uno de los personajes de *Lost*? Bonitzer considera que el laberinto en el *thriller* tiene que ver con la estructura del relato –sometido constantemente a giros, torsiones, desviaciones– y con aquello que no se ve pero que es accesible a través del cine; aquello que está a punto de hacerse visible. Todo ello debe ponerse en relación con las nociones fundamentales de sorpresa y suspense.

Las características que Bonitzer otorga a las ficciones laberínticas reaparecen en la mayoría de series que aquí estamos analizando. Seguimos de igual modo a los personajes por espacios inhóspitos (de oscuros túneles subterráneos a grandes extensiones desérticas), recorreremos callejones narrativos con una misma finalidad: la búsqueda de una verdad escondida cuya revelación puede no resultar agradable. Esta idea aparece como motor de la mayoría de estos relatos seriales. De ahí el carácter emblemático de frases como “*Truth takes time*” de *Alias* (una declaración de intenciones serial) o la pionera “*Truth it's out there*” de *The X-Files* (Chris Carter, FOX, 1993-2002). Recientemente, una serie como *Covert Affairs* (Matt Corman, Chris Ord, USA Network, 2010-), que retoma los parámetros conspirativos y los problemas identitarios de *Alias*

⁶ La resolución unitaria o reconciliación final se contempla igualmente como resolución de este dilema central que, finalmente, es visto como un falso dilema, muy en la tradición americana. Uno de los capítulos-emblema de la serie *Lost* lleva justamente el título “Man of science, man of faith”.

en un ambiente más ligero, recurre también a un leitmotiv similar como disparadero enigmático: “*truth is complicated*” reza la nota que el misterioso amante desaparecido deja a la protagonista de la serie antes de desvanecerse.

La identidad en el laberinto

La búsqueda de esa verdad está relacionada con un rostro. Como afirma Bonitzer todo laberinto implica un enigma en relación al rostro. La tradición mítica dicta que en el corazón del laberinto cretense se encuentra el minotauro (un monstruo con cabeza y rostro de toro). En el interior del laberinto egipcio, dentro de la pirámide, hay una momia. ¿Para qué sirve una momia? Para preservar el rostro. Cuando se retiran las vendas del rostro éste puede resultar abominable y estar descompuesto. El laberinto cinematográfico, por su parte, encuentra su gran constructor en Alfred Hitchcock, el cineasta del control (la conspiración de la puesta en escena) por excelencia. Encontramos destilada su estructura en *North by Northwest* (Alfred Hitchcock, 1959) que, recordémoslo, fue titulada en su estreno latinoamericano como *Intriga Internacional*. El laberinto hitchcockiano empieza con la pérdida del rostro (el protagonista, Roger Thornhill ha visto borrada su identidad, suplantada por la de Kaplan). Lo que orienta el camino hacia el interior del laberinto es la búsqueda inquietante de un rostro que culmina entre los rostros gigantes del Mount Rushmore. No casualmente, Hitchcock es la referencia primera de creadores como J. J. Abrams o del propio Christopher Nolan.

En *Lost* el rostro de los protagonistas se ve fragmentado al inicio de los episodios de las primeras temporadas: la imagen sólo muestra un ojo. Será necesario recorrer el laberinto que propone la serie para llegar finalmente a comprender cuál es la verdadera identidad de cada personaje. Todo empieza y culmina en el rostro (concretamente en el de Jack Shepard), en él se contiene el enigma de la abertura y la iluminación del cierre (en un abrir y cerrar de ojos literal que se difiere en seis temporadas).

La búsqueda de la verdad se encuentra estrechamente relacionada con la interrogación sobre la identidad ¿Y no es la identidad el “nombre” de un rostro? Todas las series citadas terminan hablando de quiénes son los personajes y de cómo aceptan de su identidad. El laberinto de *flashbacks* que compone las primeras temporadas de *Lost* se relee como un folletín sobre las vidas pasadas en relación al presente.

En esta línea, podríamos encontrar un antecedente para las ficciones actuales en *El prisionero* (Patrick McGoohan, 1967-68). La serie, creada y protagonizada por Patrick McGoohan, nace de la pérdida de identidad de su protagonista, que ve cómo su nombre es reemplazado por un número al tiempo que se encuentra atrapado en una especie de prisión-laberinto (física y conceptual), de la cual es imposible escapar (se trata de The Village). Vemos, de este modo, cómo los laberintos se acaban revelando como complicados caminos para acabar descubriendo la verdadera identidad de uno mismo o de alguna otra persona.

En este sentido, Jorge Luis Borges afirma que el género policial siempre articula dos historias: la historia del crimen (que va hacia atrás) y la de la investigación (que va hacia adelante).

Lost parece seguir esa premisa: la historia de los secretos oscuros de cada personaje dibuja el movimiento hacia el pasado; el enigma de la isla forma parte del presente. Esta estructura todavía se lleva más al límite cuando se añade la “historia del futuro”.

El laberinto acaban componiendo un dibujo inextricable. Las historias de laberintos son ellas mismas laberintos. Así mismo, como apostilla Bonitzer, el laberinto tiene tendencia a desaparecer, a borrarse a sí mismo. En el límite, el laberinto sólo es una superficie blanca, un desierto, nada. O bien, una estela de avión que se desvanece y un cerrar de ojos, como al final de *Lost*.

La conspiración como MacGuffin

Las ficciones seriales de estructura laberíntica acaban mostrando que la verdad que persiguen es justamente aquello que les falta. Las certezas no existen y aparece a cada paso la idea de un gran complot generalizado. Las tramas conspirativas siempre presentan un centro difuso, indeterminable, y una ramificación infinita. Decíamos que la estructura de esos relatos tiene, en cierta medida, forma de espiral. Ahora podríamos ir un poco más allá y hablar de rizoma.

Hablamos de una estructura aparentemente rizomática –puesto que el rizoma aparece despojado, por así decir, de su energía política– que se manifiesta especialmente en las series que incorporan desplazamientos en el tiempo, como *Lost* y *Heroes*. Siguiendo las premisas enunciadas por Deleuze y Guattari,⁷ podríamos afirmar que esas series proponen un recorrido en cierta manera libre que retoma los principios rizomáticos: posibilidad de conexión múltiple de cada punto (cualquier punto de la serie puede ser conectado con otro); heterogeneidad de los componentes del sistema (las conexiones se pueden establecer a través de elementos muy diversos, que no tienen porque ser de la misma naturaleza); multiplicidad sin unidad generadora (relatos repletos de líneas de fuga que provocan que su naturaleza cambie: viajes en el tiempo que generan nuevas temporalidades en *Lost* y *Heroes*; torsiones del relato en *24*); ruptura asignificante (cuando el rizoma se rompe –se interrumpe- siempre vuelve a empezar); cartograficidad (el mapa es conectable en todas sus dimensiones, desmontable, susceptible de ser modificado constantemente. De ahí la mutabilidad constante y cambios de punto de vista de todas estas series).

Sin embargo, a pesar de la analogía rizomática, en la mayoría de estas series acaba por imponerse el sentido unitario. El mapa no está abierto, como sería propio de la forma rizomática, sino que se cierra invariablemente. Las piezas aparentemente dispersas y desconectadas encuentran su encaje (a diferencia de lo que pasa, por ejemplo, en el cine de Lynch). Por eso, como afirma Omar Calabrese: “el laberinto es sólo una de las muchas figuras del caos, entendiendo caos como complejidad que tiene un orden, a pesar de que este sea complicado u oculto” (Calabrese, 1994: 146).

La mayoría de las series que hemos ido considerando se sustentan en tramas conspirativas y se vinculan a un imaginario paranoico reactivado después del 11-S. Es importante tener en cuenta

⁷ Deleuze, Gilles, Guattari, Félix (2008). Introducción: Rizoma. En: *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Pre-Textos.

que, en cualquier caso, el complot no es tan importante por su contenido (descubrir quién está detrás de la trama y cuáles son sus objetivos), sino que funciona como excusa para poner en marcha el relato y mantenerlo en movimiento. Podríamos decir entonces que el complot es una especie de *MacGuffin*. De hecho, es una estructura preexistente y de larga tradición que toma nuevas formas y se reactiva en función de los acontecimientos históricos.

Desde los primeros seriales de principios del cinematógrafo (y ya en el nacimiento de la literatura serial en el siglo XIX) la trama conspirativa aparece como dispositivo de ficción pura, eterna construcción de ficciones dentro de la ficción, que alimenta la narración, posibilita la acción del héroe y la hace durar. En este sentido, la trama conspirativa funciona como un *MacGuffin* para disponer una acción; como una especie de hueco en el que proyectar un fantasma, en el que encarnar todas las amenazas que atormentan al sujeto de la sociedad actual. Ésta es otra de las lecciones que los creadores televisivos pueden haber aprendido de *North by Northwest*⁸.

Conspiración y destino

Cabe ahora situar el momento trágico de la serialidad, cuando mueren personajes importantes, todo se desmonta y es necesario volver a empezar. En ese sentido, el escritor argentino Ricardo Piglia escribe al respecto de *La ficción paranoica* (Piglia, 1991) que en ese tipo de relatos el complot ha sustituido la noción trágica de destino. Los dioses que conocían el futuro de los personajes y que exponían mensajes enigmáticos, se han convertido en organizaciones invisibles que manipulan la sociedad y producen efectos que el individuo tiene que descifrar:

Después de pasar por la novela de enigma y la novela de la experiencia, por llamarla así, nos topamos con la figura del complot, [...]: el sujeto no descifra un crimen privado sino que se enfrenta a una combinación multitudinaria de enemigos; [...]. La idea de la conspiración se conecta también con una duda que se plantearía así: ¿cómo ve la sociedad al sujeto privado? Yo digo que bajo la forma de un complot destinado a destruirlo, o en otras palabras: la conspiración, la paranoia están ligadas a la percepción que un individuo diseña en torno a lo social. El complot, entonces, ha sustituido a la noción trágica de destino. Recordemos que el sujeto debía leer en el oráculo el carácter cifrado de su futuro, que ya estaba predicho; la tragedia establecía un nexo entre los que conocían ese destino, los dioses que emitían mensajes oscuros, y el individuo que los interpretaba bien o mal. Me parece que hoy los dioses han sido reemplazados por el complot, es decir, hay una organización invisible que manipula la sociedad y produce efectos que el sujeto también trata de descifrar. Estos serían los dos polos de la ficción paranoica: por una parte es el estado del género policiaco; por otra, la manera en que la literatura nos dice cómo el sujeto privado lee lo político, lo social (Piglia, 18-5-2003).

En *Lost*, por ejemplo, se juega constantemente a confundir complot y destino: ¿Es un destino trascendente el que asalta a los personajes? ¿Hay un designio escrito que les hace seguir determinado camino? O, por el contrario, ¿Se trata de un complot orquestado por personajes poderosos como Charles Widmore y Eloise? Ahí encontramos de nuevo la afirmación de Pascal

⁸ Sobre el trayecto edípico y la construcción de la identidad en *North by Northwest* en relación a lo que explicamos pero desde una perspectiva psicoanalítica, véase: Bellour, Raymond (1995). *Le blocage symbolique*. En: *L'analyse du film*. Paris: Calmann-Lévy, pp. 131-246.

Bonitzer que citábamos al inicio: el relato laberíntico se mueve entre el cuento metafísico y la novela policíaca o, como acabamos de ver, entre conspiración y destino.

Las líneas temporales se fracturan constantemente (ya sea en la narración o en la diégesis, característica que multiplica la complejidad del laberinto) y, a menudo esas fracturas desembocan en la tragedia.

Podemos relacionar la misma idea con la teoría de Clément Rosset en relación al efecto sorpresa de los oráculos. Para Rosset, uno nunca espera que lo que el oráculo ha anunciado que pasará sea el acontecimiento que se produce en realidad. Siempre esperamos que lo anunciado por el Oráculo ocurra de manera diferente (por ejemplo, Edipo, al tratar de burlar el oráculo, provoca los hechos han sido anunciados en su destino):

El acontecimiento esperado viene a coincidir con él mismo, de ahí la sorpresa: porque se esperaba algo diferente, aunque parecido; lo mismo pero no exactamente de esa manera. Es en esta coincidencia rigurosa de lo previsto con lo efectivamente sucedido en lo que se resumen, en último análisis, todas las 'vueltas' del destino. El cual ofrece el acontecimiento mismo aquí y ahora, mientras que uno lo esperaba algo diferente, en otro lugar y no de manera inesperada. Tal es la naturaleza paradójica de la sorpresa ante la realización de los oráculos [...]: el acontecimiento que se esperaba se ha producido, pero entonces uno cae en la cuenta de que lo que uno esperaba no era este acontecimiento en particular, sino un acontecimiento igual pero bajo una forma diferente. Uno creía esperar lo mismo, pero en realidad esperaba lo otro. (Rosset, 1993: 39-40).

Por este motivo, la estructura oracular de todo hecho contiene una duplicación de lo real:

Finalmente, ha llegado el momento de reconocer, en este 'otro acontecimiento' —quizás 'esperado', pero no pensado ni imaginado— que el acontecimiento real, al cumplirse, ha borrado, la estructura fundamental del doble. En efecto, nada distingue este otro acontecimiento del acontecimiento real, excepto esa concepción confusa según la cual sería a la vez el mismo y otro, lo cual es la definición exacta del doble. Se descubre así una relación muy profunda entre el pensamiento oracular y la obsesión de la duplicación, [...] (Rosset, 1993: 40).

Podemos recordar aquí la capacidad oracular del personaje de Desmond en *Lost*, que intenta evitar a cualquier precio que su amigo Charlie muera pero, al hacerlo, en cierta manera hace plausible la tragedia.

La profundidad y la verdad del mensaje oracular consisten menos en predecir el futuro que en afirmar la necesidad asfixiante del presente [...]. La predicción anticipada posee un valor sobre todo simbólico: es una simple proyección en el tiempo de lo que el hombre espera en cada instante de su vida presente. [...] No tiene escapatoria [...]. 'Uno no escapa al destino' [...].»(Rosset, 1993: 47).

Igualmente, «la duplicación de la realidad» que se produce en la quinta temporada de *Lost* (escisión temporal que provoca que los personajes queden divididos entre los años 70 y la actualidad) también potencia la tragedia.

La eterna puesta a cero de contadores (finales de temporadas de *Alias*, *Lost*, *Fringe*, etc.) abre el campo de la ficción paranoica. La tabula rasa proviene del choque identitario o traumático,

donde la traición deviene un tema clave. El peligro de retorno al punto de partida activa un proceso de angustia (pérdida, vida interior, muerte) que convierte la ficción en una tragedia potencial.

La realidad y su doble, mundos virtuales e imaginarios ucrónicos

Quedémonos por un momento con la idea de la duplicación de la realidad ya que la convivencia de realidades paralelas o virtuales genera también una estructura laberíntica. Pensemos, por ejemplo, en el final de la primera temporada de *Fringe*. El movimiento de retroceso del último plano de este episodio final permite descubrir que la protagonista, Olivia Dunham, se encuentra en las torres gemelas de Nueva York. En la realidad paralela en la que ha ingresado el ataque al *World Trade Center* nunca tuvo lugar. Se revela que la realidad, efectivamente, tiene un doble.

El filósofo esloveno Slavoj Žižek afirma que la realidad virtual se limita a generalizar el procedimiento que sigue el mercado actual de ofrecer productos sin propiedades perjudiciales (como la Coca Cola sin cafeína): ofrece una realidad despojada del núcleo traumático de lo Real⁹. En el mundo paralelo al que accede la agente Dunham se ha desrealizado el horror, se ha eliminado el Mal de la imagen. La realidad alternativa de *Fringe* es una realidad en *trompe-l'oeil*. En realidad alternativa en la que se esconde William Bell, el 11-S no ha tenido lugar¹⁰.

¿Cómo se accede a ese mundo? A través del cerebro o de la pantalla. Se trata de un mundo que, como afirma Jean Baudrillard, «no puede ser ya reflejado ni representado: sólo puede ser refractado¹¹ o difractado¹² mediante operaciones que son, indistintamente, la del cerebro y la de la pantalla, operaciones mentales de un cerebro que a su vez se ha vuelto pantalla» (Baudrillard, 2008: 73). Eso es lo que ocurre en la secuencia del ascensor, cuando la agente del FBI transita entre universos paralelos: Olivia no accede estrictamente a una realidad doble; más bien toma un desvío de la realidad (¿a través de una línea de fuga? De nuevo, la estructura rizomática).

Se suprime la distancia entre la realidad y su doble. Olivia ingresa en la imagen virtual, en la sustancia fluida de la imagen, a través de una pantalla: una especie de abertura luminosa cuadrada que varios personajes intentan producir a lo largo del episodio. El aparato con el cual intentan generar esas grietas hacia el universo paralelo se asemeja a una cámara fotográfica.

Baudrillard escribe que el mismo destino de digitalización de la realidad cierra el universo mental y toda la extensión del pensamiento. El cerebro se convertirá en un receptor, una terminal sináptica, una pantalla de imaginería cerebral en tiempo real.

Ya en *Matrix* los humanos son transformados en un ente líquido, electrónico y en señal. Neo

9 Véase Žižek, Slavoj (2008). *Pasiones de lo Real, pasiones de la apariencia*. En: *Bienvenidos al desierto de lo real*. Madrid: Ediciones Akal, pp. 11-29.

10 A este respecto conviene situar el citado texto de Žižek en consonancia con otras dos obras: “El MacGuffin iraquí”, del propio Žižek, y “La guerra del Golfo no ha tenido lugar”, de Jean Baudrillard. Véase: Žižek, Slavoj (2006). *El MacGuffin iraquí*. En: *Irak. La tetera prestada*. Madrid: Losada; Baudrillard, Jean (1991). *La Guerra del Golfo no ha tenido lugar*. Barcelona: Anagrama.

11 La refracción es modificación de la trayectoria de un rayo cuando atraviesa una superficie que limita dos medios diferentes.

12 La difracción es un fenómeno de interferencia múltiple producido por el carácter ondulatorio de la luz.

despierta en esa especie de líquido amniótico y conectado a un magma de cables. Cadena virtual infinita, muerte y renacimiento, despierta de la imagen virtual, aparece en el desierto del real. También los pre-cogs de *Minority Report* están sumergidos en líquido amniótico (y también ven una especie de realidad virtual, en este caso futura). El mismo «sistema» se pone en práctica en *Fringe*: la protagonista, cuyo cerebro se conecta a los impulsos cerebrales de su compañero fallecido, también se introduce en un líquido amniótico para acceder a un mundo de imágenes, aparentemente los sueños y recuerdos de John, pero acaba experimentando la vivencia de algo parecido a una realidad paralela. De este modo, los simulacros se superponen y se relativizan las categorías de espacio y tiempo.

Los mundos múltiples suponen otros estados posibles en universos paralelos. Las hipótesis de acontecimientos superpuestos y vidas virtuales ponen en entredicho la concepción de la historia lineal y progresiva. En cualquier instante, la existencia del individuo puede ser atravesada por líneas de fuerza venidas de otro lugar. En ese sentido, Jean Baudrillard invoca el concepto de ucronía:

Podemos evocar aquí el concepto de 'ucronía', introducido en el siglo XIX por el filósofo Renouvin, que resuena con el de utopía, pero en un sentido inverso. La utopía tiene que ver con un futuro imaginario: '¿Qué podría suceder idealmente si...?'. La ucronía, en cambio, sigue la misma perspectiva pero hacia el pasado: 'Que hubiera sucedido si...'. Tomadas en cuenta las variables acontecimentales, ¿en qué otro acontecimiento se hubiese desembocado? (Baudrillard, 2008: 200).

El imaginario ucrónico nos puede conducir hacia el fin de la historia en su continuidad lineal. En ese punto es donde es necesario volver a citar las series de narrativa fragmentada y desordenada, construidas sobre viajes en el tiempo, en las que las realidades paralelas juegan un papel fundamental. De nuevo las palabras de Baudrillard nos resultan esclarecedoras: «Hay pues, todo un imaginario ucrónico que puede considerarse perfectamente inútil desde una visión realista de las cosas, pero adquiere toda su fuerza al mantenerse la hipótesis de la potencia virtual de los acontecimientos ausentes» (Baudrillard, 2008: 200). *Heroes*, *Lost* o también *Fringe* se construyen en torno la ucronía. En *Heroes* se querrá evitar la tragedia ya que lo que ha pasado forma parte del futuro; el 11-S todavía no se ha producido; en *Lost*, los protagonistas intentarán evitar el accidente de avión para borrar los duros momentos vividos en la isla; en *Fringe* veremos cómo resuelven la fractura que Walter Bishop generó entre mundos. De momento, sabemos que las dos imágenes-acontecimiento del siglo XX no se han producido en la «otra realidad»: el presidente Kennedy sigue vivo y las torres gemelas, en pie. En estas series la tragedia todavía puede evitarse. Los sucesos devastadores pueden ser cambiados. Los fantasmas virtuales exorcizan los fantasmas de la realidad.

Referencias bibliográficas

Baudrillard, Jean (1991). *La Guerra del Golfo no ha tenido lugar*. Barcelona: Anagrama

Baudrillard, Jean (2003). *Power Inferno*. Madrid: Arena libros

PREVIOUSLY ON

- Baudrillard, Jean (2008). *El pacto de lucidez o la inteligencia del mal*. Buenos Aires-Madrid: Amorrortu
- Bellour, Raymond. *L'analyse du film*. Paris: Calmann-Lévy
- Bonitzer, Pascal (2007). *El campo ciego. Ensayos sobre el realismo en el cine*. Buenos Aires: Santiago Arcos
- Bordwell, David (2010). Revisiting Inception. En: <http://www.davidbordwell.net/blog/?p=9770>
- Borges, Jorge Luis (1952). *El Aleph*. Buenos Aires: Losada
- Calabrese, Omar (1994). *La era Neobarroca*. Madrid: Cátedra
- Deleuze, Gilles (1986). *La imagen-tiempo. Estudios sobre cine 2*. Barcelona: Paidós Comunicación
- Deleuze, Gilles, Guattari, Félix (2008). *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*. Valencia: Pre-Textos
- Lepastier, Joachim (2010). Parle avec les déments. En: *Cahiers du Cinéma*, nº 654
- Mittel, Jason (2006). Narrative complexity in Contemporary American Television. En: *The Velvet Light Trap*, nº 58
- Piglia, Ricardo (10-10-1991). La ficción paranoica. En: *Clarín*
- Piglia, Ricardo (18-5-2003). De la tragedia a la conspiración. Entrevista con Mauricio Montiel Figueiras. En: *La Nación*
- Rosset, Clément (1993). *Lo real y su doble. Ensayo sobre la ilusión*. Barcelona: Tusquets
- Zizek, Slavoj (2006). *Irak. La tetera prestada*. Madrid: Losada
- Zizek, Slavoj (2008). *Bienvenidos al desierto de lo real*. Madrid: Ediciones Akal

Premature Withdrawal: Searching for Satisfaction in the endings of *Pushing Daisies* and *Carnivale*

Martin A. Zeller-Jacques

“I know that there’s a lot of trepidation among the viewers because the last thing you want to do is get to page 450 in a nine-hundred page novel and have some clown in an expensive suit with capped teeth pull it out of your hand and throw it out the car window. Thank god we’re not dealing with people like that.

HBO is committed to telling the story to the bitter end.”

[Dan Knauf, writer and producer of *Carnivale*, speaking at the Paley Television Festival – March 16th, 2004]

The commercial climate of contemporary television drama is a fiercely Darwinian environment. For every intelligently written, high-concept drama which amasses scores of episodes and a passionate following, there are dozens which fail at the pilot stage, or after a timid, half-length first season. For every *The Sopranos*, there is a *Carnivale*; for every *Desperate Housewives*, there is a *Pushing Daisies*. The commercial failure of so many new shows is the inevitable consequence of the industrial logic of TV3, in which “... today’s production circumstances, highly commercialised as they are, ironically appear to have yielded a context facilitating creativity and distinctive product, indeed “quality television”, at the “high end” of the industry, in TV drama.” (Nelson, 2007: 161) The attempt to provide new and distinctive examples of “quality” programming encourages experimentation with the content and form of television drama, as program makers seek to attract and maintain a share of an ever more fragmented audience. However, the risk and expense involved in the production of high-end television drama also often leads to the abrupt cancellation of shows which fail to fulfill their economic imperative by attracting a diverse and lucrative audience. As early as 1995, J.T. Caldwell was already able to write that:

It has become an almost obligatory mid-season rite for critics and producers of low-rated (but quality) shows that face cancellation to whine that ABC, CBS, and/or NBC are no longer acting in good faith; that the challenging and serious show in question could find a long-term and valuable audience if the network number crunchers were not so obsessed with the impact of this week’s bottom line. (Caldwell, 1995: 63)

While the production and distribution of high-end television shows on subscription channels like HBO and Showtime may allow more leeway for shows which fail immediately to find an audience, even these channels have a bottom line to defend. Nevertheless, this room to manoeuvre has allowed such channels to lead the way in the production of increasingly complex television narratives which demand concerted attention and intellectual investment from their viewers. Narratively complex shows like *The Sopranos*, and *Six Feet Under*, on HBO, as well as *Lost* and *24* on network television, and, of course, *Pushing Daisies* and *Carnivale*, are indicative of a

general trend in high-end television narrative – one which has become so pronounced that Jason Mittel (2006: 29-30) has dubbed this period “the era of television complexity.” Mittel contends that narratively complex shows invoke an “operational aesthetic”, whereby a moment of especially intricate or self-conscious storytelling may function as a “narrative special-effect”, soliciting the viewer’s attention and admiration for the virtuosity of the storytelling as much as for the story being told. Importantly, the attention paid to the process of narration does not, according to Mittel, detract from the emotional engagement of the audience, and may even intensify it, by inviting an active mode of engagement with the narrative. Whether narratively complex shows are built around a central enigma, like *Lost* or *Heroes*, or a complex set of character relationships, like *The Sopranos* or *Desperate Housewives*, their final episodes invariably invoke the operational aesthetic as they encourage speculation on how their numerous plot threads will be resolved. However, when such shows are cut short, the invitation to intense intellectual and emotional engagement is swiftly revoked, as events are either rushed to a speedy semblance of “closure”, or else left on a permanent cliffhanger. As a result, one of the byproducts of the production culture of TV3 is an ever growing number of disappointed audiences lured into viewing new series by the promise of complex, long-form narratives, only to have their viewing cut short – to have the novel pulled out of their hands, as Dan Knauf puts it in the epigraph to this chapter. The emotional aspect of viewers’ engagement with complex narratives, whether before or after cancellation, is particularly crucial, as it functions in the manner of what Henry Jenkins (2006: 20) has called “affective economics”. This new model of advertising and broadcasting practice encourages strong, personal relationships between consumers and media texts, inviting viewers “inside the brand community.” Although this “personal” relationship between consumer and brand may explain why tempers can run hot over the cancellation of a favourite television show, as we will see, the finale does not necessarily signal the end of the audience’s engagement with the brand.

The audience, however, is only one of the parties involved in the cancellation of a television show. For the companies which produce television, early cancellation may represent a cessation of investment in a show, but it does not signal the end of the show’s utility as a commodity. For example, John Caldwell has argued that *Quantum Leap* used its finale in order to position reposition the show as a potential asset for the future:

Choreographed by network press-releases, the media ran with the story that this final destination was actually the childhood hometown of series producer Donald Bellasario. ... viewers are *taught* not about Sam, but about the origins of *Quantum Leap*’s producer and creative source. What possible function could the exhibition of Bellasario’s authorial backstory fulfill in this primetime science-fiction? As *Quantum Leap* headed for syndication, this episode’s display of authorial intentionality gave the series package a very lucrative spin – one that aimed to motivate interest in the show’s afterlife. (Caldwell, 1995: 109)

Caldwell suggests that *Quantum Leap*’s finale retroactively restructures everything which has come before as a highly personal, idiosyncratic text, in a way which encourages re-viewing of the series even on the part of those who were already dedicated audience members. Similarly, the “premature” ending of a television show encourages the re-viewing of what has come

before, now restructured in light of its conclusion. And of course, even a truncated series may still be packaged and sold, whether in domestic or foreign syndication, or in the form of DVDs which, Matt Hills (2005: 58; 54) suggests make “television collectable as a material artefact which promises not only “curatorial consumption”, but also a sense of textual completeness.” In particular, Hills notes that the DVD release of Joss Whedon’s prematurely cancelled *Firefly*, was “targeted far more directly and self-reflexively at the fan market”, as Fox, the show’s parent channel, attempted to take advantage of the fans’ instinct towards “curatorial consumption”. Cancelled shows, such as *Pushing Daisies* and *Carnivale*, encourage fans to engage with them based upon their complexity while they are on air, and then repackage themselves after cancellation, when the value of a “complete boxed set” is at a premium. And if, as Jenkins (2006: 20) suggests, “According to the logic of affective economics, the ideal consumer is active, emotionally engaged, and socially networked,” then the disappointed fans who turn towards internet activism in order to save their favourite shows may, ironically, make even better potential consumers after cancellation.

In the rest of this chapter, I will treat both the audience reaction to, and production contexts of, prematurely cancelled television shows through an examination of critical, popular and industry discourse surrounding the finales of *Pushing Daisies* and *Carnivale*. Initially, I will map the territory with a discussion of the popular construct of a satisfying or natural ending, in order to show, through contrast, the lineaments of the premature ending. I will then offer a brief case study of the “natural” ending of *The Sopranos*, and through this, establish a rounded critical vocabulary with which to examine the more partial and disjointed discourse around the endings of *Pushing Daisies* and *Carnivale*. Discussion of the way audiences react to and engage with premature endings will largely be drawn from comments on *Pushing Daisies*, while *Carnivale* will serve to illuminate the way a channel attempts to position a prematurely cancelled show in order to continue drawing value from it.

The “Natural” Assumption

The critical and popular discourse around the idea of a satisfying or natural ending, or, indeed, their opposite, the premature ending, share one fundamental assumption: that there is some way in which a text is supposed to end – that it should satisfy the desires of a reader, or fulfill a purpose mandated by its creator, or both. Yet the final shape of a text is mediated by more than the intentions of its author or creator and the desires of its readers or viewers. A television text, in particular, may be subject to some or all of the competing, and sometimes contradictory forces of ratings, sponsorship, subscriptions, content restriction, scheduling and more. These are not the spontaneous overflowings of a poet in a garret, but texts produced from within a nexus of personal, cultural and commercial concerns. Yet they arouse passion and narrative desire in their viewers just as surely as the most idiosyncratic of artistic expressions.

Narrative desire the force which keeps us returning to fiction, whether on the page or the screen. And a large part of our desire is for a ‘satisfying ending’, what Peter Brooks (1984: 19) describes as, “the active quest of the reader for those shaping ends that, terminating the dynamic process

of reading, promise to bestow meaning and significance on the beginning and the middle.” By implication, the ending of a narrative which does not “bestow meaning” upon what has come before is likely to be read, by some, at least, as unsatisfying. By contrast, Catherine Belsey (1994: 35, 37) sees the approaching ending of a realist narrative in highly emotional terms, describing a reader approaching the end as, “Breathless with excitement, thrilled, curious and fearful at the same time... transported out of time and place, immersed in the fictional world and involved with increasing intensity in feelings of increasing tension.” Yet even as the reader is carried away at the close of the narrative, Belsey acknowledges the almost impossible task of providing a truly satisfying ending, writing that, “The last page of a book which has been a really good read can break hearts, because it compels us to recognize what, of course, we have really known all along (and what the self-reflexive postmodern text triumphantly keeps reminding us), that it wasn’t *true*, that the whole experience was a textually induced illusion. The end of the story is desolate, with or without a happy ending, because it reaffirms the textuality of the text.” Between their two approaches Brooks and Belsey draw attention to the concurrent, and potentially contradictory, desires of readers for endings to be both logical and cathartic, even as they acknowledge the disappointment which necessarily comes with the end of a loved story. In the case of a text which is brought to a sudden end, typically through cancellation in the case of a television narrative, these desires are no less strong, but the text may have no opportunity to attempt to meet them. Nevertheless, as Jostein Gripsrud (1995: 248-9) writes, “Endings are happy, or unhappy, abrupt or well prepared, logically satisfactory or unsatisfactory. But as long as an ending is there, the text invites sense-making reflection.” The purpose of this chapter, then, is to examine the kind of ‘sense-making reflection’ which goes on in the aftermath of a television narrative’s ending, and through this, to determine the structures which underlie the popular and critical conception of the satisfying ending.

As we have already noted, the idea of a natural or satisfying ending is problematic. From an industrial perspective, the most natural conclusion of a television series comes at the moment when it seems likely to stop earning the financial income and brand capital on which its value rests. Even more than the ‘satisfying ending’ the idea of a series having a “natural ending” is dependent upon the assumption that a television series is organised by an authoritative personality – often one who has had a clear notion of the ending in mind from the beginning. Dan Knauf, for example, originally conceived of *Carnivale* as three “books”, each of which would consist of two seasons

(<http://carnivaleshow.wetpaint.com/thread/3538523/no+third+season>), while Amy Sherman-Palladino claims to have known which words would end *The Gilmore Girls* from the moment she created the show. (<http://www.gilmoregirls.org/spoilers.html>) Of course, the work of a show’s creator is not the only thing that sustains a television drama, and whatever claims to authorship the originator of a show might once have had are likely to become more attenuated over a long production history. Nevertheless, in popular discourse, the idea of a natural ending seems to equate roughly to an ending which a show’s producers or creators choose, rather than one forced upon them by the network. Within the artificial binary of art and commerce, the “natural

ending” positions itself entirely on the side of “art”. If this makes the concept of a natural ending a dubious one if used to explain the actual workings of a television finale, it remains a useful touchstone when examining premature endings, since it represents the ideal to which fans of prematurely cancelled shows aspire. With this in mind, a brief look at the discourse surrounding the “natural” ending of *The Sopranos* should help us to establish a set of ideas with which to examine the “premature” endings of *Carnivale* and *Pushing Daisies*.

The final episode of *The Sopranos* was aired on HBO, on the 10th of June, 2007, and ended on a notorious blackout in the middle of a tense scene which seemed to suggest that Tony Soprano was about to be assassinated. This capped a run of eight episodes which had been ordered after the final ‘season’ had already been announced, and statements made on behalf of HBO emphasised that the choice to continue with the show rested with its creator, David Chase:

Brad Grey, the new Paramount studio chief, who retained his title of executive producer on “The Sopranos,” said that Mr. Chase, when he got into the storytelling for the coming season, decided it was still so rich it could be continued, a decision Mr. Grey said was endorsed by everyone involved in the production. (Carter, 2005)

In the terms discussed above, then, the ending to *The Sopranos* represents an exemplary “natural ending”. Not only did the show’s author choose the moment the show would finish, but, in the kind of industry-effacing discourse typical of HBO’s brand strategy, the reasons given for his choice are purely creative, constructed as a natural imperative of the story being told. This acts as a public guarantee of the artistic integrity of the ending, and extends to *The Sopranos* the protected status afforded to an art object, defending the decision to end the show on a blackout by aligning it with Chase’s status as the author. The critical and popular response to the ending of *The Sopranos*, can thus act as a kind of control against which to examine the response to endings which audiences or critics deem to be “premature”. Although the range of responses to the ending of a show with as large and vocal a following as *The Sopranos* is intimidatingly large, in general, opinions tend to draw on elements of three relatively distinct discourses which I will call the platonic, the melodramatic and the industrial. Each of these discourses corresponds to the expectations of the ending held by a particular commentator, but they are also typically visible in the text itself, as the show’s producers attempt to answer, and manipulate, the expectations of their audience.

The platonic discourse assumes that there is an “ideal” show and assesses the success and satisfaction of the ending in relation to how “true” or “authentic” it appears in relation to that ideal. From this “Platonic” discourse, we get comments relating finales to the endings of earlier episodes or narrative arcs, often celebrating circularity rather than advocating the closing of narrative hermeneutics. Alan Sepinwall, the New Jersey Star-Ledger’s dedicated *Sopranos* blogger, offers an emblematic example:

And yet the finale, both the first 55 minutes of it and that sadistic last scene, fit perfectly with everything Chase has done on this show before. Did we get the violent fireworks of last week? Absolutely not, as the only deaths of the hour were Phil Leotardo ... and A.J.’s SUV... But that’s been the pattern of every season: the major action goes in the penultimate episode, while the finale

PREVIOUSLY ON

is saved for quiet reflection and the odd whacking or two. (Sepinwall, 2007)

In this appreciative review written several months after initial reactions to the finale had passed, Sepinwall is implicitly validating the choice to end on a blackout based on its intrinsic *Sopranos*-ness. He invokes earlier season endings as precedents, but importantly also appeals to David Chase as the figure of authorship, and thus authority, behind the show. This combination of strategies attempts to ally the ending with those qualities Sepinwall sees as the most important to *The Sopranos* as a whole – and it seems likely that these same motivating factors underlay the production of the finale. Hence AJ's repetition of a line Tony spoke in the finale of the first season, reminding the family to "Focus on the good times", and the return of David Chase as both writer and director for the only time since the pilot episode.

The melodramatic discourse evaluates the success of an ending in terms of the degree of dramatic resolution, closure or emotional reward it offers to its viewers, and expects the text achieve the "heroic confrontation, purgation, purification [and] recognition" which Peter Brooks (1976/1995: 204-5) sees as the function of popular melodrama. For an audience member who engages with television primarily as melodrama, narrative desire can only be satisfied when the ending seems to explain or justify previous events, and when the characters have met the fates their actions have merited. Mary McNamara's article in the LA times offers a particularly cogent example of this discourse:

While it is one thing to flout the conventions of television, it's another to flip dramatic tradition, not to mention your audience, the bird. No, he [David Chase] didn't owe us any neat endings, nor some sort of final word on the nature of good and evil. But after eight years, he did owe us catharsis, some sort of emotional experience that would, if not sum up the entire eight years, leave us with something more meaningful than instant panic and lingering irritation. (McNamara, 2007: 3)

Particularly in her invocation of the catharsis she expected from the series ending, McNamara draws upon the melodramatic discourse, foregrounding the need to have her narrative desire satisfied by an emotional experience engendered by the final moments of *The Sopranos*. And yet it does seem that, for producers too, the satisfaction of viewers' melodramatic expectations is an important consideration – hence the number of hermeneutics which are closed at the end of *The Sopranos*. Phil Leotardo is dead and his feud with the Soprano family effectively ended; Tony and Carmela appear reconciled; Tony's therapy with Dr. Melfi comes to an end; etc.

The third discourse, the industrial, makes itself felt through the comments of savvy viewers and industry commentators. Less emotive than either the platonic or the melodramatic, the industrial discourse offsets narrative desire with knowledge of the conditions of production which may impinge upon the ending of a series. In the case of *The Sopranos* this discourse is most commonly heard in the assertion that the ending was left open to make room for a feature film based on the series, but also appears in Martin Miller's column on the release of the complete boxed set of *The Sopranos*:

PREVIOUSLY ON

... an absence of upcoming “sopranos” stories on the small or big screen hardly constitutes an end in the digital age. For years, individual-season DVD sets of the show have rocketed to the top of the sales charts, and there’s little reason to believe -- despite its heavy price tag at \$399.99 -- that “The Sopranos: The Complete Series” will be much different. (Miller, 2008)

Whatever Miller’s personal response to the end of *The Sopranos*, then, his narrative desire is qualified by his awareness that *The Sopranos* is as much a commodity as a text. At the same time, the existence of a “Complete Series” boxed set is a testament to the producers’ faith in the show as both commodity and text – their certainty that it will continue to provoke narrative desire in viewers both old and new.

The examples provided here are deliberately simple ones. In most audience and critical responses, all three discourses are in evidence, working in tension with one another to structure the complex assumptions underlying each commentator’s conception of a “satisfying ending”. It is important to note this balance because, as we will see, it is seldom present in responses to shows which have suffered from a “premature” ending. As the following discussion of *Pushing Daisies* will show, in these cases, the industrial discourse emerges as dominant, and both critical and popular comments tend to focus on the extra-textual reasons for cancellation, or else on general dissatisfaction with the industrial conditions surrounding contemporary television production.

Pushing Daisies

Long before its second season cancellation, *Pushing Daisies* already showed signs of the strain involved in producing distinctive television drama in TV3. Although heavily promoted by ABC as a new tent-pole drama, joining a heavy-weight stable of shows including *Desperate Housewives*, *Lost*, and *Ugly Betty*, *Pushing Daisies* was immediately plagued by production delays resulting from its lavish visuals, and midway through its first season, became one of the shows to fall afoul of the 2007-8 Hollywood writers’ strike. As a result, the first season of *Pushing Daisies* consists of only nine episodes and ends on a cliff-hanger originally meant to be the end of a mid-season arc. Although ABC guaranteed a renewal for the next season, there were worries that the hiatus might cause the show to lose the audience it had only just started to attract. (Schneider, 2008) Ultimately, only a short second season of thirteen episodes were produced, and the final three episodes were not initially aired. These were unveiled at the 2009 Paley Television Festival on the 19th of April, and were eventually shown to the general public later in March. The ending of *Pushing Daisies*, then, was not just premature, but was difficult to access. Comments from fans on the most prominent of the many Facebook groups attempting to save the show (Save Pushing Daisies 2008-2009: 11,325 members) repeatedly emphasise their disappointment at not being able to view these final episodes in their normal running order. One commentator opines that: “I just read that ABC is not even going to air the last three episodes that Fuller worked so hard on so fans would not be left in limbo. If you want to see these episodes you will have to buy the DVD.....I am so sad.” (Save Pushing Daisies 2008-2009)

Even before they have had a chance to see the ending of the series, fans like this one are

preparing to receive it in terms of the industrial discourse – commenting on the network’s decision not to air the episodes, and complaining about having to buy the DVD. For viewers who feel that a beloved show has ended prematurely, the art/commerce binary, visible enough in a “natural” ending like that of *The Sopranos*, becomes more prominent, and concerns about aesthetic quality and narrative satisfaction are filtered through a hyper-industrial discourse. Even fans who invoke the concepts we have identified with the platonic and the melodramatic discourses tend to do so in the context of an awareness of the industrial factors which have qualified the ending, as exemplified by another comment from the same message board:

I miss this show so much. I finally found a show I liked and it's gone. We fans also need “closure” and need to see the final episodes. I am happy that the cast got jobs elsewhere but really who cares, it's not on *Pushing Daisies*. It wouldn't be the same. So glad I have Season One. Can't it for Season Two to come out. I am so sad :(!” (*Save Pushing Daisies 2008-2009*)

Just as the previous commentator’s reference to [Brian] Fuller’s work on the final episodes recalls the authorial intentionality common to the platonic discourse, this one’s desire for “closure” echoes the language we’ve seen in the melodramatic discourse. Yet both qualify their narrative desire with reference to their frustration at not being able to access the ending.

When fans finally did get their opportunity to view the ending, it came with a final two-minute montage assembled entirely from digital images and previously used footage, which attempted to wrap up as many plot threads as possible. The finale was originally designed to end on a cliffhanger, as one of the central characters revealed to the aunts who had brought her up that she had returned from the grave. However, once Fuller learned that the show had been cancelled, he used shots donated by several visual effects houses in order to create the final montage. (IGN.com, 2009) This montage works to precisely the opposite effect of the hyper-industrial fan discourse produced around the ending, emphasising the platonic and melodramatic aspects of the ending in the hop of creating a satisfying, if not a natural, ending for the viewers. The sequence is dominated by the lush visuals and obtrusive voiceover which are the distinguishing traits of the series, thus helping to reinforce the Fuller’s authorial signature in the manner of the platonic discourse. Moreover, it appeals to the melodramatic discourse by offering a degree of resolution to almost every character, as the aunts resume their synchronised swimming career, Olive finds a lover and Emerson is reunited with his missing daughter, all within a few short moments. Even Ned and Chuck, a romantic pairing so star-crossed that they cannot touch without Chuck dying, find a degree of closure, posing on the doorstep of the Aunts as if beneath a wedding bower. Thus, while fans bemoaned the impossibility of closure, or narrative satisfaction due to the show’s truncated run, the cast and crew of *Pushing Daisies* worked especially hard to provide exactly those features. Despite these efforts, however, fan discussion largely continued to centre upon the industrial discourse surrounding the ending, and particularly on villainizing ABC for cancelling the show, rather than on engaging with the textual qualities of the actual ending. The comments page dealing with the finale on the fan-site “thepiemaker.com” is filled with fans excoriating ABC for cancelling the show while keeping others on the air, but relatively few people discussing their opinion of the ending:

PREVIOUSLY ON

Anna1212 on 06 Jun 2009 at 7:01 pm

Catherine- Me too! Every single time they get a really good show they have to go and cancel it!!! I'm sooo done with ABC. I'dc if its bad economic times if anything Pushing Daises would help with raising spirits

Daisiesrules on 13 Jun 2009 at 11:46 pm

I did not expect to see Chuck reuniting with her aunts (mom). That was the most shocking thing to have happened to me in the entire series and I was left breathless. I couldn't help but cry my eyes out, and I still am. The ending with the showing off of the windmills, lighthouse, and the rest was beautiful. Again this show was the best show ever and will always be the best show ever. There was so much good about it, it was amazing. Now that it is done, I can go back to not watching TV again.

This show is definately the next Firefly, Futurama, etc. It will be remembered and who knows, Family Guy and Futurama came back, so could Pushing Daises. It all depends on when Ned will touch it.

laura on 14 Jun 2009 at 12:59 am

Seriously, where's the petition, I'll sign it!! Where's the message board to ABC, why aren't they listening? So many trash shows, and here's a gem! 12 Emmys and they still cancel it???? Something is wrong! Isn't there any way to let them know directly that we want it back!?!

(<http://www.thepiemaker.com/episode-213-kerplunk/>)

As these examples show, relatively few of the comments made explicit mention of the events of the finale, instead appealing to extra-textual factors such as award nominations and wins, and denigrating other shows in comparison to *Daisies*. Even in the second comment, which does mention the events of the finale, the viewer's satisfaction with the ending is qualified in terms of the industrial situation surrounding *Pushing Daises*, the hope of a future comic book rendering the finale less final than it might appear on its own. Many other fans comment on their anticipation of a comic book or movie which might tie up the loose ends. Still others state their intention to purchase the existing series on DVD and to watch it over again. Nearly all, however, engage with the ending of *Pushing Daises* first through the lens of its enforced cancellation, an awareness of the commercial conditions which have shaped the text supplanting a direct reading of the text itself.

In contrast to the "natural" ending of *The Sopranos*, around which there was a remarkable consonance of purpose in evidence between producers and fans as both deployed platonic and melodramatic discourses around the finale, the ending of *Pushing Daises* sees producers and fans working at cross-purposes, with the producers attempting to manufacture an approximation of a narratively satisfying ending despite the premature cancellation of the show, while fans seem almost to avoid engaging actively with the end of the narrative, instead focusing their attention and efforts on the industrial factors which are responsible for the ending itself. Despite their different approaches, however, both the producers "mobilization of the platonic and melodramatic discourses, and the fans" of the industrial have the potential to lead to the same result. By providing *Pushing Daises* with a degree of finality or closure in its narrative, Fuller

and co, reinforce their authorial signature over the show, effectively sealing it as a complete text, which can then be marketed directly to the audience disappointed with that the show has ended, but still emotionally and intellectually involved with the narrative. As we will see below, this strategy is even more apparent in the case of *Carnivale*, as their parent channel, HBO, consciously works to position the cancelled text as still valuable and whole in order to maintain its hold on the audience.

Carnivale

As we have already discussed, the industrial climate of TV3 encourages the emergence of distinctive television shows, while also demanding that they achieve financial and critical success and necessitating their cancellation should they fail in either or both goals. However, a subscription service such as HBO, the channel which commissioned and broadcast *Carnivale*, has a greater degree of leeway to define the sort of success required to justify the continuation of an expensive, high-end series. In theory, HBO's business model insulates it from the kind of external pressures which often lead to the cancellation of network television shows, as Tony Kelso suggests:

Because HBO is dependent on subscribers rather than advertisers for its main source of revenue, it can take risks without fear of upsetting sponsors. Not only does HBO not have to worry about offending corporate backers, it can also produce plots that develop slowly instead of building toward mini-climaxes before commercial interruptions. Furthermore, as a pay service, HBO does not have to contend with government censorship violations or the public service requirements that other networks, at least in theory, must fulfill. (Kelso, 2008: 49)

From the point of view of critics and fans, HBO's insulation from the kind of obvious market forces which shape the content of other television channels only serves to make their decisions less transparent. In many cases this may serve to add to the channel's mystique, to the sense which Kelso expresses, that they have built risk into the way they operate. However, when HBO does cancel a show, it can be hard to pinpoint a precise reason why. Fan comments often focus on what they perceive as the channel's hypocrisy, and just as with *Pushing Daisies*, more time is spent bemoaning the fact of cancellation than discussing the textual qualities of the ending:

Thanks a lot HBO (sarcasm intended)

Jul 31 2010, 4:46 AM EDT

Why is it that so many crappy, shallow supernatural themed series last for at least three seasons on tv then as soon as a decent, thoughtful one comes along it gets cancelled? Are viewers so out of touch that they can't deal with anything that delves a bit more deeply into the darker aspects of the human condition? It's such a shame that the market can dictate which stories are told and which are not. The cultural production industries have been significantly undermined and are no longer able to produce work that does not cater to the mindless masses who feed the pocket of the advertising industry. ... Nice one HBO! tease us with the first two series of a decent story, cancel it, then stop anyone else from being able to tell it.

<http://carnivaleshow.wetpaint.com/thread/4122385/Thanks+alot+HBO+%28sarcasm+intended%29>

PREVIOUSLY ON

Although more articulate than many public comments on *Carnivale*'s cancellation, this anonymous posting touches on most of the common points, sticking firmly within the industrial discourse by attacking the general state of contemporary television before rounding on HBO for its role in the cancellation. Dan Knauf, the show's creator, provided a better informed, but fundamentally similar comment when news of the *Carnivale*'s cancellation went public:

Do I think their decision was boneheaded? Yes, absolutely. Do I understand why they made it? Again, yes, absolutely. *Carnivale* was an expensive show. Costs-per-episode have been guessed at on this board, and in every case those estimations have been low. Way low. *Carnivale*, in fact, represented one of the most costly—if not *the* most costly—pattern-budget ever invested in a weekly series in television history. If anybody has any resentment toward HBO executives, consider this:

- They have a fiduciary responsibility toward their stock-holders.
- The show was hugely expensive.
- The reviews were mixed.
- The audience was not large enough to support it.

Game. Set. Match.

(Knauf, 2005)

Knauf's comments remind us that, despite the persistent posturing of HBO, the criteria they use to determine whether or not a show remains on the air are qualitatively the same as those used by other television networks. HBO's ultimate responsibility, he points out, is still to make money, and secondarily to tell interesting stories. Critical acclaim and audience size are important elements in making money over the long term, especially in the secondary markets of syndication and DVD sales, and so without enough of either, even HBO struggles to justify keeping a show on the air. Despite this, HBO's comments on the cancellation often continued to draw on platonic and melodramatic discourses around endings, and often pointedly avoided the industrial reasons. Reporting on the cancellation for *Variety.com*, Joseph Adalian writes:

HBO entertainment prexy Carolyn Strauss said the net had "decided not to renew "*Carnivale*"" because the series had come to a natural end. "We feel the two seasons we had on the air told the story very well, and we're proud of what everyone associated with the show accomplished," Strauss said in a statement released by the cabler. (Adalian, 2005)

Just as we saw with the montage used to end *Pushing Daisies*, Strauss' emphasis on the ending of *Carnivale* as natural and her effacement of the commercial realities which necessitated the show's cancellation both work to salvage the truncated series, and to repackage it as a viable commodity/text. Whether fortuitously or deliberately, this strategy allows HBO to take full advantage of the existing attachment of *Carnivale*'s fans, encouraging them to continue consuming *Carnivale* and related products. For their part, the fans are trapped between disapproval of HBO's decision and continued desire for HBO's product, a dilemma dramatised by a website posting advice on how to get *Carnivale* back on the air:

PREVIOUSLY ON

- ... Cancel your subscription to the network [HBO] and let your cable company know why!
- ... Buy a copy of the season 1 DVD and have a viewing party for those who haven't seen the show.
- ... Donate a copy of the season 1 DVDs to your local library!
- ... Buy HBO *Carnivale* merchandise!¹³

[<http://savecarnivale.org/html/ten-in-one.htm>]

Paradoxically, then, disappointed *Carnivale* fans are advised both to cancel their HBO subscription and to purchase HBO products. Their affective relationship with the show limits the scope of the actions they can take, since to truly punish HBO, they would also have to abstain from purchasing any further HBO services – i.e., *Carnivale* DVDs. Summarising the trap which affective economics can spring upon fan cultures, Henry Jenkins writes:

“...to be desired by the networks it to have your tastes commodified. On the one hand, to be commodified expands a group's cultural visibility... That said, commodification is also a form of exploitation. Those groups that are commodified find themselves targeted more aggressively by marketers and often feel they have lost control over their own culture, since it is mass produced and mass marketed.” (Jenkins, 2006: 62-3)

Certainly, *Carnivale*'s fans have lost whatever semblance of control they might have had over the show while it was on the air, since their consumption, the primary tool through which they can exercise power, remains firmly oriented towards HBO. Despite relating to the show's ending primarily through an industrial discourse and being aware of the reasons for its cancellation, they remain affectively linked to the text and thus contained within its brand.

Conclusion

The competitive commercial climate of TV3 ensures that we will continue to see many television series cancelled early in their runs for years to come. Far from representing true commercial failures, however, once repackaged for secondary markets these shows can continue to be assets for their parent channels, taking advantage of fan communities whose affective relationship to these shows may actually be enhanced by cancellation. Despite the hyper-industrial discourse which surrounds abruptly cancelled series, they retain the power to provoke narrative desire and to keep their audiences coming back for more, despite the disappointment of premature withdrawal.

Works Cited

Adalian, J. (2005) “*Carnivale* Packing Up” *Variety.com*.

[Online: <http://www.variety.com/article/VR1117922539?categoryid=1417&cs=1&s=h&p=0>] [Accessed: 02/12/2010]

¹³ This last is hyperlinked to a now defunct part of HBO's official website, presumably once a place to buy branded *Carnivale* products.

PREVIOUSLY ON

- Belsey, C. (1994) *Desire: Love Stories in Western Culture*. Oxford and Cambridge, MA: Blackwell.
- Brooks, P. (1976/1995) *The Melodramatic Imagination: Balzac, Henry James, Melodrama, and the Mode of Excess*. New Haven and London: Yale University Press.
- Brooks, P. (1984) *Reading for the Plot: Design and Intention in Narrative*. Cambridge, MA and London: Harvard University Press.
- Caldwell, J. (1995) *Televisuality: Style, Crisis, and Authority in American Television*. Rutgers University Press: New Brunswick, NJ.
- Carter, B. (2005) "HBO Pushes End of *The Sopranos* to 2007" in *The New York Times*. August 11th, 2005. [Online: <http://www.nytimes.com/2005/08/11/arts/television/11cnd-sopranos.html>] Accessed: 02/12/2010.
- Gripsrud, J. (1995) *The Dynasty Years: Hollywood Television and Critical Media Studies*. Routledge: London and New York.
- Hills, M. (2007) "From the Box in the Corner to the Box Set on the Shelf"; *New Review of Film and Television Studies*. 5:1; 41-60.
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York and London: New York University Press.
- Kelso, T. (2008) "And now no word from our sponsor: How HBO puts the risk back into television" in Leverette, M., Ott, B., and Buckley, C. (Eds.) *It's Not TV: Watching HBO in the Post-Television Era*. New York and London: Routledge. Pp. 46-64.
- Knauf, D. (2005) "Dan Knauf Speaks about *Carnivale's* Cancellation" *Save Carnivale!* [Online: <http://savecarnivale.blogspot.com/2005/05/dan-knauf-speaks-about-carnivales.html>] [Accessed: 02/12/2010]
- McNamara, M. (2007) 'sopranos: What was all that about?' *LA Times*. June 11th, 2007. Online: <http://articles.latimes.com/2007/jun/11/entertainment/et-sopranosreview11> [Accessed: 14th October, 2010]
- Miller, M. (2008) "On 'sopranos' Closure, Chase Resists the Mob" *LA Times*. November 9th, 2008. Online: <http://articles.latimes.com/2008/nov/09/entertainment/ca-davidchase9> [Accessed: 14th October, 2010]
- Mittell, J. (2006) "Narrative Complexity in Contemporary American Television" in *The Velvet Light Trap*, Number 58, Fall 2006. Pp. 29-40.
- Nelson, R. (2007) *State of Play: Contemporary "high-end" TV drama*. Manchester University Press: Manchester and New York.
- Schneider, M. (2008) "Fall's frosh take a dramatic pause" in *Variety*. Mar. 10th-16th. 410, 4. Pp.

12, 14.

Sepinwall, A. (2007) 'sopranos Rewind: Made in America" June 10th, 2007. Online: http://blog.nj.com/alltv/2007/06/sopranos_rewind_made_in_america.html [Accessed: 14th October, 2010]

Web.

Carnivale. [Online: <http://carnivaleshow.wetpaint.com/>] [Accessed: 02/12/2010]

Gilmoregirls.org [Online: <http://www.gilmoregirls.org/spoilers.html>] Accessed: 02/12/2010.

IGN.com (2009) "Pushing Daisies: Finale Episodes Screened" *IGN.Com*. [Online: <http://uk.tv.ign.com/articles/974/974474p1.html>] [Accessed: 25/11/2010]

savecarnivale.org "The Ten in One: the top ten things you can do right now and more" [Online: <http://savecarnivale.org/html/ten-in-one.htm>] [Accessed: 02/12/2010]

Save Pushing Daisies 2008-2009 [Online: <http://www.facebook.com/group.php?gid=30237424757#!/topic.php?uid=30237424757&topic=5746>] [Accessed: 02/12/2010]

[thepiemaker.com](http://www.thepiemaker.com) "Episode 2.13: Kerplunk" [Online: <http://www.thepiemaker.com/episode-213-kerplunk/>] Accessed: 25/11/2010.

TV series.

Carnivale. (2003-2005) [HBO Television]

Desperate Housewives (2004-?) [ABC Television]

Gilmore Girls, The. (2000-2007) [WB Television / CW Television]

Lost (2004-2010) [ABC Television]

Pushing Daisies (2007-2008) [ABC Television]

Six Feet Under (2001-2005) (HBO Television)

Sopranos, The. (1999-2007) [HBO Television]

Ugly Betty. (2006-2010) [ABC Television]

24 (2001-2010) [FOX Television]

La influencia del estilo visual cinematográfico en las series de ficción televisivas

Laura Cortés Selva

María del Mar Rodríguez Rosell

Introducción

Las series de televisión se han convertido en serias competidoras de los largometrajes de ficción, en el siglo XXI. Entre los aspectos que han contribuido a su éxito destaca el incremento de la calidad de dichas series, que no sólo se define por su contenido, sino también por un planteamiento estilístico similar al presente en el medio cinematográfico.

La hipótesis que se defiende en esta investigación es que entre las razones principales que explican el incremento de la calidad de las series de ficción se encuentra la aplicación de un estilo visual inspirado en el medio cinematográfico. Esto es posible teniendo en cuenta los siguientes factores: la intencionalidad por parte de los polos productores (productores/creadores/escritores y personal técnico y artístico), el incremento del presupuesto y del tiempo invertido en ellos y una audiencia más educada y exigente.

El objetivo principal de este artículo es detectar la influencia del estilo visual propio del medio cinematográfico en algunas de las series de ficción norteamericanas más importantes desde 1990 hasta la actualidad. La intención no es elaborar un análisis de cada serie, sino ofrecer un estado de la cuestión en el que a través de la ejemplificación de capítulos o de escenas de series de ficción norteamericanas, y mediante entrevistas a los polos productores publicadas en medios de referencia, se muestre dicha influencia. Para ello otro de los objetivos de esta investigación es introducir la teoría de la práctica cinematográfica, fundamental para entender y analizar los elementos expresivos que conforman el estilo visual.

Marco teórico

Calidad televisiva: Calidad de contenidos y calidad visual

La calidad televisiva ha sido definida tradicionalmente ligada a parámetros de contenido o incluso a algunos tan particulares como el de la propia audiencia, considerando erróneamente lógica la relación directa entre el mayor número de espectadores y la mayor calidad de un producto. Y es que, tal y como asegura Sánchez Tabernero la calidad presenta dos dimensiones: una objetiva que se refiere a los estándares profesionales, y otra subjetiva que depende de la percepción del público. (2008: 37). En otras ocasiones, cuando se habla de calidad en la televisión se hace una referencia clara a la calidad técnica, es decir a la ausencia de interferencias en las conexiones. Podemos asegurar entonces que el concepto de calidad puede ser interpretado

desde perspectivas muy diferentes como la económica, la empresarial o la cultural, y que todas ellas atienden a aspectos específicos y en cierto modo aceptables. Mercedes Medina afirma que para entender la calidad televisiva deberíamos tener en cuenta cuestiones temáticas, formales y técnicas, y afirma que es el contenido el eje de calidad de un programa, entendida ésta como la unión de la creatividad y de la realización técnica. (2006: 54). De hecho, otros teóricos de referencia como Robert J. Thompson apuestan por la misma idea y llegan a la conclusión de que la calidad televisiva debería de beber de aspectos tanto formales como temáticos. (1996)

Bignell (2008: 8) cita a Simon Frith (2000) y Jane Feuer (2003) como los autores que muestran al discutir la televisión británica y la estadounidense respectivamente, que la calidad de la televisión contemporánea se define simultáneamente en relación a la estética, el modo de producción y también a las audiencias. La televisión de calidad en la producción de ficción implica un programa estéticamente ambicioso en comparación con la producción genérica y normativa de la televisión.

Cascajosa (2005:11) especifica que entre los aspectos que muestran la influencia del medio cinematográfico en este tipo de producto televisivo destaca la importancia de los valores estéticos o *televisualidad*, lo que en esta investigación se define como estilo visual. Cascajosa remarca que la presencia de polos productores que provienen del medio cinematográfico en ciertas series de ficción, ha sido fundamental para superar la pobreza expresiva que muy a menudo ha caracterizado a la televisión.

En esta investigación se defiende que gran parte de dicha calidad se debe a la presencia de elementos expresivos tradicionalmente empleados en el medio cinematográfico, y que definen el estilo visual.

Entre las causas que explican este cambio se encuentra el interés por parte de los polos productores en lograr un tipo de producto con una calidad cercana al medio cinematográfico.

Entre los profesionales que trabajan en el medio televisivo, se detecta una clara intención por lograr un resultado visual que lejos de asemejarse al estilo que ha caracterizado al medio televisivo tradicionalmente, se aproxima más al medio cinematográfico. Los procesos de producción de la televisión norteamericana desde la década de los ochenta, han dado un mayor control creativo sobre los productos a los creadores/productores/escritores. Son ellos los que eligen el estilo visual de los productos junto con otras decisiones que confieran su identidad, su marca (Bignell, 2008: 9). Por lo tanto se escriben guiones en los que se crean las condiciones idóneas para la introducción de este tipo de elementos expresivos, tanto en la totalidad de los mismos, como en ciertas escenas (*flashbacks*, puntos de vista subjetivos, ensoñaciones, etc.). Por ejemplo, en el episodio "The Musical almost" de la serie *Ally McBeal*, se narra un retorno a los años dorados del musical de Busby Berkeley y Vincente Minnelli. Gracias a esa posibilidad descrita en el guión del episodio, es posible cambiar el planteamiento estándar de la serie e introducir una mayor variedad en su estilo visual (Holben, 2001: 67-68).

Los creadores también se rodean de profesionales capaces de imprimir un estilo visual cinematográfico a sus productos e incluso los incitan a experimentar visualmente. Coinciden en la búsqueda de una estética cinematográfica que definen en contraposición a las prácticas propias del medio televisivo –*not like television*– o “lenguaje anti-televisivo” (*anti-tv language*). Es el caso de los creadores de series como *Six feet under* (Magid, 2002: 71), *Lost* (Calhoun, 2005: 48), *The Tudors* (Goldman, 2010: 59) o *Mad Men* (Feld, 2008: 46), cuyo principal objetivo es aportar un estilo visual cinematográfico a sus series.

El medio televisivo posee unas características especiales que lo diferencian del cinematográfico. En términos de producción audiovisual el presupuesto invertido en las series de televisión es cualitativamente inferior al destinado a los largometrajes, aunque últimamente se han incrementado debido al éxito de determinados productos. Para lograr un resultado de calidad es fundamental la inversión presupuestaria, así como el tiempo destinado a su elaboración. La media del tiempo dedicado a la producción de un largometraje de aproximadamente 100 minutos es de 64 días, 50 para el rodaje y 14 de preproducción (Sullivan, 2005: 81). Aunque existen diferencias entre las comedias y los dramas, tradicionalmente el tiempo invertido en la producción de un capítulo de una serie de ficción es claramente inferior al destinado en un largometraje. De este modo destacan los 5 días por capítulo que se dedica en *Sex & the City* (Rudolph, 2000:98), los 7 de *Sanctuary* (Bankston, 2008:70) y los 8 de *The Unusuals* (Thompson, 2009:42), de *V* (Hullfich, 2009:82) y de *CSI* (Wiener, 2002:63). Frente a ello llama la atención los 32 días de producción del piloto de *Lost* (Calhoun, 2005: 45) –que cuadruplica el de un episodio normal–, los 30 días del piloto de *Boardwalk Empire* –frente al resto de capítulos de una hora en los que se invierten 12 días– (Thompson, 2010:38), o en menor medida, los 15 días destinados al rodaje del piloto de *House* (Hart, 2005:32) o los 16 de *Millennium* (Probst, 1996: 46).

El tiempo y el presupuesto invertido en los capítulos piloto que suelen considerarse en términos de producción y de duración como *tv-movies*, revelan su importancia en el conjunto de la serie. De ellos depende en gran medida la primera impresión de la totalidad de la serie, tanto para la audiencia como para las cadenas, y en ellos ha de quedar reflejado lo que posteriormente se desarrollará en el resto de los capítulos de la serie. Esto explica que el planteamiento estilístico de estos productos se cuide de modo especial y de ahí que en gran medida se contraten profesionales como directores y directores de fotografía que provienen del medio cinematográfico. Es el caso del piloto de *House* para el que se cuenta con el director Bryan Singer y al director de fotografía Newton Thomas Sigel; el director Martin Scorsese y el director de fotografía Stuart Dryburgh en *Boardwalk Empire*; el director Frank Darabont y el director de fotografía David Tattersall en *The Walking Dead* o el director Michael Mann y el director de fotografía Stuart Dryburgh en el piloto de *Luck*.

La presencia de figuras relevantes del medio cinematográfico no sólo destaca en los capítulos piloto, sino que en muchos casos dirigen la totalidad de la serie (David Lynch en *Twin Peaks*) o

algunos capítulos como es el caso de Sidney Lumet en *100 Centre Street*, Quentin Tarantino en *ER: "Motherhood"* y en *CSI: "Grave danger: volume I y II"*.

Entre los directores de fotografía la presencia de creadores del medio cinematográfico es más evidente en productos como las mini-series. Es el caso de *Dune* fotografiada por Vittorio Storaro, director de fotografía de largometrajes como *Apocalypse Now*, *The Conformist*, *Little Buddha* o *Dick Tracy*. Entre otras mini-series, *Conspiracy* está fotografiada por Stephen Goldblatt; *Band of Brothers* por Remi Adefarasin y Joel Ransom, y su secuela *The Pacific*, por Remi Adefarasin y Stephen Windon.

El estilo visual: hacia una teoría de la práctica cinematográfica

En su obra *On the history of film style* Bordwell (1997: 4-11) define el estilo cinematográfico como el uso sistemático y significativo de los elementos formales de la puesta en escena. Parte del esfuerzo de su identificación se destina a reconocer y explicar patrones de continuidad estilística y de cambio. Los cineastas tienden a recurrir a opciones técnicas concretas para crear su estilo, elecciones que se inscriben dentro de una serie de limitaciones como las circunstancias históricas que condicionan la existencia de determinadas herramientas, la cantidad de presupuesto y la coherencia con la que normalmente se concretan dichas elecciones. Por lo tanto se podría concluir que el estilo de un producto audiovisual es el resultado de una combinación entre las limitaciones históricas y la elección deliberada.

En esta investigación nos centramos en la perspectiva que se basa en las aportaciones de los individuos creadores en las obras que realizan. Para crear un modelo de análisis es necesario considerar qué elementos pertenecientes a la práctica cinematográfica dependen de ellos. Tradicionalmente estudiado desde el punto de vista del director del filme, el análisis estilístico se ha centrado en los integrantes de la puesta en escena, aunque existen diferencias entre diversos autores en cuanto a los componentes que la conforman. En la obra *El arte cinematográfico* (Bordwell y Thompson, 1995:145-146) se considera dentro del estilo cinematográfico, los elementos de la puesta en escena del plano (decorados, vestuario y maquillaje, iluminación, expresión y movimiento de los actores y su desarrollo en el espacio y en el tiempo), en segundo lugar el plano y sus cualidades fotográficas, en tercer y cuarto lugar, el montaje y el sonido. Frente a ello otros autores como Gibbs (2002:5) incluyen dentro de la puesta en escena el contenido del encuadre y el modo en que se organiza. Dentro del contenido se incluye el vestuario, el decorado, el atrezzo, los propios actores, el montaje, el sonido y la iluminación. La disposición de los contenidos citados también se organiza en función de la cámara, de ahí que la puesta en escena también incluya –entre algunas de las decisiones fotográficas– elementos como el encuadre, los movimientos de cámara, las ópticas o la colorimetría.

El concepto de puesta en escena o *mise-en-scène* deriva del teatro que literalmente se traduce como “poner en escena una acción”. El término se extiende al cine –concretamente a la dirección cinematográfica– y se aplica para expresar el control del director sobre lo que aparece en la

imagen filmica, que incluye ciertos elementos expresivos que el cine comparte con el teatro, entre los que se encuentran los decorados, la iluminación, el vestuario o el comportamiento de los personajes. Sin embargo existen grandes diferencias entre el cine y el teatro debidas a – entre otros factores– las técnicas cinematográficas.

Por lo tanto más que recurrir a los componentes tradicionales de la puesta en escena, se propone la teoría de la práctica cinematográfica como un planteamiento más acertado para determinar aquellos elementos expresivos que dependen individualmente de cada creador o que comparten con otros, que coinciden en parte con lo que algunos autores incluyen en la puesta en escena. A través de dicha diferenciación es posible el estudio del estilo que cada uno de los polos productores que participan en la producción cinematográfica imprime en la obra resultante.

Aunque el director supervisa la totalidad de la obra, existen responsables de los diferentes departamentos que, a su vez, dirigen a un equipo de personas que desarrollan el trabajo necesario para su consecución. En el caso del director de fotografía diseña el estilo visual del filme que incluye un conjunto de decisiones o elecciones –conscientes o inconscientes– en torno a los parámetros expresivos que funcionan como vehículo de su pensamiento creativo y que aplica en sus obras audiovisuales. Entre dichos elementos expresivos se encuentran los relativos a la iluminación (brillo, contraste, dirección y colorimetría de la luz), según los países, el diseño de cámara (composición, tipología de planos, ópticas, formatos y movimientos de cámara), el tratamiento de la colorimetría y la postproducción de la imagen (técnicas de laboratorio y digitales). Por lo tanto, aunque el director del filme pueda dar el visto bueno a los aspectos implicados en la elaboración del mismo y discuta con los diferentes departamentos todas las cuestiones creativas, el diseño de la fotografía cinematográfica del filme pertenece a la expresión artística del director de fotografía.

Por consiguiente es fundamental distinguir o saber diferenciar qué componentes definen el ámbito de cada creador; por ejemplo, si la iluminación depende del director de fotografía, se estudiarán aspectos de la misma. Si por el contrario el trabajo de cámara se comparte con el director, dichas huellas serán el resultado de una co-autoría. Detectar y definir las diferentes categorías artísticas que engloba una producción audiovisual requiere un conocimiento del medio que emplean para llevar a cabo su expresión visual, es decir, para comprender la forma de cualquier arte es necesario familiarizarse con el medio que ese arte utiliza (Bordwell y Thompson, 1995: 144).

Análisis

La iluminación es uno de los elementos expresivos que forman parte del estilo visual, cuya influencia es fundamental para la creación de un producto audiovisual de calidad. El entendimiento por parte de determinados productores y creadores de la capacidad expresiva de dicha herramienta ha provocado el rechazo del tradicional tratamiento lumínico televisivo, y un

intento por adaptarse a un estilo lumínico más cercano al presente en el medio cinematográfico, lo que refuerza la idea del “lenguaje anti-televisivo”.

El medio televisivo se ha caracterizado tradicionalmente por ofrecer una imagen “brillante”, es decir por la sobreabundancia lumínica que obtiene como resultado una imagen en “clave alta” (Silberg, 2008:58), en la que se ha descuidado el tratamiento del contraste y de la justificación de la dirección de las fuentes lumínicas. Este planteamiento lumínico aceptable en el caso de los productos informativos en los que no ha de existir intención dramática, es claramente erróneo en los productos de ficción en los que la utilización de las herramientas expresivas inherentes a la iluminación es fundamental para la creación de una atmósfera adecuada a cada situación dramática. En ficción, tradicionalmente la imagen en clave alta se manifiesta especialmente en el género de la comedia y por lo tanto en ficción televisiva, en las comedias de situación o *sitcoms*. En sí una imagen en clave alta no implica un descenso de la calidad en el resultado visual, pero sí la falta de intencionalidad en el cuidado de otros elementos expresivos como el contraste lumínico, la justificación de la dirección de la luz y la calidad de la misma, especialmente evidentes en las *sitcoms* clásicas (Bonaut y Grandío, 2009:35).

Herederas de la radio y del teatro, las comedias de situación se han caracterizado estilísticamente por un tratamiento lumínico especialmente alejado de la realidad, teatral y con escasa intención dramática. Sus esquemas en clave de luz alta, el descuido del contraste entre las fuentes lumínicas, la no justificación de las direcciones de la luz presente en el decorado (luz cenital y frontal) son algunas de las razones que explican la escasa calidad visual de la imagen resultante. Entre las causas principales que favorecen este tratamiento lumínico pobre desde el punto de vista expresivo, se encuentra la necesidad de visualizar la gestualidad del actor, la escasa variedad de decorados no naturales como los platós de televisión con su propio diseño lumínico prefijado y el sistema de rodaje multi-cámara. En este último caso, las cámaras han de obtener una misma imagen desde ángulos diferentes, de ahí que el esquema lumínico se reduzca a un planteamiento general útil para todas ellas, que no genere sombras entre los elementos del encuadre y que no produzca saltos lumínicos entre las diferentes cámaras. De ahí que los proyectores se coloquen cenitalmente a la escena y la luz de relleno desde una dirección frontal a la misma.

Este tipo de planteamiento lumínico presente en las comedias clásicas, no es tan evidente en productos de otro tipo de género como el drama, en los que las diferentes condiciones de rodaje facilitan el cuidado de los elementos expresivos citados.

Sin embargo, en la actualidad se aprecia un cambio en algunas de las comedias de situación más novedosas. En primer lugar se produce una reducción de la intensidad lumínica y la creación de una imagen más sugerente y atractiva a través de la utilización expresiva del contraste. Aunque más característica del drama, muchos productores entienden que la sombra es un factor expresivo fundamental en los productos de ficción además de suponer un elemento fundamental en la composición del encuadre. Acentuando los espacios oscuros con pequeños toques de luz,

los directores de fotografía pueden guiar la atención de la audiencia hacia diferentes áreas de la imagen.

Otro de los cambios significativos se ha producido en la dirección de la luz, desde posiciones cenitales y frontales que contribuyen a una imagen más inverosímil y plana, a otras que construyen una imagen con mayor volumen y aportan un incremento de la verosimilitud del resultado. Entre ellas las propiciadas por las existentes a través de las ventanas, desde el suelo o reflejadas en superficies. Además, se justifican las fuentes lumínicas a través de elementos presentes en el decorado como ventanas o practicables.

Este tipo de herramientas expresivas se han aplicado tradicionalmente al género dramático, aunque últimamente observamos la introducción de estos elementos en las comedias de situación.

Si tratamos de establecer una clasificación en la evolución de la iluminación cinematográfica en las series de ficción norteamericanas, se pueden citar aquellas cuyo tratamiento lumínico busca una dramatización de la imagen. Entre ellas se subdividen entre las que buscan la mayor belleza desde el punto de vista clásico en el resultado visual, con esquemas lumínicos de tres y cuatro puntos como *Nip/Tuck*, *Sex & the City* y *O.C.* En segundo lugar, las que poseen un tratamiento lumínico más barroco, cuya búsqueda es una imagen más impactante en las que se significa la sombra y el claroscuro. Su presencia es más evidente en series policíacas, de ciencia ficción o de fenómenos paranormales como es el caso de *CSI*, *The X-files* o *Millenium*. No obstante, ciertas comedias de situación introducen en sus guiones escenas, momentos o capítulos en los que resulta posible crear esquemas lumínicos más expresivos que es posible visionar en comedias como *Will & Grace*, *Ally McBeal*, *Everybody loves Raymond*, *Frasier* o *Spin City*.

La segunda categoría de la iluminación en las series de ficción persigue una intención no dramática, es decir una iluminación sin artificio o propiciada por fuentes de luz naturales o que forman parte de la localización o del decorado. Esta tendencia bebe sus fuentes de los planteamientos estilísticos que pretenden la obtención de una imagen absolutamente realista, que posee sus orígenes en las nuevas olas francesas de la década de los cincuenta y sesenta, en el *cinéma vérité* y el *direct cinema* y más recientemente en el movimiento Dogma'95 y en los productos documentales en general. Es el planteamiento más novedoso que surge en ciertas comedias de situación actuales como *Entourage*, *30 Rock* (Silberg, 2008: 64-65), *Beat Cops* (Rudolph, 1999: 131), así como en series que persiguen un estilo visual realista, rudo, sin embellecimiento, como algunas series policíacas (*Homicide*, *The Shield*, *The Job*) o de medicina (*ER*).

Otro apartado fundamental configurador del estilo visual es la cámara cinematográfica, cuyos elementos estilísticos son decisivos en el resultado de la imagen.

El cine se ha caracterizado tradicionalmente por un tratamiento de una cámara (aunque haya

varias unidades), lo que permite un mayor cuidado de los elementos expresivos de cada plano. Frente a ello, los productos de ficción televisiva se distinguen entre los que poseen un planteamiento de una sola cámara (drama) –similar al planteamiento cinematográfico–, de aquellos cuya producción es multi-cámara (comedias). Tal y como se ha citado con anterioridad, el hecho de rodar una serie con un planteamiento multi-cámara sacrifica el cuidado de los elementos expresivos relacionados con la iluminación y con la cámara, a costa de ahorrar tiempo y costes en la producción. Entre éstos últimos se encuentran la planificación, la tipología de planos, la composición, los movimientos y las ópticas.

El cambio de un planteamiento de rodaje multi-cámara al de una cámara que se observa en gran cantidad de series actuales (incluidas las comedias) ha revolucionado el resultado estilístico introduciendo posibilidades expresivas más cercanas al medio cinematográfico.

La influencia del medio cinematográfico a través de los elementos expresivos de la cámara también se evidencia a través de la planificación de las escenas. La tipología de planos presentes en el medio televisivo se ha basado tradicionalmente en esquemas estándar de plano máster, plano medio y primeros planos. La introducción de dispositivos móviles como la *steadicam* y la utilización del sistema de rodaje de una cámara, permite evitar este tipo de planificación que limita las posibilidades expresivas de los creadores.

El tipo de planificación está estrechamente vinculado con la tipología de planos presentes en las obras audiovisuales. El influjo del estilo visual de los largometrajes de ficción se muestra con la introducción de tipologías de planos de mayor tamaño o más generales, frente a los planos más cortos o primeros planos que tradicionalmente han caracterizado la imagen televisiva. Esta preeminencia de los primeros planos se debía principalmente al reducido tamaño de la pantalla de los televisores, que impedía ver la expresión de las caras de los personajes si éstos aparecían en planos de mayor tamaño. La introducción de pantallas televisivas de dimensiones superiores que tratan de asemejarse a la experiencia cinematográfica es una de las causas que explican el cambio hacia tipologías de planos más generales, propios del medio cinematográfico. Entre algunas de las series en las que se detecta dicha presencia se encuentran *Six Feet Under*, en la que su director de fotografía apuesta por la composición y por la profundidad de campo (Magid, 2002:72), y en otras series como *Mad Men*, *True Blood*, *The Wire* o *Boardwalk Empire*.

El incremento en la tipología de planos provoca a su vez mayores posibilidades expresivas relacionadas con la composición de la imagen. De este modo observamos cómo en series de ficción norteamericanas como *24*, *Cold Case*, *Six Feet Under* o *Boardwalk Empire* comienzan a aparecer juegos expresivos con la altura y la angulación de la cámara, con la profundidad de campo (mediante la introducción de objetos en el primer y en el último término del cuadro), todas ellas herramientas expresivas más características del estilo cinematográfico.

Un elemento claramente diferenciador de la calidad visual es el conferido por el formato de grabación. En la industria norteamericana las series de ficción se han rodado tradicionalmente

con formatos cinematográficos en vez de videográficos, lo que ofrece un resultado visual de mayor calidad. En la actualidad, se detecta un gran número de series que optan por la Alta Definición cuyos resultados en cuanto a la calidad, no alcanzan a los obtenidos mediante el celuloide pero son superiores a otros formatos de grabación analógicos y digitales. Algunas series emplean la Alta Definición para rodar algún capítulo como es el caso de *Chicago Hope: "The other cheek"* (Hirsh, 1999: 57), otras series lo aplican a la totalidad de sus capítulos como *Diagnosis Murder*, *100 Centre Street*, *Max Bickford* y las sitcom *Titus*, *Greg the Bunny*, *Bernie Mac* y *Reba* (Thompson, 2002:59) y más recientemente *Battlestar Galactica*, *Torchwood*, *Sanctuary*, *Dexter*, *Arrested Development*, *Beat Cops*, *Queens Supreme* y *American Family*. Sin embargo existen razones claramente presupuestarias para la elección de dicho formato puesto que por ejemplo en tanto en la serie *The Unsusuals* como en *Max Bickford*, el piloto se rueda en 35 mm. pero el resto de la serie utiliza la Alta Definición, con lo que el presupuesto se reduce unos 20.000 dólares por capítulo (Thompson, 2002:59). A pesar de la reducción presupuestaria que supone el empleo de la Alta Definición, llama la atención la cantidad de series de ficción que siguen apostando por los formatos tradicionalmente cinematográficos como el 35 mm. o el Super 16 mm. En el caso del 35 mm., está presente tanto en dramas como en comedias entre las que se encuentran *The X-files*, *CSI*, *30 Rock*, *Pushing Daisies*, *Entourage*, *Ed*, *Everybody Loves Raymond*, *Six feet under*, *The Wire*, *24*, *Nip/Tuck*, *True Blood*, *Glee*, *Boardwalk Empire*. Circunstancia similar al Super 16 mm., de inferior calidad al 35 mm. pero similar a la Alta Definición, y que se emplea en series como *The Job*, *Sex & the City*, *Homicide*, *The Corner*, *Tremors*, *Law & Order* y *The Walking Dead*.

El incremento de los movimientos de la cámara en las series de ficción actuales ofrece mayores posibilidades expresivas que las anteriores posiciones estáticas, ya que implica la creación de planos en los que se presta especial atención a los decorados, a la iluminación y a la coreografía de los personajes, más propios del medio cinematográfico.

El tratamiento de la cámara en las series de ficción puede subdividirse en dos acercamientos. Uno más clásico en los que dichas variaciones son invisibles o no tan obvias como en *Mad Men* y en *Six Feet Under*. Otro planteamiento de cámara aboga por un estilo de movimientos más barroco, que destacan por su visibilidad. Con ellos se pretenden diferentes resultados expresivos entre los que se encuentra la vivencia directa de la acción, por parte del espectador, que lo obliga a prestar una atención constante a las imágenes, así como la obtención de resultados más espectaculares que forma parte de la intención de vincular a la audiencia con el producto.

El primer acercamiento más clásico elige recursos estilísticos estabilizadores de la imagen como la *steadicam* o las *dollies*. El empleo de este tipo de herramientas expresivas amplía las posibilidades que ofrecen tanto la planificación como la composición de la imagen. La principal influencia cinematográfica en la aplicación de la *steadicam* en las series de ficción es Garret Brown, pionero en su uso en *The Shining* (Stanley Kubrick, 1990). El director de fotografía Thomas Del Ruth será quien recoja el testigo de dicha aplicación al ser pionero en la serie *ER*

(*Emergency Room*). Posteriormente ha sido ampliamente empleada por él y por otros directores de fotografía convirtiéndose en una marca estilística de series como *The West Wing*.

En el segundo planteamiento se recurre a tratamientos de cámara al hombro o en mano, así como a otros dispositivos como las grúas. El tratamiento de la cámara al hombro está presente en los largometrajes de ficción desde antes de la introducción del sonido. Posteriormente las nuevas olas europeas de las décadas de los cincuenta y sesenta, el *cinéma vérité* y el *direct cinema* apuestan por este tratamiento. Más recientemente, desde la década de los noventa, el movimiento Dogma´95 liderado por Lars Von Trier ejerce una fuerte influencia en las series norteamericanas de distintos géneros. En especial la mini-serie *Riget* (Lars Von Trier, 1994) posee un planteamiento estilístico que aplica la cámara al hombro en la totalidad de la serie, buscando un resultado realista, como si el suceso se estuviera produciendo en el mismo momento del visionado (Thompson, 1998: 24). Este tipo de tratamiento influye en series como *24*, *The Shield*, *ER* o *Battlestar Galactica* y en comedias como *Arrested Development* (Hawkinson, 2004: 107-108) o *Entourage* (Hemphill, 2005:24).

La introducción de dispositivos como las grúas en las series de ficción norteamericanas como *The Wire*, *CSI* o *Carnivale* ofrece la posibilidad de obtener imágenes de gran impacto visual, así como la participación por parte de la audiencia en la acción. Las influencias directas presentes en los largometrajes de ficción se remontan a las primeras aplicaciones de grúas de gran tamaño introducidas a mediados de la década de los ochenta y empleadas desde entonces de modo extensivo en gran cantidad de filmes.

Otro de los elementos expresivos relacionados con la cámara que configuran el estilo visual de una obra cinematográfica, son las ópticas. La aplicación de un tipo u otro de ópticas es definitivo para la obtención de una imagen de calidad, de ahí que el creador de *Lost*, J.J. Abrams insistiera en el cuidado de las ópticas y de la composición como elementos fundamentales para diferenciarse de un producto televisivo (Calhoun, 2005: 50).

El medio televisivo se ha caracterizado tradicionalmente por el empleo de ópticas de inferior calidad a las presentes en el medio cinematográfico. Debido a la rapidez que impone el sistema de producción televisivo, se han empleado tradicionalmente ópticas de distancia focal variable o *zoom*. Frente a ello, las ópticas de distancia focal fija de superior calidad a las *zoom*, se han destinado más a los largometrajes de ficción. Actualmente aunque las ópticas de focal variable han aumentado su calidad frente a sus predecesoras, se observa un incremento en ciertas series de ficción del empleo de una hibridación entre ópticas de distancia focal variable y otras de distancia focal fija, como es el caso de *The X-files*, *Alias* o *Boardwalk Empire* y por otro lado series que emplean una gran mayoría de ópticas de distancia focal fija como *Ed* (Rudolph, 2002: 97-98) y *CSI* (Wiener, 2002: 63).

La variedad de distancias focales presentes en las obras cinematográficas permite la obtención de planos con diferentes intencionalidades expresivas, lo que constituye un elemento estilístico

diferenciador del medio cinematográfico frente al televisivo. Las series de ficción norteamericanas también comienzan a introducir una mayor variedad de distancias focales y a usarlas con fines expresivos. Así, series como *True Blood* emplean una variedad de distancias focales en el rango de las angulares (25 mm., 27 mm., 40 mm. ó 18 mm.), con la intención de que la audiencia esté más cerca de los elementos fotografiados, provocando de este modo su mayor participación en la acción (Holben, 2009: 37).

El medio cinematográfico también es fundamental para entender la introducción de ópticas poco convencionales en las series de ficción norteamericanas. Ofrecen imágenes de gran impacto visual con resultados pictóricos que suelen emplearse principalmente para aquellos planos o escenas que muestran puntos de vista subjetivos. Entre los ejemplos de estas ópticas se encuentran aquellas que son capaces de jugar con el enfoque en diferentes planos de la imagen y cuya presencia se detecta en capítulos de series como *House*: “Locked in” en el que se muestra un punto de vista subjetivo del protagonista de la serie, que sufre un síntoma similar al del largometraje *The Diving Bell and the Butterfly* (Julian Schnabel, 2007), y por tanto constituye una clara influencia de dicho estilo. Series como *The Others*: “1112” y *Six feet under* también emplean de modo expresivo este tipo de ópticas poco convencionales en el medio televisivo. Otro tipo de ópticas de escasa aplicación en las series de ficción televisiva son aquellas capaces de obtener imágenes microscópicas de gran espectacularidad. Con una amplia aplicación en la serie *CSI*, también están presentes en otras series como *House*, especialmente en el piloto y cuya influencia directa es el largometraje *Three Kings* (Hart, 2005: 28).

Desde el uso pionero de la modificación del ángulo de obturación de la cámara con fines expresivos, por parte del director de fotografía Janusz Kaminsky en determinadas escenas de *Saving Private Ryan*, su aplicación alcanza a las series de ficción norteamericanas con diferentes objetivos expresivos. Entre ellas destaca *Dexter* en la que se aplica para crear un efecto fragmentador de la imagen, en un *flashback* que narra el recuerdo del asesinato de su madre (Oppenheimer, 2009:33).

La colorimetría de la imagen es otro de los componentes expresivos más importantes que conforman el estilo visual de una obra audiovisual. En ella están implicados parte de los elementos que se han citado con anterioridad entre los que se encuentran el tratamiento lumínico, el formato de rodaje, las ópticas o los procesos de postproducción, pero también elementos del decorado y del vestuario.

Tradicionalmente el medio televisivo se ha caracterizado por una pobreza expresiva en el tratamiento de la colorimetría de la imagen. Sin embargo en las series de ficción más actuales se detecta un planteamiento colorimétrico con una clara intención expresiva heredera del estilo cinematográfico.

La utilización de determinados elementos como el formato de rodaje o las ópticas, son elementos fundamentales para la obtención de un resultado colorimétrico de calidad. Tal y como se ha citado

en líneas anteriores, las series norteamericanas se han caracterizado tradicionalmente por el empleo de celuloide cuyos resultados colorimétricos ofrecen una imagen de mayor calidad frente a otros formatos videográficos. Aunque la Alta Definición ofrece imágenes de mayor calidad frente a otros formatos no cinematográficos, todavía no alcanza la superioridad del celuloide. Con anterioridad a la Alta Definición los formatos videográficos ofrecen una colorimetría de escasa naturalidad en la que destaca la saturación del color y una definición electrónica de la imagen de gran dureza, frente a la suavidad que ofrece el celuloide cinematográfico.

En las series de ficción norteamericanas más recientes se detecta la aplicación de elementos expresivos relacionados con la colorimetría, tanto en la totalidad de la serie como en algún capítulo específico o en escenas determinadas como *flashbacks* o ensoñaciones. En términos generales en las series de ficción norteamericanas se detecta un descenso general de la saturación, la aplicación expresiva del color y del blanco y el negro, y la introducción de colores poco reales.

Con respecto a la reducción de la saturación de la colorimetría de la imagen, se suele combinar con un incremento o reducción del contraste buscando diferentes resultados expresivos. Se realiza tanto a través de procesos de laboratorio como mediante la postproducción digital. El resultado que disminuye la saturación del color e incrementa el contraste se introduce en el medio cinematográfico de forma pionera por el director de fotografía Vittorio Storaro en el filme *Reds*. Otros procesos similares están presentes desde entonces en gran cantidad de filmes como *Seven* o *Saving Private Ryan*. Con la introducción de sistemas de postproducción digital como el Intermediate Digital a finales de los noventa, un resultado similar es posible sin la intervención en el laboratorio. Este planteamiento estilístico que ofrece una imagen de marca con una colorimetría de baja saturación y de alto contraste se detecta en series policíacas como *CSI* y en series de ciencia ficción como *The X-files* o *Millenium* en las que la imagen de colores desaturados, oscura, contrastada y agresiva se convierte en su imagen de marca. Frente a ello series de época como *Boardwalk Empire* o *Mad Men* apuestan por una descenso de la saturación del color y una reducción del contraste, buscando un resultado expresivo que traslade al espectador a otra época a través de la asociación del color con un determinado periodo de la historia del cine.

La aplicación del color de modo expresivo se hace patente en series como *Dexter*, en la que a través de la iluminación, el rojo se convierte en símbolo del “lado oscuro” del personaje al asociarse a las escenas que conciernen a dicho aspecto de su personalidad. En esta y en otras series como *True Blood*, esa tonalidad también aparece a través de otros elementos que forman parte del decorado y del vestuario y se convierte en signo distintivo de la misma.

En el medio televisivo frente al cinematográfico, la ausencia de color o el empleo del blanco y negro no ha sido tradicionalmente una opción estilística demasiado aceptada. Sin embargo, en algunas series de ficción norteamericanas lo aplican en escenas concretas de un episodio o en capítulos determinados de una temporada. Entre sus aplicaciones se encuentra la de

emular imágenes icónicas que la audiencia identifica con determinadas décadas de la historia cinematográfica. Tal es el caso del capítulo “Noir” de la serie *Smallville*, en el que una parte del mismo recrea imágenes características del cine negro de la década de los cuarenta. El blanco y negro también está presente en escenas de *flashback* como sucede en el capítulo “A time to hate” de la serie *Cold Case*, en el que se narra un crimen sucedido en 1958. En este caso el blanco y negro trata de emular la estética presente en filmes como *Night of the hunter* y *Rumble fish* (Hart, 2004:27). Otra aplicación del blanco y negro es la de reflejar un punto de vista subjetivo de un personaje, para diferenciarlo de la realidad. Tal es el caso del episodio “House’s mind” de *House* y de “Post Modern Prometheus” de *The X-files*.

La introducción del Intermediate Digital a finales de la década de los 90 permite –entre otros parámetros visuales– la manipulación de la colorimetría de la imagen de modo digital. Empleado por primera vez en el largometraje de ficción *Pleasantville*, sus extensas aplicaciones incluyen la creación de esquemas colorimétricos alejados de la realidad como en el caso del filme *Amélie*. Este largometraje ejerce una clara influencia en series de ficción como *Pushing Daisies*.

Discusión y conclusiones

Tras haber mostrado en los epígrafes anteriores un panorama general acerca de la presencia de elementos propios de un estilo visual cinematográfico en las series de ficción norteamericanas más exitosas, es necesario señalar algunas conclusiones que pueden contribuir al inicio de posibles reflexiones que incidan de modo más específico sobre cuestiones relacionadas con el estilo visual de las series de ficción. De este modo quedan abiertas ciertas incógnitas como la posibilidad de vincular elementos estilísticos con el género, con la estructura de la narración o con los personajes.

- La calidad de un producto audiovisual ha de ser considerada no sólo en función de su contenido sino también a través de su estética, estrechamente vinculada con los elementos configuradores del estilo visual. El conocimiento y la utilización de la capacidad expresiva de dichos elementos es un principio para la obtención de un producto de calidad visual, semejante a los cinematográficos. La presencia de elementos configuradores del estilo cinematográfico en las series de ficción actuales provoca el desarrollo de un nuevo estilo visual “anti-televisivo” como clara negación de las anteriores prácticas de este medio.
- El estilo visual es el resultado de la aplicación de una serie de herramientas expresivas que vehiculan el pensamiento creativo de los creadores y que aluden a los parámetros relacionados con la iluminación, con la cámara, con la colorimetría y con la postproducción de la imagen. El análisis pormenorizado de dichos elementos expresivos requiere recurrir a la teoría de la práctica cinematográfica, que diferencia entre los ámbitos expresivos que corresponden a cada creador del producto audiovisual.
- Los cambios significativos en el estilo visual presente en las series de ficción norteamericanas, en el ámbito de la iluminación se pueden resumir en un descenso de la cantidad lumínica, el aumento del contraste, la justificación de la dirección de las fuentes

lumínicas y por lo tanto su verosimilitud. Se pueden distinguir entre varios planteamientos lumínicos, uno dramático que se subdivide en clásico y barroco y otro no dramático caracterizado por un resultado visual que emula a los productos documentales.

- Los cambios significativos en el estilo visual presente en las series de ficción norteamericanas en el ámbito de la cámara se pueden resumir en la introducción de tipologías de planificación que evitan los esquemas clásicos televisivos de plano máster, plano medio, primer plano. El incremento de la variedad de las tipologías de planos y la aparición de planos más generales. La introducción de un mayor abanico de alturas y angulaciones de la cámara, así como el uso expresivo de la composición del encuadre y de la profundidad de campo. La aplicación de formatos de alta calidad como el 35 mm., el 16 mm. y la Alta Definición. El aumento de la variedad de movimientos de cámara (visibles e invisibles) con diferentes intenciones expresivas adaptadas a la narración. La introducción de un mayor número de ópticas de alta calidad como las de distancia focal fija, individualmente o mezcladas con las *zoom*, así como una mayor rango de ópticas con diferentes aplicaciones expresivas. Introducción de ópticas especiales que ofrecen imágenes impactantes. Utilización del ángulo de obturación con finalidades expresivas.
- Los cambios significativos en el estilo visual presentes en las series de ficción norteamericanas en el ámbito de la colorimetría se pueden resumir en el uso del color como herramienta expresiva de la imagen a través de la reducción de la saturación de la misma; la aplicación del color como símbolo o marca de una serie; la utilización del blanco y el negro y de una paleta de color sin referentes en la naturaleza.
- La intencionalidad, la experiencia y la capacidad expresiva por parte de los polos productores (creadores, productores, directores, directores de fotografía) a través del proceso de producción –desde el guión a la postproducción– –es de gran importancia para un resultado visual de calidad en las series de ficción norteamericanas.
- El incremento del presupuesto y del tiempo destinado a la producción de cada serie, es fundamental para el aumento de la calidad visual, algo claramente visto en los capítulos piloto a los que se les da un tratamiento similar al de una *tv-movie*. Estos capítulos reflejan de modo especial, no sólo la intención sino el resultado de la búsqueda de un resultado visual de alta calidad.
- Finalmente, la presencia de una audiencia cada vez más exigente que demanda productos de calidad visual y la necesidad de crear vínculos con dicha audiencia, provoca la búsqueda no sólo de un estilo visual a la altura de dichas expectativas, sino que elementos de dicho estilo se signifiquen como diferenciadores de la imagen de marca de un determinado producto o de una determinada cadena televisiva.

Referencias bibliográficas

- Bankston, D. (2008) "Habitat for inhumanity", *American Cinematographer*, vol. 89, no. 11, pp. 64-73.
- Bonaut, J. y Grandío, M. (2009) "Transgresión y ruptura en la creación del humor en la nueva sitcom", en Fernández, P. (Coord.) *Rompiendo moldes. Discursos géneros e hibridación en el siglo XXI*, Sevilla: Comunicación social.
- Bordwell, D. and Thompson, K. (1995) *El arte cinematográfico*, 1ª edición, Barcelona: Paidós Comunicación Cine.
- Bordwell, D. (1997) *On the History of film style*, Cambridge, Massachusetts & London, England: Harvard University Press.
- Bignell, J. (2008) "The police series", en Gibbs, J. and Pye, D. (Eds.) *Close-up 03*, London & New York: Wallflower Press.
- Bosley, R. (2009) "Pitch Perfect", *American Cinematographer*, vol. 90, no. 10, pp. 30-43.
- Calhoun, J. (2005) "Treachery in the tropics", *American Cinematographer*, vol. 86, no. 2, pp. 44-55.
- Cascajosa Virino, C. (2005) *Prime Time: las mejores series de TV americanas, de CSI a los Soprano*. Madrid: Calamar ediciones.
- Feld, R. (2008) "Tantalizing television: Mad Men", *American Cinematographer*, vol. 89, no. 3, pp. 46-50.
- Frith, S. (2000) "The black box: the value of television and the future of television research", *Screen*, vol. 41, no. 1, pp. 33-55.
- Gibbs, J. (2002) *Mise-en-scene, film style and interpretation*, London, Wallflower Press.
- Goldman, M. (2010) "Crowning achievements", *American Cinematographer*, vol. 91, no. 7, pp. 58-66.
- Hart, H. (2004) "A palette for the past", *American Cinematographer*, vol. 85, no. 2, pp. 26-29
- Hart, H. (2005) "Drafting a blueprint for House", *American Cinematographer*, vol. 86, no. 2, pp. 28-33.
- Hawkinson, J. (2004) "Breaking sitcom rules on Arrested Development", *American Cinematographer*, vol. 85, no. 2, pp. 107-108.
- Hemphill, J. (2005) "Production slate: A rising star and an affair to remember", *American Cinematographer*, vol. 86, no. 7, pp. 24-28.
- Hirsh, M. (1999) "A high-concept drama in high-def", *American Cinematographer*, vol. 80, no. 4,

pp. 56-63.

Holben, J. (2001) "Television's top guns", *American Cinematographer*, vol. 82, no. 5, pp. 66-88.

_____ (2009) "Cutting edge camera work: True Blood", *American Cinematographer*, vol. 90, no. 3, pp.36-40.

Hullfich, S. (2009) "Post focus: Zeus streamlines V workflow", *American Cinematographer*, vol. 90, no. 12, pp. 82 y 84

Magid, R. (2002) "Family plots", *American Cinematographer*, vol. 83, no. 11, pp. 70-79

Oppenheimer, J. (2009) "Cutting edge camera work: Dexter", *American Cinematographer*, vol. 90, no. 3, pp. 31-33

Medina Laverón, M. (2006) *Calidad y contenidos audiovisuales*, Pamplona: Eunsa.

Probst, C. (1996) "Mining the macabre", *American Cinematographer*, vol. 76, no. 10, pp. 46-55.

Rudolph, E. (1999) "Prints east: a digital Dogma", *American Cinematographer*, vol. 80, no. 4, pp. 131-132

_____ (2000) "Sex and the city", *American Cinematographer*, vol. 81, no. 3, pp. 98-101.

_____ (2002) "Point East: A quirky New Jersey comedy gets a new look", *American Cinematographer*, vol. 83, no. 11, pp. 97-98.

Sánchez Tabernero, A. (2008) *Los contenidos de los medios de comunicación. Calidad, rentabilidad y competencia*, Barcelona: Ediciones Deusto.

Silberg, J. (2008) "Laugh factory", *American Cinematographer*, vol. 89, no. 7, pp. 64-67.

_____ (2008) "Making sitcoms sexy", *American Cinematographer*, vol. 89, no. 3, pp. 58-65.

Stasukevich, I. (2009) "Cutting edge camera work", *American Cinematographer*, vol. 90, no. 3, pp. 30-45.

Sullivan, B. (2005) "Filmmakers' forum: shooting Everwood in Utah", *American Cinematographer*, vol. 86, no. 8, pp. 81-83.

Tattersall, G. (2010) "Filmmakers' forum: Capturing an episodic drama with a DSLR", *American Cinematographer*, vol. 91, no. 7, pp. 72-73.

Thompson, P. (1998) "Rechristening The Kingdom", *American Cinematographer*, vol. 79, no. 6, pp. 24-28.

_____ (2002) "Lessons in Hi-Def", *American Cinematographer*, vol. 83, no. 4, pp. 58-67.

_____ (2009) "Cutting-edge camerawork: The Unusuals", *American Cinematographer*, vol. 90, no. 3, pp. 40-45.

PREVIOUSLY ON

_____ (2010) "Mob money", *American Cinematographer*, vol. 91, no. 9, pp. 34-49

Thompson, R.J. (1996) *Television's second golden age: From 'Hill Street Blues' to 'ER'*. Nueva York: Continuum.

Wiener, D. (2002) "Hot on the trail", *American Cinematographer*, vol. 83, no. 3, pp. 62-71.

II. Quality TV narratives.

“Cut the Shitcom”: Meta-television in *Entourage*, *Extras* and *30 Rock*

Toni Pape

Introduction

The last decade has seen a number of fictional TV series *about* television and film production. These television shows – including the ones to be analysed here: *Entourage*, *Extras*, and *30 Rock* – relocate the process of creative revitalization *in front of* the camera. Meta-television, as I understand it here, then is television about the media industry and, more particularly, about the production and quality of film and television itself.¹

The three above-mentioned television programs present *contemporary* writers, actors, directors, etc. working on movies and television shows. Especially *Extras* and *30 Rock* offer a critical overview of how television formats are produced, and they significantly do so in a period of time during which the working conditions for television-makers have fundamentally changed. In a most general sense, the criticism that these shows purport works on two levels. First, as we will see further on, there is an *explicit* criticism implied in the way the TV shows at hand present the making of a TV show. Thus, there is for instance Andy Millman, the protagonist of *Extras* about whom I will have more to say later on, who *clearly* states his dissatisfaction as a disillusioned actor/writer:

ANDY: I wanna do something that I'm proud of. And I won't be proud of shouting out catch phrases in a stupid wig and funny glasses. [...] So basically, I'm not going to prostitute myself anymore or my work, ok? (*Extras* “Orlando Bloom”, 21'30”)

In a very outspoken way, the programs in question take stock of television's outworn creative standards and its resulting mediocrity. Accordingly, one goal of this paper is to tease out meta-television's exposure and analysis of the factors that prevent quality television from being produced.

The second aim of this paper is to establish to what extent the *practice* of meta-television implements its own explicit criticism. As I have suggested earlier, these TV shows came into existence during a period in which the television series as a genre was being fundamentally reconceived. Consequently, the critical distance from earlier quality standards is not only discussed *within* the shows. It can be expected that the (re)assessment of conventional television is reflected in the production of these shows themselves, that is, for instance, in the originality of their concepts, writing, art design, and their sociocultural relevance or commitment. In this way, my analysis of the *tensions* between the content (explicit criticism) and the practice (implicit criticism) of meta-television aims at contributing to the scholarly occupation with new quality

¹ Besides the shows analysed here *cf.* also HBO's *Curb Your Enthusiasm* (2000–present) and *The Comeback* (2005) as well as NBC's *Studio 60 on the Sunset Strip* (2006–2007).

narratives on TV.

Let me add a last preliminary remark on ‘meta-research’ in general: One can easily observe a pronounced increase of interest in all things ‘meta’ over the last few years.² The merit of this considerable body of work is that the involved scholars unanimously pursue a transmedial approach in order to study meta-phenomena across various media, including TV series.³ The research that has been conducted so far is predominantly and avowedly theoretical⁴ and provides a number of useful tools for the interpretation of meta-phenomena. An important aspect of these approaches is their emphasis on the oft-neglected and most varied *functions* of meta-structures (e.g. Gymnich, 2007: 127). In my subsequent readings, I will try to answer this call for a more differentiated exploration of the functional potentials of metareference and, hence, go against the habit of stressing the de-naturalizing, anti-illusionistic and comic effects of meta-phenomena.⁵ All the three series from the corpus are, admittedly, self-reflexive comedies. I claim, however, that the decisive difference between these and earlier “self-reflexive comedies” lies in the ways in which meta-reference is *functionalized*. It is by virtue of recent meta-television’s critical functions that it distinguishes itself from post-modern self-reflexivity. In *30 Rock*, *Entourage* and *Extras*, television does not (only) talk about television in order to disrupt its fictional illusion or mock itself. I will try to show that, instead, the self-referential structures of these shows serve to critically assess television’s status within today’s mediascape from both a systematic and an historic perspective.

The Proliferation of Guest Appearances: Beyond Postmodernism, Authenticity and Double Standards

One striking similarity between the programs at hand, which therefore I would like to use as the starting point for my reflections, consists in frequent guest appearances of celebrities. In order to properly assess the significance of these cameos in contemporary meta-television, it is important to not regard them merely as occasional instances of anti-illusionistic self-mocking and entertaining gimmicks for fans and, instead, to recognize in them a structural principle of the shows themselves (Savorelli, 2010: 15). In fact, the guest appearances of celebrities playing

2 See, for instance, Nöth & Bishara (eds.) 2007, Hauthal et al. (eds.) 2007 and Wolf et al. (eds.) 2009. I refer here to major collective endeavours to theorize self-reference and metareference in general. Individual studies on this theoretical issue as well as on specific types of metareference (such as metalepsis) are far more numerous. A number of them will be referenced below.

3 For this claim to transmedial applicability cf. Hauthal et al., 2007: 16; Wolf, 2007: 29; Withalm, 2007: 128f.; Wolf, 2009: 5ff. See also Nünning, 2004: 12, who has a more specific focus on what he terms ‘metanarration’. For metareference in television series see Gymnich 2007 and García Martínez 2009.

4 Cf., for instance, Hauthal et al., 2007: 3. It should be noted, however, that the ambitious project of theorizing metareference often leads to heuristically questionable classificatory endeavours: Time and again, one is offered “systematics” (Hauthal et al., 2007: 13; Wolf, 2007: 29f.), “typologies” (Nünning, 2004; Nöth, 2007: 14), ‘cartographies’ (García Martínez, 2009) and ‘continua’ (Nünning, 2004: 20, 40; Hauthal et al., 2007: 9). Interestingly, Hauthal et al., 2007: 17 regret the ‘divide between a differentiated formation of theory and concepts on the one hand and the in part remarkably plain analyses and interpretations on the other hand’ (my translation).

5 Despite *theory*’s call for interpretive frameworks that go beyond the postmodern, metafictional paradigm, analyses and interpretations very often remain limited to exactly this paradigm: One is continuously reminded that meta-structures tend to ‘create media-awareness’, ‘undermine the illusion of realism’, ‘call attention to the artifice’ or ‘constructedness’ of the artefact (cf. for instance, Olson, 1987: esp. 284-289; Wolf, 2007: 42ff.; Tous Roviroso, 2009: 182 and all of García Martínez, 2009). In her analysis of one specific TV show, Withalm 1995 *grosso modo* denies that the program in question might have any considerable critical impact: the meta-television show she analyses unmakes (rather than pursues) the critical issues it raises (Withalm, 1995: esp. 139-142).

themselves⁶ in *30 Rock*, *Entourage* and *Extras* are so numerous that the quantitative abundance entails a qualitative shift in the employment of this device. The guest appearances in these TV shows need to be distinguished from the sporadic appearances of celebrities in earlier shows, such as Brad Pitt, Julia Roberts and Bruce Willis on NBC's *Friends*. Here, guest appearances were, as a matter of fact, rare season highlights and stood out as attention-grabbers. Admittedly, each guest appearance in *30 Rock*, *Entourage* and *Extras* is in itself surprising and entertaining; it also adds a certain 'celebrity value' to the respective episode. However, these cameos are no longer the exception but the rule. The concerned television programs depend on these appearances as an integral conceptual component. In my view, the importance of these guest appearances includes but surpasses mere entertainment and self-parody. Moreover, I hold that, in contrast to García Martínez's argument, these cameos and guest appearances do *not* disrupt the fictional illusion (2009: 6). Consider García Martínez's own example which may serve as a case in point for my argument: he describes *Entourage* as the 'long meta-filmic voyage' of its protagonists ("el periplo metafílmico"). This may be an adequate description to the extent that the show is about the film business and tells the lives of its actor/agent/manager/publicist protagonists in Los Angeles. However, the guest appearances in *Entourage* have few of the attributes that García Martínez associates with metatelevision: they are not necessarily ludic (for the guest appearance of Sasha Grey, see below) and they leave the fictional illusion fully intact most of the time. Why would a successful (albeit fictional) Hollywood actor like *Entourage*'s protagonist not work with director James Cameron? Why would he not date fellow actress and singer Mandy Moore? The appearance of these real stars in *Entourage* might just as well be said to reinforce the fictional illusion (instead of disrupting it) inasmuch as it locates its fictitious characters within the 'real' world. But that is not the point I am trying to make.

My point here is that the image of the 'broken mirror' ("espejo roto", García Martínez, 2009) and the implied binary between 'fictional illusion' and 'disruptive metareference' is inadequate for the analysis of these television programs. I hold that the TV shows in question purport an *indifference* to this distinction; that it simply does not matter much whether we are seeing the *real* James Cameron or 'merely' James Cameron playing James Cameron. In fact, the television shows in question not only disregard the distinction between fiction and reality, they also undermine the conventional divisions between celebrity culture and amateur art as well as the received separation of various media industries.⁷ In this way, they reflect on contemporary media culture

6 To name only a few of the celebrities who play themselves: There are Brian Williams, Cindi Lauper, Elvis Costello, Jerry Seinfeld, Oprah Winfrey in *30 Rock*; Ben Stiller, Kate Winslet, Orlando Bloom, David Bowie, Ian McKellan and Germaine Greer (!) in *Extras*; Mark Wahlberg, Sarah Silverman, Scarlett Johansson, James Cameron, Dennis Hopper, Whoopi Goldberg, Martin Scorsese and Sasha Grey in *Entourage*.

7 One of the aspects of this increasing indistinction which I cannot explore further in the context of this paper concerns the temporality of the meta-television series at hand. In her paper on meta-television, Anna Tous Rovirosa claims that 'timelessness' ("intemporalidad") correlates with high art and 'quality television' (Tous Rovirosa, 2009: 181). By this she does not mean the 'timelessness of the work of art' but the disconnection of events in the fictional world from events in the real world. Besides the fact that this equation between temporal indetermination and high art seems somewhat arbitrary, I actually observe a developed temporality in contemporary television shows that blurs the lines between fictional and real time. To give an example from this paper's corpus: *30 Rock*'s fictional world is repeatedly and markedly contemporaneous to the real world. As most conventional television shows, *30 Rock* has Christmas and Valentine's Day episodes that are themed around the respective holiday. But it goes much further to suggest what one might call 'hyper-contemporaneity' with 'real time': In the episode "Khonani" (season 4, episode 18), an employee consults Jack Donaghy about a contract coming into effect on April 22,

in general and negotiate television's position in a new media dynamic. By virtue of their numerous guest appearances, meta-television remediates its medial environment, including itself (Bolter & Grusin, 1999); it takes a stand on current media convergences and on the value hierarchies that these bring into play:

Nowadays, equally unknown and untrained people can become overnight media celebrities; television provides the platform for the convergence of formerly distinct spheres of public life. In casting shows such as *American Idol* (and its many international franchises), *Popstars* or *So You Think You Can Dance*, ordinary people aspire to questionable (because often short-lived) stardom. Programs like *Big Brother* have turned the everyday experience of confined living among a group of average people into a matter of public interest.⁸ Interestingly, this 'upward mobility' of the medially and artistically inexperienced runs parallel to a downward movement of celebrities into the realm of the ordinary. It seems that reality game shows have become the central forum for these shifts: While amateur artists occupy an increasingly significant part of the music and film industry, many formerly famous 'entertainers' eke out an existence as game show contestants on, say, *Celebrity Big Brother*, *I'm a Celebrity... Get Me Out of Here!* and *Dancing with the Stars*.⁹

Ricky Gervais' *Extras* addresses these processes head-on by reversing the hierarchy between Hollywood's leading actors and minor amateur actors. The first episodes of *Extras* focus on the work of two background actors, Andy Millman (Ricky Gervais) and Maggie Jacobs (Ashley Jensen), who have minor appearances in big studio productions. Suffering from their marginal status as (self-proclaimed) underestimated talents, they wish for nothing more than a speaking line in a movie (*Extras* "Ross Kemp", 5'30"; "Samuel L. Jackson", 4'00"). Each episode of *Extras* features a famous actor who stars or directs the fictitious movie in question. These guest appearances do, of course, attract attention and make up a considerable part of the show's charm. It must be noted, however, that *Extras* is consistent in putting background actors and backstage workers centre-stage, those workers, that is, who are most likely to be forgotten or overlooked in the final movie. In return, the roles of celebrities are reduced to bit parts: When Robert de Niro plays himself, his part is literally restricted to admiring the magic of a nude ballpoint pen (*Extras* "Jonathan Ross", 24'40"). More explicitly still, British comedian and actor Les Dennis is presented as a victim of the convergences in today's mediascape and celebrity

2010, five years after the signing. "[Subhas, the employee:] You signed it on April 22, 2005. – [Jack Donaghy:] Ok. In my defense, every April 22nd I honor Richard Nixon's death by getting drunk and making some unpopular decisions" (*30 Rock* 4.17, 7'20"). April 22, 2010 is not only the sixteenth anniversary of Richard Nixon's death, it is also the airing date of the episode in question. There is thus a pronounced will to construct temporal parallels with the extra-fictional world in order to suggest that the episode that airs on a given day tells events that take place on that very day. This is everything but temporal indeterminacy and is nonetheless compatible with a show that I would identify as quality television. Colin Irvine demonstrates that these temporal references are a structural feature *30 Rock's* comedy (Irvine, forthcoming).

8 Cf. the *30 Rock* episode "MILF Island" (season 2, episode 11) for a critical stand on this kind of reality television.

9 This dynamic cannot only be observed in the mainstream media but affects a number of different industries. Kevin Esch and Vicki Mayer, for instance, detect a very similar development in the porn industry, where long-standing production companies struggle to stay afloat despite a new competition due to the "vanishing line between amateurs and professionals" most visible on the internet (Esch & Mayer, 2007: 108). In case this reference to the porn industry seems fortuitous: my argument will turn to porn star Sasha Grey's guest appearance in *Entourage* soon enough.

culture: Trying to escape “the shit that was flying around” (the media coverage of his real-life divorce), Les Dennis actually did become a ‘housemate’ of *Celebrity Big Brother* (*Extras* “Les Dennis”, 4’05”). Anxious about getting to the bottom rung of the ladder of fame, he even calls *Heat Magazine* to report himself to the “Celebrity Spotted” section (*Extras* “Les Dennis”, 5’00”). Furthermore, the episode is about him, the *fallen* star, and Andy Millman, the *aspiring* amateur, starring together in a stage version of *Aladdin*: Dennis’ desperate attempt to regain public favor. Note the intricacy of Les Dennis’ self-portrayal which, in my view, goes far beyond a mere self-parody: *Extras* presents Dennis as a formerly successful, *professional* film actor, whose *private* life has been exploited by the yellow press, who then makes the supposed ‘descent’ into a *reality television* program and tries to rehabilitate himself doing amateurish children’s *theatre*, hoping that it might lead back to “TV, maybe even Hollywood” (*Extras* “Les Dennis”, 14’10”). In this way, the show comments on and questions the hierarchies of prestige that govern the contemporary mediascape: reality TV and theatre linger at the bottom; fictional television ranges somewhere mid-table; film and Hollywood cinema head the ranking. However, these medial relations are – significantly – negotiated *on television*. *Extras* may present the big studio film as every actor’s dream and the loathed extra work as an inconvenient starting point; but in doing so, it contributes to the creation of a genre of the television series that critically assesses its own medium and, by virtue of this criticism, reinvigorates and innovates television’s production standards. (In the following section, I will explore how this is done exactly.) Perhaps then, the current popularity of meta-television does not only lie in its ‘predominantly entertaining’ function and its comic effects but also and more importantly in the new perspective it takes on medial conventions. Self-awareness here is not a playful end in itself nor a means to ‘break the mirror’; it is the precondition for a critical evaluation of television’s status quo and potential. The concerns of metareference have shifted.

This preoccupation with the relations between media also and maybe even more clearly shows in *Entourage*. Far from giving its viewers only those cameos which they might enjoy and find entertaining, the show actually uses guest appearances to challenge the habits of media-usage and to provoke its audience. As I have mentioned earlier, in season seven of *Entourage*, the protagonist Vincent Chase starts dating Sasha Grey, who becomes his girlfriend for the second half of the season; the very Sasha Grey who, born in 1988 as Marina Ann Hantzis, has appeared in more than 200 adult film productions since 2006 (*IMDb: Sasha Grey*, 2010). On the show, she is introduced as an almost regular, slightly intellectual girl who makes pancakes for breakfast and invites her actor-boyfriend Vince to a “Godard double feature” because, she says, he “could use some culture” (*Entourage* “Bottoms Up”, 6’20”). However, Vincent and Sasha’s relationship is increasingly problematic, the more the public and the media pay attention. When the porn actress becomes a serious publicity issue for Vincent, his friends advise him to “lose her” (*Entourage* “Sniff Sniff, Gang Bang”, 12’30”). After all, this is not just a relationship between a guy and a girl; it is a date between Hollywood and the porn industry, nicely set up by television. In my view, it is this confrontation of two conventionally distinct media industries that is at stake

here. And, despite its being ‘merely’ fictional, this confrontation loses none of its controversy.¹⁰

Sasha Grey’s guest appearance in *Entourage* brings about a clash between Hollywood film and the porn industry. It does not cater to a public that seeks parodic entertainment but proposes a serious and provocative comment on the media industry. As fan reactions and critics’ reviews show (see above, note 10), *Entourage* brings together two domains of the media industry that are not supposed to meet. Within the show itself and among its audiences, this tête-à-tête between Hollywood and porn is unacceptable because the two rely on entirely different value systems and quality standards; furthermore, the porn industry and its celebrities are taboo in the world of the big studio film. *Entourage* challenges people’s habits of media-usage to the extent that it forces them to conceive a functionally whole and integrated network of media that is *conventionally* constructed as consisting of distinct segments. In a sense then, Sasha Grey’s guest appearance “test[s] and push[es] the limits” of mainstream media (*Shades of Sasha Grey*, 2’05”). Moreover, it shows that (cable) television can easily moot these limits and, to a certain extent, overcome them. Mainstream television, it seems, has established itself as a platform on which it is possible to engage in a sustained critique of media and media-usage. While other mainstream media, such as narrative film à la Hollywood, *might* engage in media criticism in much the same way, there seems to be a certain reluctance to do so (Gymnich, 2007: 128, 132). It is television that, over the last decade of its own institutional reconfiguration and aesthetic reorientation, has most actively and persistently (re)assessed its own artistic, social and moral values and those of other media. With respect to *Entourage*’s seventh season, critic S. J. Snyder speaks of the “fearless implosion” of the show (Snyder 2010). In the context of this paper, I suggest that it is not so much the show itself that implodes; rather, the entire film industry implodes *within* or *into* *Entourage*. Television here incorporates cinema, its production standards and limitations as reference points for its own reorientation.

Let me conclude thus far that the guest appearances in meta-television series like *Extras* and *Entourage* serve functions that go far beyond the received notion of the ‘entertaining, self-parodying, anti-illusionistic cameo’: While, in *Extras*, celebrity appearances such as Les Dennis’ shed light on the convergences of various media and genres, on the volatility and mutability of a medial relations, *Entourage* draws attention to the entrenched moral values that underpin today’s mediascape by inviting celebrities against their viewers’ taste. Thus, meta-television becomes a platform for negotiating medial relations: it creates a critical distance to other media, especially

¹⁰ Note that, once again, the aesthetic illusion and its potential disruption are of little relevance to *Entourage*’s artistic project. Within the show, Sasha Grey is probably the public figure that best exemplifies the fundamentally ambivalent ‘authenticity status’ of celebrities nowadays. In fact, the young actress talks about ‘Sasha Grey’ as a “persona” and thus distances herself from her alter ego, fully aware at the same time that this is who the public takes her to be (*Sasha Grey Interview*). Who, then, is Sasha Grey: a real-life actress, a ‘persona’, a fictional character appearing only on screen? On *Entourage*, she appears as all of them at the same time and indiscriminately. A look at *Entourage*’s fan websites and internet forums confirms this assumption: on a pragmatic level, viewers do not distinguish between the character, the persona and the actress; she is despised at every level and without any problematisation of the show’s fictional status: On 9 November 2010, the *Entourage* page on Facebook asked “Do you want to see more of Sasha Grey next season?” The majority of 4,100 responses is against her reappearance. When giving reasons, the naysayers move carelessly between the character’s role within the show, the actress’s poor talent and her past as a porn star, thus bringing together all the different levels and degrees of reality and fiction that can be attributed to “Sasha Grey” (<http://www.facebook.com/Entourage/posts/454731351686>).

Hollywood cinema, and debases them in order to trace out a new space for itself among today's mainstream media. This enables television to cross the lines that it identifies as the creative boundaries of film- and television-making.

“Selling Out” For a “Shitcom”: Meta-Television’s Self-Criticism and Improvement

This, however, is only half the story and therefore only half of my analysis. As we have seen, television liberates itself from the gridlock it has been held in by mainstream cinema for decades. In addition to this, meta-television also gives a critical judgement of its own production standards. The process of remodelling television necessitates a revision of the formats and generic conventions that have hitherto determined network programming. Cable television with its relative liberties concerning budgets, advertisement and innovative concepts has been the driving force in this process of self-improvement.

The meta-television series under scrutiny are cases in point: they represent the production of TV programs and thus let the viewer know how television works or, rather, how it used to work. At the same time, the aesthetic standards of the shows themselves differ greatly from the ones *represented* in them: *30 Rock* and *Extras* actually *avoid* the very same conventions and aesthetics that they represent as being the standard of television-making. Certain tendencies of the new ‘quality TV’ can thus be inferred from the tension between the older, outdated format of the show-within-the-show and the conceptual and aesthetic foundation of the meta-television shows themselves. It is interesting to see that, furthermore, the shows experiment with these divergent standards and, in this way, add yet another layer to the critical assessment of their precursors. One of the most interesting experiments of this kind is probably the *30 Rock* “Live Show”, which I will shortly address in more detail. Before, I would like to lay out the basic critical impetus of meta-television series by turning once again to *Extras*.

In *Extras*, Andy Millman starts out as an unsuccessful background actor who dreams of becoming a big star. His chances increase considerably when the BBC decide to pick up the script for a comedy show that he submitted and produce it with Andy as the lead actor. Consequently, the second season of *Extras* is about the – disappointing, as we will see – experience of doing comedy under dire working conditions within a *public* network and by outdated aesthetic standards. So, while the first season settles the scores with the film industry and carves out a space for television within a wider media economy, the second season of *Extras* is about getting even with television and overcoming its entrenched, yet obsolete conventions.

Throughout the entire second season, the BBC are charged with constantly disturbing the creative and artistic process and thereby ruining the product:

ANDY: “It [i.e. the show]’s not exactly how I meant it to be. Because the BBC have interfered and sort of chased rating and made it a lowest common denominator sort of comedy. Catch phrases and wigs. I think I’ve sold out, to be honest.” (*Extras* “David Bowie”, 24’30”)

Due to the broadcaster's interference, Andy's show *When the Whistle Blows* becomes a sitcom shot in front of a live audience; the 'proper' laugh track is added in post-production; the show's comic effects depend largely on "catch phrases and wigs". To this, one may add the "funny glasses" Andy has to wear as well as misplaced, silly costumes and the occasional "pie in the face" gag (for both see *Extras* "David Bowie", 1'30"). The protagonist concludes: "It's a shitcom" (*Extras* "David Bowie", 2'40"). If Andy Millman could not avert these compromises, it is for several, related reasons all of which are addressed in the show itself. First of all, the base humour of the show is due to the format of the sitcom itself. Deeply rooted in a theatrical tradition, sitcoms cannot escape the pressure of the audience (Savorelli, 2010: 29f.). Evidently, the importance of the audience – measured, for instance, by the viewer ratings mentioned in the above quote – should not be underestimated for any genre of television series. It is interesting however to note that, in traditional sitcoms such as *When the Whistle Blows*, the audience is present *during recordings* and interferes as an important factor even *before* the final episode-to-be-aired is edited in post-production. The protagonist of *Extras* is confronted with this pressure when a fan of his show explains his appreciation by repeatedly referring to "the wig, the glasses, the catch phrase" (*Extras* "David Bowie", 13'15"). In this way, the sitcom's live audience and its avatar, the laugh track, install a "measure and control system" for the comedian's work that keeps viewers' habits in check and inhibits a more sophisticated humour (Savorelli, 2010: 30). *Extras* thus explicitly criticizes the constraints of traditional television comedy in the story it tells. At the same time, the aesthetics of the show itself avoid all of the above-mentioned practices. No studio audience, no laughter track, neither silly wigs nor funny glasses; not a single pie in the face; not even 'proper' opening credits. That however is not to suggest that, in order to make *good* comedy, one has to rid oneself of a dim-witted and therefore *bad* audience. In fact, Andy Millman has a fundamental trust that there is an audience for a new and different kind of television comedy: "This is not the comedy I set out to do. I wanted to work on something real that people would relate to" (*Extras* "Orlando Bloom", 4'03").

Rather, the show's criticism of the sitcom must be related to the institution of the television network. This institutional framework has installed a virtual television audience, symbolized among others by the laugh track, whose tastes and expectations are assumed to be low- if not lowest-brow. So, for instance, the agent Darren Lamb tries to allay his client Andy's concerns about the show in these reassuring words:

DARREN: I know what you're thinking. You're thinking: "Oh, you know, the script's not funny, it's crass, the lowest common denominator." And, you know, you're right. But don't worry about it! Because people will watch anything, alright? Particularly if it's after *EastEnders* and they haven't got to change the channel. Those sort of morons will help us win the ratings war. And, uh, you know, ratings in the end are what count. And merchandise." (*Extras* "Orlando Bloom", 4'15")

In the scene that Darren's rejoinder is taken from, *Extras*' criticism of the television industry comes most clearly to the fore. Darren is concerned about the show's market-value. Consequently, he cares about viewer ratings; in order to win the "ratings war", one must appeal to the *highest*

number of potential viewers; and for that purpose, the “*lowest* common denominator” of comedy will do just fine or, in any case, better than what Andy has in mind. Darren’s scale for measuring artistic value is thus fundamentally quantitative; in this, he agrees with the BBC’s producers who want to “milk” the show (*Extras* “Series Finale”, 39’20).¹¹ Andy, in contrast, at first *seems* to stand in for quality television. But when told by his (second) agent that the choice between “fame and fortune” and “integrity and respect” cannot be avoided, he chooses to be “rich and famous” (*Extras* “Series Finale”, 67’40”). Ironically, Andy’s hubris is the cause for his imminent and steep descent: Clinging to his status as a C-celebrity, he shares Les Dennis’ fate and participates in *Celebrity Big Brother* (*Extras* “Series Finale”, 68’38”). What *Extras* ultimately represents in this way is the double bind that keeps the creators of network television in its thrall. It represents the complicity between a “sick” celebrity culture, economic pressures and low production standards on television:

ANDY: I’m just sick of these celebrities, living their life out in the open. Why would you do that? It’s like these popstars who chose the perfect moment to go into rehab. They call their publicist before they call a taxi.” (77’00”)

ANDY: And fuck you, the makers of this show as well. You can’t wash your hands of this. You can’t keep going “Oh, it’s exploitation but it’s what the public want.” No, the Victorian freak show never went away. Now it’s called *Big Brother* or *American Idol*, where in the preliminary rounds we wheel out the bewildered to be sniggered at by multimillionaires. And fuck you for watching this at home. Shame on you. And shame on me: I’m the worst of all. (78’00”)

Yet, the move to the meta-level allows for a critical assessment of television’s shortcomings and for a revision of these practices in the production of the show itself. In a quasi-performative contradiction, *Extras* overcomes the binary that it constructs between artistic integrity and economic success. Besides the above-mentioned aesthetic innovations that *Extras* exemplifies, Ricky Gervais demands viewers to check their expectations and habits, he demands networks to acknowledge the lack of quality in their programming. Moreover, he is ready to “kill[] the cash cow” (*Extras* “Series Finale”, 39’15”): While, for instance, there have been twelve episodes (plus a Christmas special) of Gervais’ success *The Office*, the show’s US version has made it to 125 episodes as of December 2010. *Extras* itself consists of twelve episodes and a 90-minute series finale. With regard to its aesthetics, the latter is a ‘film for TV’ rather than a ‘final episode’ as it includes, for instance, long opening shots and a score. In this way, the show performatively overcomes the divide between ‘serious film’ and television comedy that it constructs on the level of content. It is the “cool TV, American TV” that Andy always wanted to do but never got around to doing (*Extras* “Series Finale”, 38’40”). *Extras*, a co-production of HBO and the BBC, furthermore consolidates the qualitative gap between cable and network television. Ridding itself of a number of network television’s constraints, it also manages to escape the double bind of quantifiable success and quality standards.

However, meta-phenomena and ‘quality’ have found their way into network television as well.

¹¹ Cf. the way in which the BBC’s responsible person dismisses Andy’s misgivings: “[...] I’ve been in this business a lot longer than you, and my opinion will be heard because I’m the man with the *money*. [...] I’m entrusted to make sure that it’s *spent correctly*” (*Extras* “Orlando Bloom”, 20’20”; emphasis added).

My last exemplary reading will therefore focus on NBC's *30 Rock* and, more particularly, on one of its experimental episodes. The title of the show refers to 30 Rockefeller Plaza, which is the address of NBC's New York studios. In these studios, the show's protagonist Liz Lemon and her team produce the fictional sketch comedy show *TGS*.¹² Both on the level of content and aesthetics, *30 Rock* resembles *Extras* in various ways: both are filmed-on-set series about comedy programs with studio audiences (a sitcom and sketch comedy, respectively); the departure from the represented, theatre-based and restrictive production standards allows in both cases to develop a new aesthetic as well as a new sense of humour. A striking difference between the two shows is however that, while *Extras* scathingly dismisses the sitcom, *30 Rock* entertains a less tense, almost endearing, nostalgic relationship to its 'show within'. This complex relation to its forerunner also produces a negotiation between various comedy formats that is more complicated than *Extras*' clear rejection of the sitcom.

In season five, *30 Rock* has produced an episode called the "Live Show". The idea is to perform an entire episode live in front of a studio audience (!) *and* broadcast it live on TV (!!). Because of the different airing schedules for the East and West coasts, the experiment had to be carried out twice; the two versions of the "Live Show" thus also reflect the distribution aspect of US television.¹³ Apart from their event character and their parodic, comic effect, these episodes and their specific format also enable a critical consideration of television's production standards and aesthetics. This would be another similarity between *Extras* and *30 Rock* if it weren't for the different *modes* in which various TV conventions are negotiated. *Extras*, as I said, made its criticism of the sitcom very explicit and additionally proposed a *quasi*-performative critique in that it goes beyond these outdated sitcom standards in its own practice. In the *30 Rock* "Live Shows", however, the tension is no longer between the representation and the represented; it is no longer between meta-television's new aesthetic and the dated comedy format that it depicts. Here, meta-television *travesties* as sketch comedy/sitcom shot in front of a studio audience. The focus is still on the aesthetic gap between the two formats; but, more importantly, it explores in a truly performative way what kinds of effect the different production standards and generic conventions enable and/or preclude. In fact, the criticism as well as the comedy of these episodes arise from the fact that *30 Rock* tries to maintain its aesthetic standards in the "Live Show", an effort that is bound to fail. This enforced 'failure' hints also to the developments in style and humour that the last decade of television comedy has seen. It becomes clear that the "Live Show"/studio audience experiment cannot or only provisionally convey *30 Rock*'s specific comedy concept:

30 Rock's humour relies, for instance, on short inserts that show a character's past or memory or thought. These mini-flashbacks are difficult, if not impossible to reproduce in a live performance in front of a studio audience as they require the transposition of actors as well as quick scene and costume changes. However, these flashbacks *are* included in the live show by virtue of –

12 *30 Rock* was created by Tina Fey (alias Liz Lemon) who had previously worked as head writer for *Saturday Night Live*. Liz Lemon's work on *TGS* may thus be assumed to be loosely based on Tina Fey's work for *SNL*.

13 As of November 2010, both versions can be viewed on the *30 Rock* homepage: <http://www.nbc.com/30-rock/episode-guide/>. My quotes and time specifications refer to these versions.

surprise – a guest appearance. Julia Louis-Dreyfus (known as Elaine from *Seinfeld*) plays Liz Lemon in those scenes in which the actress Tina Fey cannot appear for reasons of time shortage and spatial distance. It becomes obvious that *30 Rock*'s original concept, which excludes the studio audience and includes a vital editing/post-production process (much like that of *Extras* and *Entourage*) allows for temporal and spatial complexities that neither a sitcom nor a live sketch comedy show can produce. The show thus demonstrates to what (absurd) lengths it has to go to maintain the standards of its original format within a traditional sitcom set-up.

Despite this insistence on its original stylistic devices in the live format, *30 Rock* seems to give in to the 'pressure' of the live audience. While the character Liz Lemon refuses to do "cheap" comedy on her show, the show includes a number of gags that can be described as slapstick (*30 Rock* "Live Show, East Coast", 6'30"): Liz Lemon has a verbal encounter with her boss's assistant; when the latter gets sassy, she asks: "Really? You want to play this game with a comedy writer?" (*30 Rock* "Live Show, East Coast", 2'50"). However, instead of the particularly witty repartee one might expect at this point, she takes a bottle of water and spatters its content over the assistant. Later in the episode when Liz Lemon meets her boss in his office, he pulls a garland from her mouth; the studio audience laughs. The *30 Rock* live show thus caters to a simple sense of humour but, at the same time, clearly marks these gags as low-brow. In this way, the live show performs the various standards of comedy (and, hence, embraces them for the sake of the experiment) but also critically distances itself from some of them. The comedy in the above-mentioned scene, for instance, arises as much from the water-spattering itself as from the preceding remark that clearly marks the following gag as unworthy of Liz Lemon's comedy standards.

If all the meta-television series at hand are unwilling to provide *straightforward* slapstick humour, they are equally reluctant to adhere to the popular sitcom tradition of showing outtakes of actors' mistakes and slips of tongue. None of the television series under scrutiny provide so-called 'bloopers' at, say, the end of an episode. In the *30 Rock* live show, this aspect of sitcom or sketch comedy is directly addressed: Tracy Jordan, one of the *TGS* cast members, is adamant about falling out of character instead of reciting his lines. Liz Lemon objects: "What you're talking about is called breaking. And, sure, audiences love it when something goes wrong. [*Picture frame falls from the wall.*] But we don't do that here, okay? It's cheap. So, no breaking!" (*30 Rock* "Live Show, East Coast", 6'20"). Subsequently, Tracy Jordan ruins one sketch after another by unconvincingly staging mishaps during the recording of the show, 'cracking up' and commenting: "This is a funny mishap. This is live" (*30 Rock* "Live Show, East Coast", 15'40", see also 9'50"). This plot strand once again brings into play the mediality of the show and the twisted logic of liveness. It emphasises comedy's contingency to its medial set-up: The sitcom format caters to outtakes and "bloopers" because of its ambivalence concerning liveness. It is precisely because it is *recorded* in front of a *live* studio audience that the sitcom can provide both a post-produced, edited and airable version of an episode *and* add a number of deleted scenes as a bonus for television viewers. In this way, the traditional sitcom demarcates its strange status as a

television program that is firmly grounded in theatre: The TV episode is edited ‘into shape’ as if to leave no trace of, say, changes of costume or settings and of the occasional ‘breaking’. Almost paradoxically, however, theatre obviously remains a reference point and, by virtue of blooper sequences at an episode’s end, the sitcom’s performance character is *edited* back into the recorded broadcast. In these various ways (laugh track, outtakes), the sitcom oscillates between liveness and recording instead of claiming an obsolete, “clear opposition” between the two (Auslander, 2008: 43f.). What, then, does the *30 Rock* “Live Show” achieve by engaging in a discussion of this convention? Once again I hold that, despite the live format, this episode of *30 Rock* insists on the standards of post-network and post-sitcom comedy as it tries to reproduce a seemingly edited and post-produced broadcast in the *live*. In fact, it seems as if the *30 Rock* “Live Show” – more than any of its regular episodes – wanted to leave behind the sitcom and its theatrical character.¹⁴ Note that the live episode is *not* a ‘live recording’ (as a traditional sitcom would be) but an actual live broadcast (Auslander, 2008: 61). In this way, the live format forces its cast and crew to produce a flawless performance. As in *real* theatre (but in contrast to the sitcom), ‘breaking’ or ‘falling out of character’ would ruin the episode.¹⁵ Ultimately, then, the ambiguity between liveness and an edited recording is more salient than in the sitcom, the “oscillation” between these “two poles” is far more perspicuous and meaningful: The *30 Rock* “Live Show” avoids falling back into the sitcom’s pseudo-liveness and thereby also avoids one more of its generic conventions that television has left behind over the last decade. Instead, *30 Rock* embraces the *constraints* of the live broadcast and integrates it with the aesthetic exigencies of the regular, recorded *30 Rock*. From within these conceptual restrictions, *30 Rock* manages to re-affirm its aesthetic standards and its claim to sophisticated comedy. At the same time, the compromises that are necessary to make the “Live Show” meet the show’s comedy standards identify the creative limitations of the studio-audience format. In this way, this meta-television series assesses and asserts the quality improvements that television has recently made. In conclusion, it can be said that, while the live episode undoubtedly brings the show into the unfamiliar situation of performing in front of a studio audience, the episode holds on stronger than ever to its conceptual and aesthetic standards, to the advances in quality it has made.

Conclusion

As we have seen, meta-television goes beyond mere self-parody in various complex ways: The television shows that have been analysed here – *Entourage*, *Extras* and *30 Rock* – represent a whole range of mainstream media and media products: movie shoots, theatre, reality television, sitcoms, sketch comedy, etc. Meta-television identifies its ‘relatives’ not as stable entities of a fixed mediascape but as parts of a mutable network of medial relations. The series furthermore address the increasing instability of conventional distinctions such as public/private (reality TV), professional/amateur (game/casting shows) and high-brow/low-brow (cinema vs. television). In critically assessing their own media environment, these series clear a space for a renewal

14 One example of this is the above-mentioned interpretation of Liz Lemon by two actresses, which allows for quick spatial and temporal changes of setting in order simulate scene editing in post-production.

15 In the West Coast version of the “Live Show”, the actor portraying Tracy Jordan actually does miss his cue once, which causes only mild amusement (*30 Rock* “Live Show, East Coast”, 6’40”).

of television itself. This renewal is however not an anticipated future development; the meta-television series themselves are part of this reconceptualization of television across the cable/network divide. While, on the level of content, they provide an explicit critique of outdated modes of TV production, their criticism inscribes itself in the implementation of enhanced quality standards that these shows adhere to. In this way, meta-television at once critically assesses its own medial past and goes beyond it.

Works Cited

- Bolter, J. D. & Grusin, R. (1999) *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Esch, K. & Mayer, V. (2007) 'How Unprofessional: The Profitable Partnership of Amateur Porn and Celebrity Culture', in Paasonen, S., Nikunen, K. & Saarenmaa, L. (eds.) *Pornification: Sex and Sexuality in Media Culture*, Oxford: Berg, pp. 99-111.
- García Martínez, A. N. (2009) 'El espejo roto: La metaficción en las series anglosajonas/The Broken Mirror: Metafiction in Anglosaxon TV Series', *Revista latina de comunicación social*, 64, 654-667.
- Gymnich, M. (2007) 'Meta-Film und Meta-TV: Möglichkeiten und Funktionen von Metaisierung in Filmen und Fernsehserien', in Hauthal, J., Nadj, J., Nünning, A. & Peters, H. (eds.) *Metaisierung in Literatur und anderen Medien : Theoretische Grundlagen – Historische Perspektiven – Metagattungen – Funktionen*, Berlin: De Gruyter, pp. 127-154.
- Hauthal, J., Nadj, J., Nünning, A. & Peters, H. (eds.) (2007) *Metaisierung in Literatur und anderen Medien: Theoretische Grundlagen – Historische Perspektiven – Metagattungen – Funktionen*, Berlin: de Gruyter.
- Hauthal, J., Nadj, J., Nünning, A. & Peters, H. (2007) 'Metaisierung in Literatur und anderen Medien: Begriffserklärungen, Typologien, Funktionspotentiale und Forschungsdesiderate', in: Hauthal, J., Nadj, J., Nünning, A. & Peters, H. (eds.) *Metaisierung in Literatur Und Anderen Medien : Theoretische Grundlagen – Historische Perspektiven – Metagattungen – Funktionen*, Berlin: De Gruyter, pp. 1-21.
- Irvine, C. (forthcoming) 'Why 30 Rock Rocks and The Office Needs Some Work: The Role of Space/Time in Contemporary TV Sitcoms', in Ames, M. (ed.) *TV & Temporality: Exploring Narrative Time in 21st Century Programming*, Ridgewood: University Press of Mississippi.
- Nöth, W. (2007) 'Self-Reference in the Media: The Semiotic Framework', in Nöth, W. & Bishara, N. (eds.) *Self-Reference in the Media*, Berlin: Mouton de Gruyter, pp. 3-30.
- Nöth, W. & Bishara, N. (eds.) (2007) *Self-Reference in the Media*, Berlin: Mouton de Gruyter.
- Nünning, A. (2004) 'On Metanarrative: Towards a Definition, a Typology and an Outline of the Functions of Metanarrative Commentary', in Pier, J. (ed.) *The Dynamics of Narrative Form: Studies in Anglo-American Narratology*, Berlin: de Gruyter, pp. 11-57.
- Olson, S. R. (1987) 'Meta-Television: Popular Postmodernism', *Critical Studies on Mass Communication*, 4, 284-300.
- Savorelli, A. (2010) *Beyond Sitcom: New Directions in American Television Comedy*, Jefferson: McFarland.

- Shades of Sasha Grey* [Online]. HBO Canada: Entourage. Available: <<http://www.hbocanada.com/entourage/video.php>> [Accessed 16/11/2010].
- Snyder, S. J. 2010. *The Fascinating, Fearless Implosion of Entourage: How Far Will They Fall?* [Online]. Time.com: Tuned In. Available: <<http://tunedin.blogs.time.com/2010/08/23/the-fascinating-fearless-implosion-of-entourage-how-far-will-it-go/>> [Accessed 16/11/2010].
- Tous Rovirosa, A. (2009) 'Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses [PaleoTV, NeoTV and MetaTV in US Drama Series]', *Comunicar*, 175-183.
- Withalm, G. (1995) *Fernsehen Im Fernsehen Im Fernsehen...: Selbstreferentielle Zeichenprozesse*, Wien: ÖGS/ISSS.
- Withalm, G. (2007) 'The Self-Reflexive Screen: Outlines of a Comprehensive Model', in Nöth, W. & Bishara, N. (eds.) *Self-Reference in the Media*, Berlin: Mouton de Gruyter, pp. 125-142.
- Wolf, W. (2007) 'Metaisierung als transgenerisches und transmediales Phänomen: Ein Systematisierungsversuch metareferentieller Formen und Begriffe in Literatur und anderen Medien', in Hauthal, J., Nadj, J., Nünning, A. & Peters, H. (eds.) *Metaisierung in Literatur und anderen Medien*, Berlin: de Gruyter, pp. 25-64.
- Wolf, W. (2009) 'Metareference across Media: The Concept, Its Transmedial Potentials and Problems, Main Forms and Functions', in Wolf, W., Bantleon, K. & Thoss, J. (eds.) *Metareference across Media: Theory and Case Studies*, Amsterdam: Rodopi, pp. 1-85.
- Wolf, W., Bantleon, K. & Thoss, J. (eds.) (2009) *Metareference across Media: Theory and Case Studies*, Amsterdam: Rodopi.

TV series.

- 30 Rock*, 2006–present. Created by Fey, T. USA: NBC.
- Entourage*, 2004–present. Created by Ellin, D. USA: HBO.
- Extras: The Complete Series*, 2007. Created and directed by Gervais, R. & Merchant, S. USA: HBO Entertainment. DVD.

Web.

- IMDb: Sasha Grey* [Online] (2010) IMDb: The Internet Movie Database. Available: <<http://www.imdb.com/name/nm2340248/>> [Accessed 16/11/2010].
- Sasha Grey Interview* [Online] (2010) HBO Canada: Entourage. Available: <<http://www.hbocanada.com/entourage/video.php>> [Accessed 16/11/2010].

***Breaking bad* o la Nada enfrente**

Manel Jiménez-Morales

Cuando lo disoluto se entrega a causas mayores, los límites no los impone ni siquiera la propia moral; en el ínterin, uno malvive con dicha entrega no porque ésta sea lo único que le queda, sino porque quizá, en ese desecho de gamberrismo, al final y como resultado, le acabe quedando más.

Esto es lo que se plantea con aire timorato el protagonista de *Breaking Bad* (Walter White), la serie del canal AMC, que se ha alzado con cuatro premios Emmy de los diversos a los que ha estado nominada hasta su tercera temporada. Su título encierra la esencia del argumento: *to break bad*, significa, en el argot donde se desarrolla la acción (Nuevo Méjico), romper los límites, rebasar lo establecido. En esa zona liminar, Walter se plantea cómo temporalizar lo que está condenado a un fin, cómo posibilitar, en términos meramente económicos, su vida sin él.

La presencia de la muerte, doblemente acechadora aquí, por la condición natural de cualquier personaje de ficción a sobrevivir al tiempo y por la enfermedad terminal del protagonista, resulta, a todos efectos, una seña paradójica de continuidad y la versión *sui generis* de la idea de existencia discontinua de Georges Bataille¹⁶. Su vocación no es *querer durar*, sino mantener la duración de su familia más allá de lo que la vida cotidiana les ofrece. Se abre aquí una contienda con la temporalidad y, de hecho, con la propia idea serial.

Entendida la vida como un paréntesis en una existencia perpetua, Walter White se sabe limitado. A punto de apearse de esa discontinuidad que ofrece el ser ante lo eterno, explora su territorio abismal, yermo y desértico, incluso absurdo. Sin darse cuenta de que esa aceleración de la *peripezia* para favorecer el bienestar futuro de su familia desata el motor de su permanencia temporal, la clave del argumento serial. Por la senda de la mudanza de las situaciones, se construye una narración que no es otra que la del cuerpo en destrucción para un tiempo edificante, acción inagotable desde la pura cotidianidad. La nada frente al frenesí... y viceversa.

Aleaciones imposibles

Donde duermen los objetos, reposan también en esta serie el sabor de las emociones, la medida de los tiempos y las razones incompletas. A menudo, casi siempre en el umbral que adentra al episodio, la cámara se entretiene en lo minúsculo, señalándonos una gota que se desprende rítmicamente de la boca de un grifo, las ruinas artificiales que quedan en la naturaleza del desierto, lo que se oculta, ahogado, en el fondo de una piscina. Entre esos detalles, está aquella máscara química olvidada en el capítulo piloto por el protagonista de la serie, esa *otra cara del profesor White*; lejos del hogar, este talento de la química asfixiado por el sistema de la

¹⁶ Para Bataille, el individuo se encadena a la existencia, afanado en la durabilidad, mantiene la apetencia de maneterse eterno y, por lo tanto, continuo en el tiempo. Contrariamente, lo único que se caracteriza por esa perennidad es la temporalidad misma, externa al sujeto. El ser mortal tiene una presencia sólo anecdótica y capitular en el flujo eterno de esa cronología. Por eso su presencia en el mundo es pura discontinuidad en una línea de tiempo perpetuada. BATAILLE, Georges. *El erotismo*. Barcelona, Tusquets, 2009.

mediocridad, inyecta el sustento familiar con métodos particulares, a saber, el aprovechamiento de su maestría en ciencias químicas para elaborar, incluso a espaldas de su propia mujer, metanfetamina azul. La venta que le han de propiciar los beneficios económicos la deja a cargo de Jesse Pinkman, un exalumno aventajado en el consumo de psicoestimulantes y otras sustancias adictivas, pero poco avisado en lo que a la gestión del negocio se refiere.

El dúo White-Pinkman, homenaje patronímico al *Reservoir Dogs* de Quentin Tarantino si se atiende a otros apellidos “coloristas” que aparecen en la serie, como el propio Schwartz¹⁷, resume una simbiosis molesta, pero ineludible, que marca unas idas y venidas argumentales producidas casi en *petit comité*. Desde la potente carga de contradicciones que rezuman ambos personajes, se gesta una aleación de perversa atracción que hace retorcerse la trama por puro choque, dispersión y, luego, magnetismo de los dos protagonistas. Finalizado este proceso, vuelta a empezar. De modo inconsciente, la pareja ha establecido una adherencia mutua por la cual la mercancía de Jesse no tiene valor sin Walt, y el trabajo de Walt no puede realizarse lejos de la complicidad de Jesse. Por el camino, destila pura comedia lisérgica, humores ácidos que fluyen a contracorriente con el género de la serie y que convierte inconscientemente a los dos protagonistas en un dueto de payasos a la antigua usanza, con un Augusto (Jesse) provocador, anárquico, liante, y un Clown-Excéntrico (Walter), testarudo, brillante, solitario, al que la teoría teatral ha dado también, coincidentemente para nuestros intereses, el nombre de Blanco. Aunque White virará a un personaje ingenuamente oscuro cuando encarne a su némesis, el productor de drogas Heisenberg, siempre de negro, siempre misterioso.

New Mexican Way of Life

Socios forzados, quizá por la necesidad utilitaria, quizá por el afecto que ofrece el roce, su alianza resulta problemática en un universo construido imparablemente bajo la impronta capitalista. Su ritmo de producción pasa de lo doméstico, a menudo chapucero, a lo industrial, alcanzando unas dimensiones de un fordismo caricaturesco. De producir en medio de la nada, encerrados en el laboratorio-autocaravana a los márgenes de Nuevo Méjico, a la producción en cadena por antonomasia, la del *fast food*: el noveno episodio de la tercera temporada, *Kafkaesque*, abre con un anuncio publicitario de la franquicia *Los Pollos Hermanos*, dedicada al negocio de la restauración. En realidad, la cadena alimenticia alberga, en su factoría, el nuevo laboratorio de creación de metanfetaminas en el que trabaja Walt. La analogía que se establece entre los procesos productivos de la cadena de comida rápida y, subrepticamente, la droga, resultan solidarios a la reflexión sobre la temática de la serie en clave de esa lectura marxista a la que nos referíamos. Incluso Gale, el ayudante que se ha previsto para Walt en los procesos de *cocción*, le presenta a éste último sus credenciales académicas y profesionales a través de un currículum vitae.

Sin lugar a dudas, este funcionamiento supone un giro ontológico en el metabolismo de interrelaciones del *outsider*. Su ecosistema soslayado, su funcionamiento bastardo, debiera permitirle, en tanto que apeado de la ley, una libertad última de autogobernancia y supeditada

¹⁷ Eliot Schwartz es el antiguo socio de White en *Gray Matter*, la industria farmacéutica creada por ambos, al que Walt acusa de haber robado sus investigaciones. Sin la “t”, *schwarz* significa *negro* en alemán.

únicamente a los designios de quien la gestiona, él mismo. Pero la mecánica productiva de Walter White no es otra que la dominada por un determinismo economicista, que absorbe las dinámicas del Orden y que, corolariamente, supone unos efectos idénticos para el último eslabón de la atadura. Deshumanizada, la cadena no contempla sus piezas de un modo orgánico, como si en el cuerpo que cada elemento compone nada estuviese de más y cada participante fuese imprescindible e irremplazable. A esta inorganicidad, en cambio, se opone un componente mecánico, también mecanicista, por el cual el todo funciona primordialmente como artefacto; una máquina construida de partículas irrelevantes, cuya coyuntura es eventual, combinatoria y, sobre todo, operante *in aeternum* por el beneficio del recambio. Nada es ya necesario, porque todo deviene canjeable.

Lo demuestra no sólo el hecho la sustitución, dos veces requerida, de Jesse por Gale en el laboratorio de *Los Pollos Hermanos*, sino el decurso de lo que sucede en el capítulo final de la tercera temporada (*Full Measure*). Walt cae en la cuenta de que la precisión con la que actúa Gale, su ávido interés por dominar el *oficio* a la perfección, delata el momento de entregar el relevo. Si existe alguien capaz de substituir, incluso suplantar, el rol del profesor White con su misma brillantez, está claro que ha llegado el final de su contrato, que, en este caso, con el fin de evitar la delación del negocio ilegal, coincide con el final de su vida. Por ello se empeña White en perpetuar la especificidad de su conocimiento y, sobre todo, en defender, al precio que sea y por encima de otras vidas humanas, la irremplazabilidad de su existencia.

La muerte deviene así un problema individual e insignificante, al que ya había referido Bajtín al plantear el cambio de paradigma de la novela posterior al *cronotopo folclórico* (Bajtín, 1989). En el cronotopo folclórico, el cambio de la Naturaleza en la Arcadia clásica se ofrece de una manera compartida, incluso vivida en comunidad. La llegada de la muerte se comprende, entonces, como una mutación lógica, experimentada a un nivel conjunto, lo cual sólo se transforma al gestarse las formas y figuras de poder. Es a partir de este momento que la idea de la desaparición se aísla y se vuelve vulnerable hasta la intrascendencia. Fuera de los intereses comunes –comunitarios–, la muerte embebe un sentido trágico, siempre problemático, pero no necesariamente destacable para el colectivo. El individuo se diluye en el propio deceso y sobre esa disolución se basa el sistema que engulle a Walt. No sólo su muerte será enmudecida, sino que, superada, todo seguirá funcionando de la misma manera. Lo único que le queda a Walter White para posponer su desaparición es aferrarse a ese sistema anclado en el espíritu de la competencia puramente mercantilista. Ser la única pieza útil de la maquinaria.

Para ello, la imposición del asesinato como intercambio, incluso en términos de negocio, se explica como acto absolutamente reflexivo y nunca derivado de la *hybris* del personaje principal, algo que se contrapone diametralmente a la actitud visceral de Jesse, como ejecutor de una particular justicia social, amparada únicamente por su propia lógica y determinadamente ajena a los imperativos del sistema. Pero, retorcido sobre el tópico, Jesse, cigarra hedonista a las órdenes de la hormiga previsora Walt, desmiente a golpe de coherencia quien parece ser. Si el asomo de todo resquicio de explosividad parece reunir en él a un personaje dirigido por el

ímpetu, quizá sea porque guarda para sí la seguridad de estar haciendo lo que sabe que tiene que hacer. Aunque sea caminando sobre el margen. En él se hospeda una suerte de cordura práctica, que obedece a la línea recta, y que no dudará en desestimar los intereses creados por los mecanismos sociales que lo retienen, si considera que hay un sentido de rectitud ulterior al que obedecer. (Des)figura de lo Justo, ni siquiera titubea en intentar matar a los *dealers* que asesinaron al hermano preadolescente de su compañera Andrea, aunque eso dinamite todo el negocio que ha construido con el profesor White. Obviamente, la coherencia idealista de Jesse no entiende los términos del *business*, ni siquiera que estos se posen sobre el signo del intercambio y, especialmente, la Equivalencia.

Tablas de Equivalencias

Michel Foucault enfatiza, en *Las Palabras y las cosas*¹⁸, una distinción relevante a estos efectos: que el Mundo ha dejado de concebirse desde hace tiempo a partir de la Similitud. Donde en la Edad Media los valores se regían por la *doxa* y la búsqueda de entidades dispares entre las cosas con el fin de fusionarlas, se levanta en la Modernidad un espíritu ultrapositivista, donde lo subrayable es el imperativo de la *episteme*. La sociedad del conocimiento moderna prioriza ahora la búsqueda de las diferencias que propicie una clasificación de los elementos contextuales. Esos imperativos que rigen el universo a través de verdades demostrables, esa carga científicista en la que tan bien se desenvuelve el profesor, y por la cual el valor de las cosas es un valor arbitrario, fruto del constructo del lenguaje, anuda el desencaje social de Walter White a una ingenuidad irreconciliable con los tiempos. Porque esa Diferencia empieza a estar ya obsoleta. Que la Modernidad pretenda buscar descartes, meras distinciones clasificatorias – como lo son las que se ciñen a la omnipresente tabla periódica de los elementos de la serie- no ayuda a Walt a sufragar su empatía con el mundo, siempre en déficit. Porque en el hábitat de este nuevo orden de las cosas lo único que vale ya es el intercambio, la absoluta Equivalencia, en la que se cifran, en primera instancia, la productividad, y, finalmente, el talento. Similitud, Diferencia y, ahora, Equivalencia. Ahí radica el choque de Walt con el mundo: su voluntad es habitarlo desde la diferencia, pero operando a través de la equivalencia. Y el Mundo, en cambio, ha empezado a invertir ya la prioridad de estos términos.

Tal desencaje desprende una ironía emparentada, sin duda, con la voluntad del creador, Vince Gilligan, de no traicionar la naturaleza del mundo: un universo promovido a la esfera de lo contradictorio, incluso de lo absurdo, activado por una maquinaria que ha tomado la inercia de pensar por sus individuos. Tan deshilachado resulta que, efectivamente, permite asir de sus cabos tantos puntos de vista como sujetos... a riesgo de desprender uno a uno aquellos que no se adaptan a sus reglas. El discurso que *Breaking Bad* articula sobre el tema de la legalidad, en la que quedan subsumidos todos los claroscuros acerca del consumo de drogas, se repliega en esa absurdidad acatada tácitamente. Rompiendo prejuicios, Gale expone a Walt sin cargo de conciencia alguno, por qué dedicarse a la producción de metanfetaminas, de un

18 FOUCAULT, Michel. *Las palabras y las cosas*. Méjico D.F., Siglo XIX Editores, 1997.

modo tan aséptico como el que practican, no supone ese agravio que la propia moral condena. “Consenting adults want what they want, at least with me they are getting exactly what they pay for”, apunta Gale, aludiendo a la responsabilidad individual y a la paradójica libertad de esa sociedad de *equivalencias* mercantiles, frente al intervencionismo de los Estados sobre las elecciones de sus conciudadanos. Y quizá en este orden de consideraciones, no resulte condenable el hecho de que la esposa de Walt, Skyler, fume compulsivamente a escondidas bajo la reprobación de Walt. Donde los derechos particulares coliden con la ley general se abre la brecha irreconciliable de la extravagancia del orden mundial.

La vida entreabierta

Paulatinamente, se da la metamorfosis. El profesor White pasa por toda la escala de grises, desde su blanco puro primigenio, al nuevo oscuro hombre que encarnará con la progresión del relato. En esa conversión se encierra un oxímoron no únicamente conceptual, sino incluso identitario y de conducta. A medida que discurren las temporadas, Walt se va convirtiendo en Heisenberg, un hombre absolutamente lúgubre, vestido permanentemente de negro, con gafas de sol y un sombrero Porkpie que contribuyen a entenebrecer su imagen; al mismo tiempo, mella en la propia psicología del personaje una auténtica contradicción donde, de nuevo, lo meramente nominativo, resulta capital: el apellido escogido para el nuevo hombre encuentra resonancias en el científico Werner K. Heisenberg, alguien a quien Walt probablemente tiene en mente por deformación profesional, y Gilligan, por deformación irónica: la aportación más célebre de este premio Nobel es la del Principio de Incertidumbre, y no es que Walt sea un Hamlet contumaz, por lo menos no totalmente¹⁹. Es simplemente que, como en dicho principio, el profesor White no es más que una partícula en medio de un sistema, de la que no se puede medir su posición ni su movimiento lineal al mismo tiempo. Alguien impreciso, en su localización y en sus acciones, alguien que camina improvisando sin la seguridad de estar haciendo lo que debiera, a pesar de dominar teóricamente todas las proposiciones que se cruzan en su camino. Nada queda del Walter que retrotraen los *flashbacks*, aquel que trabaja para un centro de investigaciones químicas, el que adquiere la casa donde Skyler y él mismo vivirán, con la fe puesta en el porvenir de su éxito profesional y la fortaleza de su incipiente relación conyugal. Walt avanza ahora por una senda desigual y membranosa, donde puede entregarse fácilmente a la pérdida.

Al seguir menos sus planes que sus desvíos, White, principio de incertidumbres, certeza de todo principio, se vuelve más escurridizo. Esa actitud está motivada por una dinámica de engarce de acciones. Lo que se inicia en términos extraordinarios, como una aventura aislada entre tanta cotidianidad, se transforma después en una vida de constante agitación, donde lo cotidiano es periférico, pura anécdota, reducto excusable. Por ello debe disculparse ante su “jefe”, Gustavo Fring, cuando se ausenta del laboratorio de metanfetaminas para acomañar a su familia en el momento en que su cuñado se debate entre la vida y la muerte, o inventa un ataque de enajenación

¹⁹ Para más información sobre el Principio de Incertidumbre presente en diversas series de televisión americanas contemporáneas véase el artículo de David Lavery “Thinking inside the Box: Heisenberg’s Indeterminacy Principle, The Paradox of Schrodinger’s Cat, and Television”, en *Collected Works of David Lavery 2*, consultable online a través de http://davidlavery.net/Collected_Works/

mental después de haber sido secuestrado por Tuco, un *kingpin* que le mantendrá alejado de su familia por un tiempo más que prudencial. Tanto Georg Simmel en *Sobre la aventura*, como Vladimir Jankélévitch, con *La aventura, el aburrimiento, lo serio*, se posan de manera ostensible sobre el asunto de la rutina y la excepción en la vivencia²⁰. Momento enajenante, paréntesis sin bisagra, la alteración del fluir habitual de la vida labra las conclusiones del primero; Simmel la piensa como algo tan distinto a la propia vivencia, que debiera expresar lo habitado por otro, la alteridad pura o acaso una vida que no nos pertenece. Este rato, pura coyuntura para un oasis vivencial, es el que se sobrepone a la dinámica de Walt, hasta al punto de distanciarlo tanto de sí, que ni siquiera él se reconoce. Sin embargo, desde el matiz, el avieso protagonista de *Breaking Bad* arriba, con su comportamiento, a las orillas del aventurero profesional al que se refiere Jankélévitch, por diferenciarlo del *aventuroso*. La desemejanza entre uno y otro estriba esencialmente en el ánimo de lucro que caracteriza al primero, al asumir el riesgo de la aventura. A menudo, se emparenta este albur que corre el aventuroso a la transacción ilegal, que, desde el umbral de lo prohibido, asiste a las incógnitas futuras sobre lo que sobrevendrá al protagonista de la aventura. La incertidumbre es su característica fundamental, una cita siempre ambigua entre el futuro esperanzador o el porvenir condenatorio.

Retorcidos sobre los juegos semánticos del término, podría entenderse que, para Walt, su particular cometido es, a pesar de todo y en última instancia, el de la *a-ventura*, es decir, la no formulación del peligro. Porque en medio de su recorrido aventuroso le espera una muerte pronta que anula cualquier juicio sobre lo venidero. Y, a pesar de todo, Walter sigue instalado en los sentimientos vitales más primarios, porque, en el fondo, su lucha sigue siendo contra el tiempo... y con el tiempo.

Su objetivo oculta un peculiar carácter sacrificial: su libertad –aunque momentánea por el advenimiento próximo y seguro de su muerte- en pro del bienestar económico de su familia. Al margen queda toda vulneración del bienestar emocional. Precisamente en el punto en que el pilar familiar se desmorona, con la petición de divorcio de Skyler, y cuando inexplicablemente el cáncer remite y lo devuelve a los paradigmas de la *muerte incierta* y no fechada, el sacrificio pierde entidad, pero Walt no puede renunciar a la tentación de seguir participando de su aventura. Ahí, libre de términos providencialmente acordados, con la vida entreabierta de nuevo, la sedición de White tiene otros visos. Porque su apego al contratiempo se vehicula ahora por motivos aún económicos, al haber sido despedido del instituto donde trabaja y tener que pasar una pensión a su familia, pero, sobre todo, por razones meramente pulsionales. De asumir lo grave sin contraer lo lúdico, se convertiría Walt en un personaje acomplexado por el deber moral, carente de dobleces, incluso de reflexión. Se despejaría de él su condición indisociable de *homo ludens*²¹. El juego, abrazado a lo juicioso, deviene capital en la fenomenología la aventura de Jankélévitch, porque sin el elemento recreativo, no existiría el placer de la transgresión que se le ofrece al aventuroso, pero sin la seriedad, no tendría cabida el drama. Funambulista en la deriva que va y vuelve de la responsabilidad a la diversión, Walt se somete a la peripecia también por

20 SIMMEL, Georg. *Sobre la aventura. Ensayos de estética*. Barcelona, Península, 2002.; JANKÉLÉVITCH, Vladimir. *La aventura, el aburrimiento, lo serio*. Madrid, Taurus, 1989.

21 Tomamos la referencia y el marco conceptual de Johan Huizinga en *Homo Ludens*. Madrid, Alianza Editorial, 2000.

apetencia y evasión de lo anodino, amén de la obediencia a una codicia que empieza a pesar por la costumbre.

Al jugar, Walt se reescribe como personaje y, consecuentemente, altera el género que identifica a la serie. Su juego le permite una dualidad que hace que *Breaking Bad* hibride legítimamente el melodrama con las *criminal series*. Su juego es una tirada al azar, una *gran tirada*, en términos deleuzianos (Deleuze , 1994), que invoca al caos, a la distribución de una línea nómada del devenir, cambiante a cada tirada. Si el itinerario sedentario es aquel sobre el que se proyecta un sentido, un “buen sentido” –económico, político, jurídico, social-, el camino que favorece esta incursión del azar máximo se ofrece como resultado de la imposibilidad de aportar sentido, por la quiebra del individuo, en este caso, el propio Walt, asomado al vacío. Resulta frustrante, entonces, reconocer a White como un personaje que reta al azar por sus propios intereses o como un personaje que es retado por el propio azar y obedece a la deriva de una fuerza enajenante. Cualquiera de las dos opciones no anula la consideración del protagonista de *Breaking Bad* como un personaje moldeado por la *ilusión*, sin entendemos ésta como la aceptación del juego social al que alude Bourdieu (Bourdieu, 2002). El profesor ofrece así el espejismo de una vida doméstica y anodina, por un lado, y una aventura trepidante en el universo de la drogadicción, por el otro. Quizá, al final, las dos resulten puro simulacro y, por lo tanto, completa insatisfacción.

Sólo en este oportunismo de la vivencia azarosa en presente podría concebirse un atisbo de romanticismo en el carácter de Walt, sin que por edad le corresponda. Ese exceso vital llevaría a pensarlo en otros términos, arrojado a una existencia tan desmedida que le produce satisfacción. Pero a él se impone siempre ese sentido de la avaricia dosificada a plazos; en la tercera temporada, la aceptación a seguir embarcado en el comportamiento delictivo se justifica como un acto meramente temporal: hacerse con tres millones de dólares en tres meses. Y luego, nada más... que se sepa. La búsqueda esporádica de la aventura resuelve en la persona mayor, según Simmel, a maniobras toscas, torpoides, ridículas. En la temporalidad acrítica que de repente se abre en la vida de Walt cuando su cotidianidad coagula por esas briznas de vicisitudes *ex-céntricas*, lo patético se asoma con total descaro. Las llamadas de Jesse son el puro reflejo de los constantes derrapes del profesor, especialmente cuando su mujer, Skyler, ya es conocedora de la doble vida de Walt y éste se empeña en ocultar las evidencias. Como contrapartida, precisamente, o como resultado de una inercia inquebrantable, o más bien como beneficiaria de una complicidad que, descorchada, no tiene posibilidad de clausurarse, Skyler se suma a la aventura. Por una parte, asume su derrumbe familiar construyendo una relación sentimental con su jefe, Ted. Por otra, redundante en lo prohibido: no pudiendo asumir los gastos de la rehabilitación de su cuñado Hank –por cierto, agente policial del departamento de toxicología-, le tiende a Walter la posibilidad de comprar una estación de lavado de coches que sirva, irónicamente, para otro tipo de blanqueo, el del dinero obtenido ilegalmente por Walt. Ahora sí, mister White cuenta con la connivencia de su su primera dama.

El beso de los átomos

La permisividad de Skyler obedece, plausiblemente, a la implosión de su personaje enfrentado

a una realidad que la supera, la de un sistema profundamente injusto, por el que la equidad, en última instancia, sólo puede operar a través del subterfugio y la ilegalidad. Apartado del cuerpo policial, Hank debe hacer frente a su dura recuperación por una ingente suma de dinero sin ingreso económico alguno. No hay posible convalecencia que no solicite una cantidad sustanciosa de capital y Skyler debe sucumbir a la realidad ante sus principios. *Breaking Bad* expresa con maestría esa relación problemática entre los personajes, las ideas y el mundo que habitan, donde los primeros encarnan finalmente un universo que colide en ellos mismos hasta fracturarlos por el choque de sus propias contradicciones. En ellos chocan, a veces incluso con armonioso desgarró, los átomos de sus convicciones acérrimas y la realidad implacable. A fuerza de toparse contra el muro de esa existencia, las actitudes van mutando, tratando de ajustarse a ella, aunque sea para subvertirla desde abajo. Y surgen las autojustificaciones. La transformación que sufre Walt habita constantemente en esa explosión nuclear de los sentimientos hasta instalarse, avanzado en la peripcia, en una frialdad del todo abominable, un despego que no lo acomoda plácidamente en un nuevo comportamiento frente a las adversidades, pero que le permite sobrevivir como un auténtico cuatrero. “Phoenix”, en la segunda temporada, refleja el metabolismo de esas nuevas reacciones, al mostrarnos cómo Walt, figura pétreo, asiste a la muerte de Jane, la novia de Jesse, al ahogarse con su propio vómito después de una sobredosis. Lo podría haber evitado fácilmente, sin duda, pero Walt prefiere no intervenir y favorecer el hecho de que Jane deje de ser un problema para el rendimiento de Jesse y, consecuentemente, no se interponga ya a su particular negocio.

Breaking Bad cabalga, de este modo, sobre una narración de la experiencia de la negatividad y la muerte, a lomos de un nihilismo que tiene como voluntad última la sostenibilidad del propio individuo y sus intereses por encima de cualquier causa última. La mutación de Walt se impone rebasado el desencanto. Su conciencia va alterándose al fracasar el ajuste de su percepción del mundo con la propia realidad. La causa para él justa y la lacra social coinciden dramáticamente. Y ello abre la brecha respecto a los prejuicios que se tienen sobre el mundo.

Depredadores por accidente

Walt no parece *querer ser*; procede al cambio por la confabulación de una serie de elementos que no tienen que ver con su persona en sí, porque no se proyecta en un futuro a un nivel individual, deslumbrado como está por la proximidad de su muerte y por la motivación meramente económica que dirige sus acciones. Simplemente se limita a subsistir. Pero en esa endeble existencia, desarrolla dos actitudes desplegadas de manera recíprocamente alternativa: su disposición negociadora y su impulso anorreador²². Conviene, sin ambages, las condiciones que marcarán la relación laboral y personal con su distribuidor Gus; acuerda el tratamiento de Jesse para superar su drogodependencia; establece las visitas a su hija recién nacida con Skyler; pacta la cesión de bienes con su desvergozado abogado Saul Goodman. Walt es un maestro de la especulación y, como tal, ejerce esa destreza como quien resuelve fórmulas matemáticas.

Sin embargo, cuando la negociación fracasa, o cuando simplemente ésta puede derivar en

²² Pierre Sérísier se remite a ellas en uno de sus diversos artículos sobre la serie para el periódico francés *Le Monde*. “Breaking Bad. Le poids des demi-mesures”, 8 de junio de 2010.

eventualidades drásticamente comprometidas, Walter White se enviste de un espíritu aniquilador. Y, aunque las víctimas se van amontonando, concluye determinadamente que, ni él, ni Jesse, son asesinos. Porque ambos son piezas foráneas en el red de las operaciones delictuosas, advenedizos circunstanciales, transgresores con causa y por necesidad, en definitiva, malandros sin maldad. Resulta inequívoco que las autojustificaciones de Walt se miden, a su propio juicio, por distinto rasero; White es el *outsider* por antonomasia, el *fiddler* por accidente en una jungla inhóspita y ajena, que es la del universo de las drogas, pero también en un ámbito del que se va excluyendo progresiva e inadvertidamente, el de su consuetudinaria existencia. También en ese estado fronterizo se sitúa de manera casi desapercibida por él mismo. Considerándose más con un pie en un lado que en el otro, no se resigna a pensarse en otros términos, nunca podría equipararse a lo que para él no está en su mismo escalafón moral. Y en él subyace una ética que ultrapasa lo convencional, aquella que reza que lo legal está para respetarse a menos que la causa mayor a la que nos referíamos inicialmente se imponga. El empeño individual, además, eclipsa por completo los intereses generales. Eso lo justifica todo.

Con estas premisas, Walt cultiva un monstruo hipodérmico, en permanente letargo, pero de sueño ligero. Despierta sólo a intermitencias y hace pagar su incomodidad en el mundo con su mal humor, hasta extremos inequívocamente dolorosos, cuando no ridículos. Únicamente así se entienden reacciones como su incómoda visita al jefe y amante de Skyler, Ted, para desvelar a toda la empresa su relación extraconyugal. O la caprichosa explosión del motor del coche de un desconocido en la primera temporada, provocada simplemente por pura irritación y antipatía hacia su propietario. O la humillación a Gretchen, antigua colega de Walt en el laboratorio de investigación química y supuesto *affaire* sentimental del protagonista. Únicamente así se entiende cómo Walt puede hacer de su apocada figura un grotesco temerario.

Es ese estadio moral *de extramuros*, más allá de los límites convencionales, el que confiere a Walt la filosofía de estar protagonizando una guerra de todos contra todos, sin dejar al margen que su condición depredadora de protección para él y los suyos no amaga vislumbres de racionalidad y autocontrol cuando la situación lo requiere. Quizá Hobbes hubiese visto en él a un desertor de los poderes otorgados al Estado (Hobbes, 2003): si la premisa de su *Leviatán* es la de crear un mecanismo de corte reguladora que otorgue seguridad y orden al caos y la lucha entre los individuos en medio de un *estado de la naturaleza*, Walter White es aquel que, viendo ineluctable la imposición de un poder absoluto estabilizador, no puede reprimir eventualmente sus brotes de ira cuando desempeña el rol de persona integrada en la sociedad. Incluso habiendo sucumbido a ellos en algunas ocasiones –también cuando se viste de Heisenberg–, busca justificarse a través de la enajenación mental, como sucede cuando es entrevistado por la directora de su instituto tras pasarse toda la hora en que debía impartir clase sin abrir boca, o cuando aparece desnudo en un supermercado, fingiendo un brote de locura transitoria, como ya habíamos indicado, después del capítulo en que es secuestrado por Tuco Salamanca.

La luz que arrojan a este personaje las consideraciones planteadas por Hobbes hacen que pueda ser pensado dentro de la Física del Movimiento que el filósofo inglés reclama para

el pensamiento moderno. No exclusivamente por la oportunidad del terreno de las ciencias químicas, la actitud de Walt concita algunas ideas del atomismo clásico de las asoman *ab initio* los primeros pensamientos de Hobbes. De manera un tanto reductiva, podría afirmarse que los átomos, en el vacío, componen los diferentes cuerpos como unidades indestructibles, al igual que pasa con los nombres que aparecen en los títulos de crédito de *Breaking Bad*, formados por elementos de tabla periódica. Asentados estos principios, la existencia o, lo que es lo mismo, el cuerpo, está formado al mismo tiempo, por espacio y oquedad, por ser y no-ser, y esto lo dota de movimiento.

Partir del atomismo puede reclamar para Walt la consideración de su personaje como cuerpo en movimiento -¿no es ésta, al fin y al cabo, una ficción sobre el organismo y la enfermedad? El hombre como cuerpo, sin ataduras espirituales, articulado y dinamizado por las acciones y la reflexión, pero también por el instinto, es la base del pensamiento atomicista y de la condición de Walt, un cuerpo en circulación, ocupando los espacios y los vacíos que dejan su familia, su *trabajo*, y el propio desierto. Tanto en el atomismo como en la vida del profesor White, las leyes teleológicas, la fuerza de la relación causa-efecto, rigen las acciones, una tras otra, sin importar las consecuencias. Porque se limita a salvar situaciones interponiendo actos, de manera absolutamente utilitarista y en beneficio propio. Y esa cadena causal se propone como fundamento del movimiento citado, próximo a la mecánica material –o al materialismo mecanicista- donde no existe más que la materia en como flujo. Y, en medio, de nuevo, el Vacío.

Sujetos en pérdida y objetos perdidos

Para los personajes de *Breaking Bad* la realidad exagera la antonimia entre lo disperso y lo concreto. Al lado de los grandilocuentes paisajes desérticos, que acallan los secretos de estos personajes, los engullen y los paralizan, o acaso los convierten en una ruina más del espacio, se vindica una decidida importancia de lo objetual. A menudo los espacios se abren desde sus entrañas y la cámara, como extensión de la mirada del espectador, se esconde en sus vísceras. La nevera, las máquinas del laboratorio de producción de metanfetaminas, el extractor de gases donde Walt almacena su dinero. Todos estos lugares se dejan penetrar a través de puertas abatibles para que los personajes operen, adentrados en la maquinaria que los componen, en su construcción mecánica. Desde allí acceden a un mundo interior, metonimia de lo oculto y la manipulación furtiva.

También la cámara se entretiene en los detalles de lo cotidiano, los planos cortos de determinados objetos que miden el paso del tiempo. Sin embargo, estos elementos resultan más que una extensión corpórea de los personajes, la huella de su trazado vital, vestigios orgánicos que despliegan una particular hermenéutica en la historia. George Steiner cita la disquisición de Hegel sobre la enajenación gradual entre el lenguaje y el mundo de la materia, sobrevenida esencialmente con los procesos industriales (Steiner, 1987). Estos objetos distan ya de los que aparecían en las narraciones épicas de los textos clásicos, donde, como apunta Lessing, una espada era, por citar un ejemplo, la prolongación de la dinámica del brazo (Lessing, 1985). Ahora ya son meramente residuos. Sólo así se concibe la colilla de Jane que aparece en el

coche de Jesse cuando esta ya está muerta, otra vez la máscara de Walt arrojada en medio del páramo de Nuevo Méjico o el inquietante ojo de plástico que el desagüe de la piscina de la familia White trata de succionar en varios *teasers* de la de la segunda temporada. No por azar ese ojo se vuelve omnipresente. Por su obvia simbología – resulta imprescindible recordar que es la pieza que sus perseguidores dejan a Walt encima de la cama como signo de perpetua vigilancia- y porque representa la transnominación de esos objetos en pérdida. Después de mostrarnos anafóricamente el órgano debatiéndose en las aguas de la piscina sin posible conexión con la trama principal, como un apéndice que viene a entregarnos una intriga ulterior, el último episodio de la segunda temporada descubre exactamente de dónde proviene. Se trata, nada más y nada menos, del resultado de un nuevo choque *atómico*, el resto del siniestro y la explosión de dos aviones, propiciado intencionadamente por el controlador aéreo y padre de Jane, Donald Margolis, incitado por el dolor que le provoca la muerte de su hija. Lo particular, citado aquí en términos de aflicción personal, restaura su pérdida envenenando lo general. El desquite, la revancha de los sentimientos, especialmente en todo aquello que tiene que ver con la pérdida, será un tema fundamental en *Breaking Bad*.

Precisamente una advertencia de esa voluntad de resarcimiento se ofrece al espectador poniendo como marco el espacio desértico, lugar de la nada y espacio liminar al mismo tiempo. La escena tiene un latido bizarro, suspendido en la cotidianidad de los diálogos y la hermosura de una puesta en escena de *western*. Walt aparca el coche a una distancia producencial de Gustavo y se acerca lentamente para entablar una conversación absolutamente doméstica con Mike, el excelente padre de familia y mejor pendenciero a las órdenes del magnate de las drogas. A continuación, Walt expone, desde la entidad que le ofrece su categoría de hombre renacido, las opciones que le quedan a Gus merodeándole aún la sombra de Heisenberg. El vacío de la extensión no incluye de modo alguno a los personajes. Más bien todo lo contrario, subraya su exclusión, incluso su incomodidad vital, y, sobre todo, el momento trascendente en el flujo de la cotidianidad, el lugar en que todo puede cambiar.

Algo similar ocurre cuando el laboratorio sobre ruedas de Jesse y Walt se queda encallado en mitad de ese vasto reloj de arena que ofrece el entorno del desierto, en el noveno capítulo de la segunda temporada, *Days out*). La autocaravana en la que crean su anfetamina, a quilómetros *inabables* de cualquier núcleo urbano, no consigue arrancar. Sin alimentos, sin agua, la relación de los dos personajes principales se nutre de nuevo del choque. La inmensidad del terreno baldío saca de nuevo de ellos lo mejor y lo peor. Encerrados, solos el uno en frente del otro, envueltos en la nada, ambos resultan un motor exérgico, pura energía que puede ser transformada en beneficio seguro. Sociodependencia pura.

Arrastrada hasta el paroxismo, la conflictiva pero fructífera asociación de los dos protagonistas alcanza un punto álgido en el décimo capítulo de la tercera temporada, *Fly*. La paranoia de Walt revolotea aquí a sus anchas, como la mosca que se cuelga en el laboratorio de producción de *Los Pollos Hermanos*. Procupado porque el cálculo del material generado no se adecúa a lo previsto y sin saber que ello se debe a un hurto de Jesse, White no consigue conciliar el

sueño. Su obsesión explota cuando el insecto penetra en el coto privado de los protagonistas y el profesor lo concibe como una invasión en el sistema, capaz de contaminar la producción, y metáfora del infiltrado que puede dinamitar el negocio clandestino en el que están metidos. Un ejercicio magistral que sólo contempla a dos actores, una mosca y una sola localización de espacio. Lo que se dice allí cobra una dimensión otra, catálisis de las dinámicas de los protagonistas, motor de energías. A lo largo del capítulo, la acción de los personajes resigue una confrontación dialéctica y gestual, muy próxima incluso en algunos momentos a la fisicidad humorística del *slapstick*. Su hilarante, aunque agónico, desarrollo comunica intermitentemente con el teatro del absurdo y, especialmente, con toda la tradición brechtiana. Como en las piezas de este dramaturgo alemán, el resultado de la escena no se convoca dentro de la misma, sino que se emplaza al criterio y la ponderación del espectador, que debe dirimir las contradicciones implícitas en la discusión y la retórica del gesto establecida entre Jesse y Walt. Esperando una muerte que no llega -la de la nimiedad que supone la mosca entre los aparatos del laboratorio, la muerte de la nada, en el fondo- el juicio que entonces se espera del depositario de esta escena es el de la imposibilidad de restarle razón a la controversia de los personajes: ambos son portadores de tan coherentes incoherencias que lo único que sobreviene es la automática comprensión de la complejidad de los caracteres y la concesión a una crisis, que, como sugería la escena de la autocaravana estancada en el desierto, no hace más que soldar las fisuras entre los dos protagonistas para una simbiosis inconcebible *a priori*, pero absolutamente necesaria.

Salvados por la ironía

Profundamente restrictiva, y por ende irónica, se muestra esa constelación de personajes que tropiezan constantemente los unos con los otros, sin saberlo, al perpetuar sus acciones. Un entorno tremendamente limitado para tan estrechas relaciones. Por un lado, Gustavo Fring parece controlar todas las partes del mercado, desde el productor Heisenberg/White, a los hermanos Leonel y Marco Salamanca, que buscan venganza tras el asesinato de Tuco a manos de Walt. Pero no sólo acude esta coincidencia a empequeñecer el universo de la serie. También el cuñado del profesor, Hank, sigue muy de cerca los pasos de Walt sin darse cuenta de ello. Desde las contingencias se trazan los incómodos vericuetos si no de una predestinación, sí de una convivencia que imanta el recorrido de los personajes sin saberse necesariamente atraídos. Que Hank señale las virtudes culinarias de Los Pollos Hermanos no es más que la obstinación en la ironía que destila ese campo de coincidencias. Por delante del agente del DEA, siempre estará, sin que este lo sepa, Walt. Y no existe ni siquiera un cruce de ingenios entre las fuerzas del orden y el transgresor, como sucedería en las clásicas historias policiales, sino un enfrentamiento donde la ingenuidad que se posa sobre lo cotidiano y familiar no deja palpar las evidencias. Tanto es así, que Hank persigue a Walt, sin saberlo, hasta la caravana, hogar de la vida inobservante del profesor. Cuando todas las pistas sobre el caso Tuco Salamanca llevan a este vehículo, Walt acude apresurado a prevenir a Jesse. La peripecia querrá que ambos se encuentren dentro del *labomóvil* a la llegada de Hank. Las finísimas paredes del vehículo surten las fronteras entre la ley y la cotravención, pero, además, entre la búsqueda y el secreto. De nuevo encerrado en el espacio que ha capturado definitivamente su vida, Walt improvisa

una genialidad que volcará inopinadamente el itinerario de los personajes: una llamada a Hank, orquestada por su cuñado, obligará al policía a dejar precipitadamente su misión ante la caravana y asistir a la falsa urgencia que supuestamente ha llevado a su mujer a ingresar en un hospital de Albuquerque. A resultas de este engaño, Walt y Jesse pueden deshacerse de la roulotte como única prueba inculpatoria, aunque el incidente provocará la venganza de Hank, y su consecuente despido del cuerpo policial, así como las reticencias de Jesse a seguir colaborando con Walter. El encaje de las piezas sin saberse encajadas aporta esa disidencia del rigor de la narración, hasta el punto que los personajes se invisten, por contagio, de contrastes sometidos a lo extremadamente cómico. Algo que supone un descrédito de las propias figuras que pueblan el relato.

De nuevo lo cómico. Sin lugar a dudas, dicha ironía abre aquí los cauces a una progresiva disolución del sujeto. Como ya lo hiciera su versión romántica, ésta hace recaer sobre ella misma el peso de una dialéctica bifrontal, que sobrepone un plano participativo, involucrado en el relato con unos códigos fieles al género, incluso de manera ardorosa, con una distancia intermitente. La narración se salpica de formas paródicas e induce al pastiche con inserciones de anuncios publicitarios, videoclips absolutamente *kitsch*, o acciones insólitas que bordean lo absurdo. De esa ironía que contiene el relato se contagia el propio protagonista, irreconocible entusiasta en su empeño, pero descreído e inidentificado con el mundo que empieza a traspasar. Ahí se vislumbra la fractura de su propio yo, que alcanza tantos recovecos. El curso que Walt delinea a lo largo de las tres temporadas producidas hasta el momento va librando matices distintos a esa vis cómica que se lanza sobre el protagonista: del resorte darwinista de supervivencia en el inicio de su vida dual, a la adaptación al medio sin necesidad -cuando ya no le debe nada a Skyler como esposa-, y, finalmente, a la continuación de sus dinámicas transgresoras por estímulo meramente de apetencia vital, al saberse que su salud ya no peligra y sumergida su actitud en una suerte de *voluntad plena*, ajena a cualquier necesidad y posible justificación material. Walt, como toda la narración, se ubica en el lugar fronterizo en que la experiencia placentera-constrictiva resulta absolutamente autotélica y a la vez monolítica, como lo es también la relación de lo dramático con lo cómico. Por eso se disuelve la consistencia del sujeto, porque no existe posible determinación de campo, porque el protagonista se torna intransitivo y halla en él mismo, y no en lo que le rodea, todas sus contradicciones. Porque todo se ancla en medio, haciendo imposible una determinación al clasificar los comportamientos del relato y de los personajes.

No más

“No más”, quizá *nada más*, sea lo que quiera invocar la serie en último término. Ése es el título del primer capítulo de la tercera temporada, donde Walt trata de purgar su culpa, en una especie de compunción efímera en su manifestación externa, pero probablemente lancinante desde hace tiempo en su fuero interior. Toma la barbacoa que se encuentra al lado de la piscina y empieza a quemar los billetes que ha guardado con tanto recelo en una trampilla de aereación de su propia casa. Mientras observa cómo se consumen, llega el “arrepentimiento del arrepentimiento”: atravesado por el espíritu materialista que ha caracterizado su comportamiento a lo largo de

toda la serie, lamenta súbitamente una contrición que obedece al orden moral e intenta dar marcha atrás, arrojando la barbacoa a la piscina, donde se ahogan las contradicciones de la familia White y, metonímicamente, de toda la sociedad norteamericana, como podría muy bien explicar el cuento de John Cheever, *El nadador*.

Antes de esta escena, la serie ha insistido en la costumbre quirúrgica de Walt, al cortar prolijamente con un enorme cuchillo los bordes de corteza de sus bocadillos de pan de molde. Como si, en ese ejercicio de “extirpar para minimizar”, nunca pudiese deshacerse del núcleo por el cual todo se sostiene, la esencia que dota de sentido, la metástasis de un comportamiento que no se puede desarraigar ni siquiera con la purga. Frente a las llamas de la barbacoa, la fuerza de ese fogoso y vehemente arrepentimiento hacia un orden moral culpabilizante resulta infructuosa. Por supuesto, no supone una compensación material, pero mucho menos un restablecimiento de lo afectivo.

Hay una clara distinción, según Gilligan, entre la necesidad de posesiones en la Vida y la absurdidad de las mismas en la Muerte. Una polaridad muy acusada para una línea divisoria tan endeble. Reinstalado en la otra cara de la moneda, en esa Vida de la que se pensaba ya casi desahuciado tras la noticia de su enfermedad perecedera, Walt decide en última instancia entregarse a lo material, sabiendo ahora más que nunca que su existencia es plenamente discontinua. Como un *reventant*, visita de nuevo su espacio de presencia, en el que todo ha cambiado, incluso su medición de la temporalidad. La Nada sigue ahí enfrente, pero quizá más lejos. Por cierto las posesiones materiales le serán inútiles después, pero, de momento, Walter White sigue encerrado en el ahora, hasta que venga el vacío, ese “no más”.

Entre los puntos suspensivos que llevan a la cuarta temporada habrá que rescatar algunas especulaciones, entre ellas, la que envuelve a los personajes en la miseria *gratuitamente necesaria* de Walt: Jesse como ejecutor de Gale o Skyler como socia de White. Al fin y al cabo, todo surge de un sacrificio impulsado por el cariño, al que quizá haya que compensar; un sacrificio que acaba pesando como una losa y que ni siquiera permite consumirse a través del arrepentimiento. La culpa quedará en ese estado de inter-reinos que se erige en el universo de contradicciones de la serie. Absurda ante el conjunto del existir, aplastante en el curso de la existencia. Ya lo decía Bataille, “Y lo mismo que el amor es un sacrificio, igualmente el sacrificio es un pecado” (Bataille, 1986: 77).

Referencias bibliográficas.

- Bajtín, Mijail. “Las formas del tiempo y del cronótopo en la novela. Ensayos sobre Poética Histórica”. en *Teoría y estética de la novela*. Madrid, Taurus, 1989.
- Bataille, Georges. *El culpable*. Madrid, Taurus, 1986.
- Bataille, Georges. *El erotismo*. Barcelona, Tusquets, 2009.
- Bourdieu, Pierre. *Razones prácticas*. Barcelona, Anagrama, 2002.
- Deleuze, Gilles. *Lógica del sentido*. Barcelona, Planeta de Agostini, 1994.

PREVIOUSLY ON

- Foucault, Michel. *Las palabras y las cosas*. Méjico D.F., Siglo XIX Editores, 1997.
- Hobbes, Thomas. *Leviatán*. Buenos Aires, Losada Editorial, 2003.
- Huiziga, Johan. *Homo Ludens*. Madrid, Alianza Editorial, 2000.
- Jankélévitch, Vladimir. *La aventura, el aburrimiento, lo serio*. Madrid, Taurus, 1989.
- Lavery, David. "Thinking inside the Box: Heisenberg's Indeterminacy Principle, The Paradox of Schrodinger's Cat, and Television", en *Collected Works of David Lavery 2*, http://davidlavery.net/Collected_Works/
- Lessing, Gotthold Ephraim. *Laocoonte o sobre los límites en pintura y poesía*. Barcelona, Orbis, 1985.
- Sérisier, Pierre. "Breaking Bad. Le poids des demi-mesures", *Le Monde*, 8 de junio de 2010.
- Simmel, Georg. *Sobre la aventura. Ensayos de estética*. Barcelona, Península, 2002.
- Steiner, George. *Antígonas: una poética y una filosofía de la lectura*. Barcelona, Editorial Gedisa, 1987.

***FlashForward* o el avance de una muerte anunciada. *Quality popular television* de saldo**

Milagros Expósito Barea

*If you can't find anything good on network TV today,
you just aren't looking very hard.*

Robert J. Thompson

Introducción

‘El 6 de octubre los habitantes del planeta se desvanecieron durante dos minutos y diecisiete segundos. El mundo entero vio el futuro’. Así comienzan 19 de los 22 episodios que componen la primera y única temporada de la serie *FlashForward* y sobre la que se va a realizar el siguiente estudio.

Meses antes de que se emitiera el primer episodio de la serie o episodio piloto en Estados Unidos comenzó una fuerte campaña publicitaria que advertía ya del éxito que se pretendía alcanzar con esta serie. Revistas especializadas sobre series de ficción norteamericanas ya daban a conocer la que sería la nueva sucesora de *Perdidos* (*Lost*, 2004-2010). *Wired Magazine*, *Popular Mechanics* o *Entertainment Weekly* dedicaban parte de su contenido a desvelar las claves de la nueva serie. En televisión aparecía anunciada en los intermedios de los últimos episodios de la temporada final de *Perdidos* (*Lost*, 2004-2010) o incluso en faldones en el transcurso de éstos. Asimismo, comenzó una especie de juego con la que iba a ser la nueva audiencia de la serie, la que hasta el momento había sido de su predecesora en la cadena ABC, en la que se daba una serie de pistas diseminadas por Youtube sobre el nuevo enigma televisivo: La red Mosaico. La cadena ABC es, junto a la NBC y la CBS, una de las tres *networks* que dominan el mercado televisivo en Estados Unidos. Algunas de las series más destacadas de esta cadena son: *Alias* (2001-2006), *Mujeres Desesperadas* (*Desperate Housewives*, 2004 -), *Anatomía de Grey* (*Grey's Anatomy*, 2005 -), *Ugly Betty* (2006- 2010) o la anteriormente citada *Perdidos* (*Lost*, 2004 – 2010).

FlashForward comenzó su emisión en Estados Unidos el 24 de septiembre de 2009 con un gran interés creado, como se ha expuesto anteriormente. En España esta serie fue emitida por Cuatro²³ casi al mismo ritmo que en su país de origen, solo había poco más de una semana de diferencia entre la cadena española y la norteamericana. Se puede afirmar que debido a la gran expectación creada previa a su estreno, el producto *FlashForward* se vendió rápidamente ya que se asemejó a otros de la misma casa y por tanto se le atribuyó una garantía de calidad y éxito frente a la audiencia, ya no solo en su propio país sino exportándola como tal. Si bien es cierto que la diferencia de tiempo que existe en la recepción del producto en otros mercados para la emisión del mismo ahora es mucho menor, cuando hablamos de mercados nos referimos a la distribución y exhibición de las series fuera del territorio de Estados Unidos y concretamente se hace referencia al ámbito español, es debido a la creciente demanda de series de ficción

23 Cuatro y AXN (canal de pago) compraron los derechos antes incluso de la première en Estados Unidos.

por parte de la audiencia. Hay que destacar el poder que poseen las *Majors* estadounidenses dentro y fuera de sus fronteras. Estados Unidos es el mayor exportador de televisión y cine en el mundo, controla sobre el 70% del mercado mundial. Estas series han conseguido ocupar un papel destacado dentro de la parrilla televisiva de las grandes cadenas que cuentan con varios días a la semana de producción propia de ficción en *prime time*, pero al mismo tiempo cuenta con otro tanto de días dedicado a la ficción extranjera, principalmente proveniente de Estados Unidos. Asimismo, con el auge de la TDT y la necesidad de cubrir horas de programación se ha optado por la compra de series, tanto de aquellas que podemos denominar populares o clásicas de la televisión a las más novedosas y al mismo tiempo exitosas. *FlashForward* fue uno de esos productos que iba a ocupar el *prime time* de Cuatro, también acreedora de todas las temporadas de *Perdidos* y que consiguió un nuevo hito en lo que respecta a la exhibición de una serie norteamericana en nuestro país como es el caso del último episodio de *Perdidos* estrenado a nivel mundial en todos los países en los que se habían comprado los derechos de la serie y sin desfase horario con respecto a la emisión original estadounidense. La audiencia ya no tenía que esperar semanas o meses, o incluso las horas necesarias para poder descargarlo de la red.

De nuevo una serie nos sumergía en un desconocido misterio, un rompecabezas que había que conseguir montar tras un seguimiento minucioso de la trama que se nos presenta a modo de comprimidos semanales de 40 minutos de duración, en los que no podemos dejar escapar ningún detalle que luego nos pueda dar nuevas pistas sobre el desencadenante de la trama inicial. Basada en la novela de Robert J. Sawyer la historia que se presenta en la serie cuenta como el 6 de octubre de 2009 tras un misterioso suceso en el que la totalidad de la población mundial, unos 7.000 millones aproximados de personas, experimenta un desmayo colectivo de una duración determinada, 2 minutos y 17 segundos, en el que cada persona ha podido ver lo que ocurrirá en el futuro y concretamente dentro de 6 meses, el 29 de abril de 2010. A partir de ahí los personajes evolucionan siguiendo los acontecimientos presentados en el flashforward. Cada personaje forma un entramado cuyos caminos se van cruzando a lo largo de la serie con dos puntos lógicos comunes como son el desvanecimiento y la visión de futuro que enlaza toda la trama y a la que hay que dar un sentido final. Uno de los problemas que padeció la serie es que la línea argumental fue tan rápida que no dio tiempo a construir la identidad de los personajes como ocurría en *Perdidos*. Múltiples visionados de la serie no consiguen añadir nuevas capas de información o nuevos significados por lo que el misterio inicial se diluye en una amalgama de forma sin fondo aparente. En este punto hay que añadir que la industria del DVD ha cobrado una gran importancia en cuanto a las series de ficción, el DVD lo ha cambiado todo, ahora los productores son conscientes de que el público objetivo de una serie también va a adquirirla en este formato y el mismo episodio va a ser visto una y otra vez y por tanto se va a seguir hablando de la serie incluso terminada su emisión por televisión.

Como ocurre en muchas de las series de éxito y como veremos a continuación en el tema de la calidad televisiva o *quality television* el registro autorial es un elemento destacado que se ha convertido en marca de distinción de la propia serie. Estos autores no son solo los directores

o guionistas, son los denominados *showrunners* o productores principales de la serie. En este caso las dos figuras fundamentales y firmantes del proyecto son David S. Goyer, guionista de *Batman Begins* (Christopher Nolan, 2005), la trilogía de *Blade* (Stephen Norrington, 1998, Guillermo del Toro, 2002 y David S. Goyer, 2004) junto con la serie *Blade: The Series* (2006) y Brannon Braga guionista de *Star Trek* (J.J. Abrams, 2009). Ambos reputados dentro de la ciencia ficción norteamericana.

Tras un éxito inicial de audiencia que rondaba la media de 12,5²⁴ millones de espectadores en los primeros episodios de la temporada, la serie se enfrentó a lo que sería su estocada de muerte y posterior cancelación por parte del canal como fue el parón que durante varios meses sufrió para permitir a los guionistas seguir ofreciendo un mínimo compromiso de calidad. Este parón tuvo lugar en el episodio 10 de la temporada, lo que hizo plantearse a los seguidores qué sentido tenía todo aquello unido a la desgana de continuar viendo una serie que parecía no aportar nada nuevo, el misterio se desvanecía en las idas y venidas del presente al futuro cayendo en una repetitiva fórmula que no conseguía mantener al espectador. Tras las estrepitosas caídas de audiencia la cadena ABC no tenía más remedio que cancelar la serie y emitir la primera temporada sin posibilidad de renovación.

La que se anunciaba como la gran sucesora de *Perdidos* que de nuevo se planteaba el uso de los saltos temporales y la resolución de un acontecimiento incomprensible a la par que sobrenatural ha sido uno de los fracasos más sonados de la historia de la televisión norteamericana en lo que respecta a una serie de ficción. Hay casos como los de las series *Surface* (2005-2006), *Dresden Files* (2007-2008), el remake estadounidense de *Life on Mars* (2008 – 2009) o *Pain Killer Jane* (2007), entre otras, que han sido canceladas a partir de la primera temporada, o por ejemplo *Traveler* (2007) que tuvo menor suerte y se quedó en 9 de los 22-24 episodios acordados inicialmente. También está el caso de *The Beast* (2009) que fue cancelada tras la muerte del actor protagonista de la misma, el conocido Patrick Swayze. Pese a las cancelaciones que se suceden año tras año de series en las cadenas norteamericanas, sumadas a las que simplemente se quedan en el episodio piloto como *Single with Parents* (2008) o *Pretty/Handsome*²⁵ (2008) o aquellas que ni siquiera consiguen luz verde para la preproducción, puede que ninguna haya fracasado de éxito y haya tenido la repercusión mediática de *FlashForward*.

A continuación se realizará un análisis más pormenorizado de las características de esta serie al mismo tiempo que se comparan con las pautas establecidas por el autor Robert J. Thompson para una televisión de calidad de tal forma que se pueda comprobar cómo aún siguiendo la mayoría de las pautas de dicho modelo la serie no ha conseguido el éxito esperado.

La televisión de calidad o *Quality Television* frente al modelo *FlashForward*

24 Este dato corresponde a la audiencia en Estados Unidos. En España consiguió una cuota de pantalla de 14,3% y 2.715.000 espectadores convirtiéndose en la serie de ficción extranjera más vista de la historia de la cadena Cuatro. Pero de ese 14,3% inicial fue cayendo paulatinamente hasta el estrepitoso 9,4% del episodio 9, justo antes del parón, y casi con un millón menos de espectadores.

25 Esta serie curiosamente también iba a estar protagonizada por el actor Joseph Fiennes para la cadena ABC.

Dentro de los diferentes estudios llevados a cabo sobre el mundo de la televisión, relativamente recientes y centrado más en el ámbito de la cultura popular, hay que destacar las aportaciones que ha llevado a cabo Robert J. Thompson, concretamente en su obra: *Television Second Golden Age* (1996) en la que se analiza detalladamente el término que nos ocupa como es el de *quality television*²⁶. Hasta ese momento era escaso encontrar autores y obras que se centraran en el estudio de las series de televisión, en parte porque ésta nunca fue tomada con la relevancia o importancia que presentaba el cine o la literatura. Si bien es cierto que la televisión es un medio bastante reciente en comparación con la centenaria literatura o con el cine, modelo que junto con el teatro toma como referente la televisión, también hay que destacar que a día de hoy es uno de los elementos claves de entretenimiento en nuestra sociedad. Además de contar con un elevado número de programas de una calidad nunca antes vista en este medio que deben ser analizados y estudiados. Tal y como afirma Barbara Maio (2009) el medio televisivo ha madurado de forma relevante.

Pero antes de comenzar a hablar de *quality television* hay que hacer una aproximación al término, éste viene siendo usado dentro del medio televisivo pero también fuera de él, desde la crítica o los estudios sobre este medio de comunicación de masas. Está ligado a lo que podríamos denominar calidad de la temática, el estilo o el contenido del programa televisivo. La proliferación de la llamada televisión de calidad se ha difundido desde las dos últimas décadas convirtiéndose en un referente para la programación televisiva que busca, al igual que su público, series y programas que sean lo más ricos posibles a nivel narrativo, temático y estético. Según McCabe y Akass (2007: 3) *quality television* es el producto de la era *postnetwork*²⁷ en los Estados Unidos²⁸. La calidad se ha asociado al canal Premium de cable HBO (Home Box Office), incluso se puede hablar de un efecto HBO que ha intentado ser copiado por el resto de cadenas estadounidenses. La producción, estética, imagen, audiencia y recepción de la HBO difiere con respecto a las cadenas de televisión más comerciales. 'Los canales tradicionales venden espectadores a los anunciantes, mientras que HBO se vende así mismo'. (Cascajosa, 2006: 26). Las denominadas *networks* trabajan con las fórmulas genéricas tradicionales en lo que respecta a las series, saben que géneros como el policiaco o el dramático mantienen una audiencia fiel al canal, no se arriesgan rápidamente con nuevos programas, se centran más en la repetición de lo que les proporciona el éxito, aunque hay veces en los que se demuestra que no siempre esa repetición de la fórmula milagrosa es suficiente, como ejemplo, el caso que nos ocupa. Mientras la serie mantenga unos buenos índices de audiencia las *networks* suelen conservarla en su programación.

El término *quality television* también se relaciona de manera directa con las etapas de la

26 En 1984 el British Film Institute publicó un libro llamado *MTM: Quality Television*, en el que ya aparece el término *quality television* y lo asocia a una compañía como la MTM Enterprises, creadora de la serie *Hill Street Blues* que Thompson pone como ejemplo de televisión de calidad.

27 Roberta Pearson en McCabe y Akass (2007) hace un estudio pormenorizado de la era post-network de la televisión, concretamente el título del capítulo en la obra se llama: 'Lost in Translation. From Post-Network to Post-Television'. En él pone como ejemplo de esa etapa Post-Network a la serie *Perdidos (Lost)*.

28 El término *quality television* no solo se usa teniendo como referente la televisión de Estados Unidos, en sus inicios también se usaba para la televisión británica aunque cada vez más el espectro geográfico está aumentando y el término se usa con más frecuencia.

denominada *Golden Age of Television*. En un primer momento se denominó *Golden Age of Television* al período comprendido entre 1947 y 1960, destacando sobre todo la década de los años 50. Este período contaba con un gran número de adaptaciones literarias y teatrales a la pequeña pantalla lo que aproximó, en cierta medida, el mundo de la cultura al mundo mediático televisivo, si bien es cierto que Thompson (1996) defiende que la década de los 50 en televisión no fue tan buena como se popularizó. Este autor afirma que la verdadera etapa de oro del medio televisivo comienza en la década de los 80, a la que denomina *Second Golden Age of Television*. Sobre todo se centra en el estreno de una serie, *Canción triste de Hill Street* (*Hill Street Blues* 1981-1987). A partir de este momento el British Films Institute publica un libro llamado *MTM: Quality Television* (Feuer, Kerr y Vahimagi, 1984) que se centra en la historia de la compañía MTM Enterprises, creadora de la serie *Canción triste de Hill Street*. También se creó un grupo o asociación que se autodenominó a sí misma *Viewers of the Quality Television* que se encargó de defender una serie de programas, a veces sin demasiada suerte, que ellos propiamente consideraban de calidad, bien porque se aproximaban al gusto de la clase alta, urbana, culta y joven, porque innovaban con el tema del género o porque se desligaban de lo comercial para adentrarse en un entorno más autorial o creativo. Para los *Viewers of the Quality Television* la definición de *quality television* es la siguiente:

A quality series enlightens, enriches, challenges, involves, and confronts. It dares to take risks, it's honest and illuminating, it appeals to the intellect and touches the emotions. It requires concentration and attention, and it provokes thought. Characterizations is explored. And usually a quality comedy will touch the funny bone and the heart. (Feuer, Kerr y Vahimagi en Thompson, 1996: 13).

A día de hoy ya se habla de una Tercera Edad Dorada de la televisión dentro de los estudios sobre este medio. Atrás ha quedado la Segunda Edad recogida por Thompson, pero tomando a éste de modelo se comienzan analizar nuevas series que no fueron recogidas en el libro de este autor. Barbara Maio ya lo hace en su obra *La Terza Golden Age della Televisione* (2009) con el análisis de la autorialidad, el autor como veremos a continuación es un elemento clave para la televisión de calidad, los géneros, la estructura narrativa y los modelos de producción de esta nueva etapa.

Retomando la teoría de Thompson vamos a ver a continuación las 12 características que según él definen la calidad en televisión. (Thompson, 1996: 13-16)²⁹.

1. La calidad televisiva es definida por lo que no es, y no es *regular*, es decir, no es una televisión normal sino que tiende a romper las reglas prefijadas para el medio. Thompson pone el ejemplo de la serie *Twin Peaks* (1990 - 1991) que la crítica elogió como algo diferente, algo nunca visto antes en televisión.

- Si analizamos este punto en relación con *FlashForward* vemos que parte como una serie no *regular*, pero sigue los pasos de su antecesora *Perdidos* por lo que puede entenderse que no rompe muchas reglas, aún así se comenzó vendiendo como algo nuevo y misterioso que cautivaría al público desde el comienzo fantástico de la propia

²⁹ A continuación se hará una traducción propia del texto de Thompson sobre las doce características que definen la calidad en televisión.

serie.

2. La calidad televisiva normalmente se entiende como un *pedigree*. Las series deben tener detrás una serie de artistas con una determinada reputación en el medio así como el campo cinematográfico. Thompson advierte que siempre es mejor echar mano de directores más cercanos a películas minoritarias antes que a directores de grandes éxitos comerciales o *blockbusters*.
 - *FlashForward* contaba con dos *showrunners* reputados dentro del medio televisivo, además de ser guionistas afamados dentro del mundo de la ciencia ficción cinematográfica como son David S. Goyer y Brannon Braga, al mismo tiempo varios de los episodios fueron dirigidos por Bobby Roth o Ron Yate habituales en la dirección de *Perdidos*. Igualmente contaba con un elenco de actores destacado como son: Joshep Fiennes proveniente del mundo del cine, se puede remarcar de su trabajo como actor las películas en las que interpreta a personajes de época y por las que se dio a conocer mundialmente como el caso de *Shakespeare in Love* (John Madden, 1998). John Cho que ha participado en un acentuado número de series de la ABC como pueden ser *Anatomía de Grey* o *Ugly Betty*, además tuvo un papel remarcable dentro de la nueva entrega cinematográfica de *Star Trek* (J.J. Abrams, 2009) en la que interpretaba a Hikaru Sulu. Entre el reparto de la serie también estaban dos actores que habían tenido sendos papeles importantes dentro de la serie *Perdidos* como eran el caso de Sonya Walger (Penny Widmore) y Dominic Monaghan (Charlie Pace). El hecho de que participaran en ambas series casi al mismo tiempo ocasionó en parte que la audiencia hiciera una asociación del actor con el personaje que interpretaban en *Perdidos* de tal forma que era difícil volver a ubicar a esos actores en otros papeles que no fueran los de Penny y Charlie. Era como si la identidad del personaje anterior se apropiara del actor. Este fenómeno, aunque parezca extraño, puede resultar bastante común cuando los actores o la serie en la que participan dichos actores tiene un gran número de seguidores que automáticamente los toman como referencia y solo los ubican dentro del papel que interpretan.
3. La televisión de calidad atrae a un sector demográfico concreto como son las clases altas, con una educación, es decir, cultas, localizados en áreas urbanas y predominantemente jóvenes. Estos suelen ser el mayor porcentaje de audiencia de este tipo de programas.
 - Si analizamos las campañas publicitarias de *FlashForward* previas a su estreno vemos que se ajustan a este punto. En primer lugar se trata de la adaptación de una obra literaria por lo que lleva consigo una nota referente a una sociedad con un cierto nivel cultural que conoce la obra. Se publicitó en revistas como *Wired* cuyo público objetivo tiende a ser joven y urbano, acorde con las nuevas tendencias, la innovación y el

impacto cultural que pretende la revista. Asimismo se descifran pistas sobre lo que sería la red Mosaico, pieza fundamental del entramado de la serie. Youtube es de nuevo una herramienta que usan millones de personas en todo el mundo y que atrae a un sector demográfico cercano a la definición establecida por Thompson. Pese a los primeros índices positivos de audiencia no consiguió mantenerlos y de ahí el fracaso.

4. La calidad a menudo debe someterse a una serie de luchas como puede ser la batalla entre el nivel artístico o estético de la serie y su comercialidad o entre la creatividad escritor- productor y la propia gerencia de la cadena televisiva. Son varias las series las que tienen que someterse a la anteriormente citada lucha, en este caso, Thompson pone como ejemplo *Balada triste de Hill Street* que consiguió posicionarse como una de las veinticinco mejores series una vez roto el record de obtención de premios Emmy.
 - Se podría afirmar, en el caso particular de la serie que nos ocupa, que pese a tener una media de audiencia destacable en los primeros episodios de la temporada, la burbuja se desinfla rápidamente, afectándole fuertemente los índices de seguimiento de la misma y perdiendo así la batalla frente a la cadena ABC.

5. La televisión de calidad tiende a tener un gran reparto. La variedad de personajes permite obtener una diversidad de puntos de vista diferentes.
 - *FlashForward* entraría dentro de los que se denominaría serie coral. Hay unos cuantos personajes que se convierten en fijos a los que se le suman una serie de secundarios que van apareciendo en el transcurso de la trama. Si bien, cada uno de ellos proporciona en este caso un punto de vista diferente sobre el mismo acontecimiento por lo que se ajusta completamente a esta característica propia de calidad. Los personajes y la trama evolucionan siguiendo los acontecimientos presentados en el flashforward del grupo de actores principales.

6. La televisión de calidad tiene memoria para crear nuevos compromisos a partir de acontecimientos previamente contados en la serie. Los personajes evolucionan y cambian al mismo tiempo que lo hace la trama de la serie. También ese efecto memoria hace referencia a programas anteriores o a la imitación de capítulos de otras series que han llegado a ser famosas para el público de tal forma que la referencia sea entendida por la audiencia.
 - Como ya se ha explicado con anterioridad, en *FlashForward* ocurre un acontecimiento al inicio de la misma que permite conocer parte del futuro de los personajes. El juego temporal entre presente y futuro hace ejercitar ese uso de la memoria

constantemente ya que los saltos inducen a ella. Pero también hay referencias a otras series, fundamentalmente a *Perdidos*. Solo en los primeros minutos de la serie hay una analogía muy destacable con su predecesora, si se ponen en paralelo se puede ver como ambas comienzan de la misma forma: con un primer plano de uno de los personajes protagonistas de la serie que sale de lo que parece ser un gran accidente, mientras se va abriendo el plano se nos presenta una situación de caos, en el caso de *Perdidos* se trata de un avión estrellado en una isla, mientras que en el de *FlashForward* es una suma de accidentes localizados en Los Ángeles como causa de un desvanecimiento masivo de la población. En ambos casos el protagonista, previo momento de desconcierto, comienza a salvar a gente o buscar conocidos. Incluso hay una referencia directa de *FlashForward* a *Perdidos* como es una valla publicitaria en la que destaca un anuncio de la compañía aérea Oceanic Airlines, compañía ficticia en la que volaban los personajes de *Perdidos* la cual se estrelló en la isla. En ambas una catástrofe se convierten en eje principal de las mismas. La numerología, los números se transforman en piezas claves de la trama, o al menos pretenden serlo. En *Perdidos* la cadena de números 4-8-15-16-23-42 o en *FlashForward* 2 minutos y 17 segundos, 137 segundos³⁰ o el 29-4-2010 a las 10:00 pm. La ciencia también está presente en las dos como intento de explicar el fenómeno que le has llevado a la isla o que ha provocado el desvanecimiento. En una el pasado se convierte en torturador mientras que en otra lo hace el futuro. La conspiración frente a un enemigo que se presenta invisible y al que se quiere encontrar para que sea juzgado. Una y otra vez *FlashForward* remite a *Perdidos* en un intento de que la fórmula del éxito prevalezca en ella.

7. La televisión de calidad tiende a la hibridación de géneros o a la creación de uno nuevo a partir de viejos modelos ya existentes. Según Thompson (McCabe y Akass, 2007: xvii) la *quality television* se ha convertido en un género en sí mismo con sus fórmulas y características propias.
 - *FlashForward* mezcla la ciencia ficción, con la acción y ciertos tintes de género policiaco ya que los protagonistas son agentes del FBI, la CIA e incluso agentes dobles que trabajan para otras organizaciones desconocidas.

8. La televisión de calidad tiene que ser una televisión con calidad en la escritura. La figura del escritor o creador -se asocia más al guionista- es más destacada que en otros tipos de programas que carecen de calidad. Los guionistas para estos casos construyen eficaces tramas argumentales, personajes, etc. Según Thompson los programas de calidad tienden a ser más literarios que la televisión a la que podríamos denominar *regular* o

³⁰ *137 Sekunden* es el título del capítulo 3 de la serie en la que se le intenta dar un significado al porqué de que sean exactamente esa cantidad de segundos y no otra.

convencional, la escritura es este caso es más compleja que en otro tipo de programa.

- De nuevo se hace una mención a la figura del creador-autor de la serie, tema que ya ha sido tratado con anterioridad y al que Barbara Maio (2009) dedica un capítulo completo de su obra. La autoría en las series de televisión es en muchos casos cuestionable debido a que en la industria televisiva no se concibe la imagen del autor individual sino que todo pertenece al engranaje de la maquinaria interna de la industria televisiva y a su modelo de creación del producto. Últimamente es cuando se están dando casos en los que son reconocidos los autores y se presenta o publicita la nueva serie teniendo como insignia la reputación del afamado autor-guionista. Como afirmaba Feuer (1984: 56) el mismo hecho de certificar que un programa es de calidad lleva a la audiencia hacia una predisposición a seguir dicho programa, tal y como ocurrió con la campaña publicitaria de la serie que nos ocupa.
9. La televisión de calidad es auto referencial. Se pueden realizar alusiones de manera cruzada tanto a la alta cultura como a la cultura popular, pero sobre todo se efectúan a la propia televisión en sí. Si se hiciera una comparativa con todos los productos ofrecidos por el medio televisivo se podría afirmar que la televisión de calidad estaría por encima de toda la programación que se encuentra estigmatizada o encasillada como televisión basura o la típica oferta convencional disponible en televisión. Se hablaría de un estrato superior.
- El claro ejemplo serían las series de la HBO y su eslogan *It's not TV, is HBO*, en la que claramente son conscientes de que lo que ofrecen está por encima de los índices de calidad de otros canales. Igualmente *FlashForward* se dio a conocer como un productor de gran calidad cuyo precedente era una serie de gran éxito a nivel internacional.
10. El tema de la calidad televisiva tiende a la controversia, se puede certificar que la utilización de tópicos controvertidos y subversivos son algunas de las claves de estas series. El aborto, la homosexualidad, el VIH, el racismo, la religión son algunos de los argumentos que nunca dejan indiferente al público, crean un debate de opiniones tal y como analiza Thompson en el caso de las series de la MTM y el tratamiento que le da a algunos temas controvertidos, ya mencionados, que ayudaron a crear, en su momento, un debate social sobre dichos contenidos tan novedosos dentro del mundo televisivo. Un elemento que también define la calidad es la innovación que, en muchos casos, va asociada a la innovación temática de los programas o según Feuer (1984: 56) la 'televisión de calidad es una televisión liberal' asociándola a este sistema político.
- En *FlashForward* se tratan temas controvertidos como pueden ser la conspiranoia

post 11-S, varias veces en la serie se menciona la posibilidad de que el flashforward haya sido creado por grupos terroristas que pretenden atacar a Estados Unidos, primero, y después al resto de la sociedad. La conspiración creada por un enemigo que es desconocido e invisible y que todos buscan para poder juzgar. Incluso se ve como una amenaza de algunos países asiáticos porque el desvanecimiento tuvo lugar mientras ellos estaban durmiendo debido al desfase horario. Aparece Somalia y un entramado de personas que claramente atacan a la sociedad llevando a cabo este experimento, a lo que se le suma la actitud o las decisiones tomadas dentro de las altas esferas político- militares. El uso de la ciencia como amenaza para el sistema mundial o como arma, o la presencia de mercenarios como el grupo militar Jericho.³¹

11. La televisión de calidad tiende al realismo. El realismo se caracteriza por la familiaridad o el tratamiento que se da a algunas situaciones reales de la vida en la ficción que hace que la gente se identifique con ellos y los encuentre auténticos o próximos.

- Pese a ser una serie de ciencia ficción, *FlashForward* cumple con la idea de realismo. En primer lugar se localiza en un punto geográfico concreto y conocido a lo que se le suma que está focalizado en un período temporal cercano a la fecha de emisión por lo que da la sensación de que es posible que ocurra lo que estamos viendo. En todo momento la serie trata de dar explicación a los sucesos de forma científica y fiable, es decir, acude a la razón lógica para demostrarse a sí misma pese a que sabemos que lo que se describe en ella es totalmente ficción. Mantiene por tanto la tendencia al realismo. Las acciones de los personajes, sentimientos, capacidades e incapacidades tienden a ser real pese a la ficcionalidad del tema principal de la serie.

12. Las series que mantienen las once características de la lista detallada más arriba normalmente son reconocidas tanto por el público como por los especialistas del medio y la crítica para los que no pasa indiferente en la entrega de premios. Por lo tanto, un programa de calidad para Thompson es aquel que es reconocido por la crítica, tiene un reconocimiento especial general e incluso llega a obtener premios.

Se debe hacer una valoración sobre los gustos cambiantes de la sociedad y cómo no todas las reglas de Thompson son sinónimo de una televisión de calidad aunque bien es cierto que la HBO cumple casi al completo el modelo planteado por el autor. También hay que destacar que este modelo fue planteado en 1996 y aún sigue manteniendo su vigencia, es más, su mención es obligada para cualquier estudio que se lleve a cabo sobre *quality television*.

31 Nombre tomado de la ciudad cisjordaniana Jericó que fue conquistada por los israelitas tras su esclavitud por Egipto al mando de Josué. La ciudad se convirtió en un claro ejemplo de la lucha entre los israelitas y los habitantes de Canaan que simboliza la destrucción de la perversión y corrupción que representaba estos últimos para la tradición hebrea. En este caso haría mención de la lucha de este grupo de mercenarios por restaurar un nuevo orden.

Para Barbara Maio (2009: 26-27), por ejemplo, la televisión de calidad se rige por las siguientes normas:

1. Ser original. Debe tentar nuevas vías narrativas o lingüísticas.
2. Tener una memoria narrativa o memoria de sí misma. (Cercano al punto 6 expuesto por Thompson).
3. Tener una complejidad textual que se nutra del referente meta textual o autorreferencial. (Cercano a los puntos 6, 8 y 9 expuestos por Thompson).
4. Tener un público activo que no solo sea un espectador sino que participe activamente en la creación del mundo de la serie, ya sea median webs, fans film, convenciones, etc.

Pero la *quality television* no solo hace mención a las series o programas televisivos. Según el estudio llevado a cabo por Pujadas (2001a, 2001b) la calidad televisiva puede ser entendida desde cuatro perspectivas diferentes como son:

- La calidad de la televisión como la calidad del sistema televisivo en el que entraría el conjunto de normas de regulación de las cadenas, las normas sobre la programación, la producción, etc. El apartado político cobra una destacada relevancia dentro de este punto referido a la calidad. En este caso la calidad televisiva sería sinónimo de la televisión como 'base social' o como 'construcción social'. Como afirma Imre (2009: 395) en los Estados Unidos, una buena televisión está normalmente asociada a la televisión de calidad cuando sigue el modelo implantado por la HBO. Sin embargo, en Europa -en este caso remarca la parte occidental del continente- la calidad se ha reservado históricamente a una televisión más educativa asociado al servicio público que deben cumplir algunas cadenas (*broadcasting*).
- La calidad de la televisión como la calidad de programación. Esta calidad no afecta solo a un programa o a un género sino que se entiende de manera más global en relación con la cadena. La diversidad y variedad en la programación se convierten en piezas fundamentales de la parrilla, no solo ofreciendo series de calidad durante todas las franjas horarias se consigue que una televisión o cadena se puede considerar de calidad, se valora el conjunto de la programación.
- La calidad de la televisión como la calidad de las cadenas de televisión. Este punto está inmerso dentro de un discurso heterogéneo que depende de diferentes temas, consideraciones y ámbitos dentro de lo que podemos considerar calidad. En gran medida está unido a que se cumpla el sistema legal y los mandatos específicos que definen la programación, la producción o incluso la organización interna de la cadena. Los directivos y los jefes de producción son partes fundamentales del sistema de evaluación de la

misma. Si bien es cierto que la calidad de la cadena de televisión está directamente vinculada con la calidad de la programación vista en el punto anterior, no es solo ese aspecto es el que certifica la calidad de una cadena. La estructuración interna o el grado de profesionalidad de los trabajadores o del proceso de producción de la programación son también aspectos que señala Pujadas (2001: 256b).

- La calidad de la televisión como la calidad de los programas. Sobre este argumento se centra el tema principal de este artículo y de la mayoría de los estudios llevados a cabo sobre la televisión de calidad. Los programas se evalúan individualmente, de tal forma que se examina desde el punto de vista económico, temático o estético, pero sobre todo en relación con la eficacia y el éxito de sus cuotas de audiencia.

Pujadas (2001a: 3) afirma que el hecho de que haya diferentes puntos de vista acerca de la calidad y diferentes ámbitos de referencia no significa que todos los criterios de evaluación de la calidad sean igualmente válidos dentro de los medios de comunicación existentes en cada sociedad. Hay que tener en cuenta el contexto histórico o los modelos políticos de organización. Al igual que comentaba Thompson (1996) sobre la imposibilidad de valorar el cambiante gusto estético de la sociedad.

Conclusión

FlashForward pasará a la historia de las series norteamericanas por ser un claro ejemplo de una serie que murió de éxito, asfixiada por su propia publicidad que la hacía merecedora de todos los éxitos alcanzados por *Perdidos*, serie con la que se comparaba constantemente. Pero, nada más alejado de la realidad, se quedó bloqueada al emitirse los primeros nueve episodios. La audiencia, principal juez y castigador televisivo, pronto la sentenció a muerte cansada de una trama previsible en la que el juego planteado se tornaba cada vez menos interesante, tal vez por la sobre información que presentaba, recordemos que el final parcial de la serie se mostraba ya en el primer episodio y los guionistas no supieron rellenar de forma contundente el resto de tramas, la fuerza inicial de la serie se iba diluyendo a cada episodio emitido.

Aún así, la serie cuenta con un alto nivel estilístico, una dirección impecable, actores seleccionados de diferentes campos, tanto de la televisión como del cine, pero tal vez fue tanta la expectativa creada que de convertirse en una serie de calidad pasó a ser una serie simplemente mediática y parte de su reconocimiento es el gran fracaso que ha supuesto. Como bien afirma Maio (2009: 22), con respecto a la serie *Perdidos*, lo que interesa a los espectadores no solo es la historia en sí sino la técnica usada en el discurso, la invención narrativa no es original *per se*, sino que es reelaborada y recombinada para aparecer nueva. En *FlashForward*, por el contrario, no se ha conseguido esa reelaboración narrativa que da al espectador la sensación de novedoso sino que se ha convertido en mera repetición de una fórmula antes explotada.

Referencias bibliográficas

- Feuer, J., Kerr, P., Vahimagi, T. (1984). *MTM: Quality Television*. London: British Film Institute Publishing.
- Cascajosa Virino, C.C. (2005). 'Por un drama de calidad en la televisión: la segunda edad dorada de la televisión norteamericana' *Comunicar*, No. 025, Huelva: Grupo Comunicar.
- Cascajosa Virino, C.C. (2006). 'No es televisión, es HBO: La búsqueda de la diferencia como indicador de calidad en los dramas del canal HBO' *Zer*, No. 21.pp 23-33.
- Imre, A. (2009). 'Gender and quality television. A transcultural feminist project'. *Feminist Media Studies*, 9: 4. pp 391-407.
- Jancovich, M. and Lyons, J. (eds.) (2003). *Quality Popular Television: Cult TV, the Industry and Fans*, London: British Film Institute.
- Leverette, M., Ott, B.L., Buckley, C.L. (eds.) (2008). *It's not TV. Watching HBO in the Post-Television Era*, New York: Routledge.
- Maio, B. (2009). *La terza golden age della televisione*, Cantalupo in Sabina, Rieti: Edizioni Sabinae.
- McCabe, J. and Akass, K. (2007). *Quality TV: contemporary American television and beyond*, London: I.B. Tauris & Co Ltd.
- Pujadas Capdevila, E. (2001a). 'Quality television and pragmatism' *Quaderns del CAC*: Issue 13. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Pujadas Capdevilla, E. (2001b). *Els Discursos sobre la 'Televisió de qualitat'. Àmbits temàtics de referència i perspectives d'anàlisi*. (Tesis doctoral). Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Swanso, D.C. (2000). *The story of Viewers for Quality Television: from grassroots to prime time*, Syracuse, New York: Syracuse University Press.
- Taylor, R. (2003). 'Measuring Quality Television, *Federal Communications Law Journal*. 55:3.
- Thompson, R. J. (1996). *Television's second golden age*. New York: Continuum.

The longest day of my life: 24 e la sua conclusione. Cosa succede alla fine di una serie

Marta Martina

24, la serie televisiva prodotta da Fox andata in onda dal 2001 al 2010, può essere identificata come appartenente alla cosiddetta Terza Golden Age televisiva, caratterizzata da alcune peculiari modalità di creazione e fruizione. L'organizzazione della serie che si snoda attraverso una labilità dei confini del testo, un'espansione dell'idea di universo, una delocalizzazione e de-istituzionalizzazione della visione e un'idea di riappropriazione dei contenuti in modalità inedite, suggerisce un ripensamento sul rapporto che il concetto di lunga serialità e il concetto di fine intrattengono tra loro. Creata da Joel Surnow e Robert Cochran, ogni stagione, suddivisa in 24 puntate da 45 minuti l'una, 60' con gli spazi pubblicitari, racconta una serie di eventi, personaggio principale l'agente federale Jack Bauer (Kiefer Sutherland), che si svolgono in un solo giorno (da cui il titolo) con la formula del tempo reale scandita da un orologio digitale che appare sullo schermo quattro volte nel corso di una puntata in corrispondenza del blocco pubblicitario. Come già acquisito, le nuove forme di serialità mettono in scena sempre di più sperimentazione sulle forme narrative e sugli impianti stilistici e la complessa attività di ideazione non si limita ad un solo medium, ma coinvolge tutti i media (per l'*high concept 24*: videogame, *mobisodes*, *webisodes*, film tv) attivando negli spettatori, da quelli più assidui a quelli più occasionali, modalità di appropriazioni che modificano l'esperienza mediale.

In questo scenario, una delle peculiarità dei sistemi seriali può essere dunque riscontrata nella mancanza netta di confini, nello sfumare della nozione di testo a vantaggio di una idea di universo. E il progressivo processo di sfilacciamento e dilatazione che subiscono le zone liminari degli universi seriali, provoca per contrasto una messa in evidenza del significato di fine. Dal momento che i consumatori attivano connessioni tra contenuti differenti, che tipo di lavoro spettatoriale si mette in opera *post-franchise*? L'ipotesi riguarda il riscontro di un proficuo orizzonte post-testuale, in cui si mettono in moto delle inedite abitudini mediali, delle complesse forme-esperienza connesse ai meccanismi di sedimentazione di alcuni tratti nell'orizzonte neo-televisivo. Se 24 ha portato il tempo a non finire mai, il problema che ci si pone riguarda il come finisce. Cosa succede nell'*excipit*? La fine dell'universo seriale? La fine del giorno? La fine di un fenomeno? Probabilmente nessuna delle tre, visto che molteplici fattori hanno portato allo sfrangiarsi dell'unicità del concetto di serie e di visione.

24 all'interno della serialità contemporanea

In parallelo ai cambiamenti che hanno investito la natura del medium tv e ai mutamenti nella modalità di fruizione, si è assistito ad una trasformazione anche nella costituzione delle forme seriali. Esse si sono dimostrate in grado di incorporare al loro interno forme linguistiche e temi che costituiscono il riflesso delle nuove esigenze spettatoriali. In questo panorama di convergenza culturale, l'esperienza di assistere ad uno show televisivo è in realtà veicolo di molti

e più complessi significati. L'espansione del senso dello show oltre i confini tipici dell'episodio settimanale lo trasforma in una costellazione complessa di prodotti (Innocenti e Pescatore, 2008: 32), costituita anche dai suoi *spin-off*, dai fumetti ad essa ispirati, dai film che ne derivano, dai siti internet, dai videogiochi che ne ripropongono ambientazioni e personaggi permettendo al fan di agire in prima persona. In questo modo lo spazio di fruizione del prodotto si allarga a dismisura, coinvolgendo molti altri momenti della giornata dello spettatore, che può così continuare a far parte dell'universo narrativo anche al di fuori dei limiti dell'episodio televisivo (Innocenti e Pescatore, 2008: 33). Questo tipo di espansione dei confini rende ancora più complessa una definizione di una possibile idea di fine univoca e lascia spazio a diverse accezioni del concetto in cui si indagano le relative ricadute e i possibili investimenti spettatoriali. *24*, sin dall'esordio, ha rappresentato uno dei migliori tentativi per ripensare la narrazione seriale, rivalutando la centralità delle forme di concatenazione tra singoli frammenti e rifocalizzando l'attenzione dello spettatore sulla dimensione temporale immersiva (Innocenti e Pescatore, 2008: 36), che nella sua continuità non è più il supporto ad una progressione illimitata né la forma di una ripetizione interminabile, ma la materia di un blocco spazio-temporale denso e compatto.

Cross-Narration e chiusura delle esternità

Il termine *televisuality*, usato da John Caldwell (Caldwell, 1995) come una delle peculiarità del mezzo, dal punto di vista sia economico che strutturale, può essere utile per delineare al meglio l'universo delle serie serializzate. Nel suo studio sui *Soprano*, Martha Nochimson (2003) definisce il termine per indicare: "the aesthetic capability of television. I rather think that televisuality may be discussed in terms of the unprecedented ability of television to produce virtually endless visual, serial narratives, both fictional and non-fictional, and that the hallmark of great television is its ability to probe and extend this capacity".

Un aspetto della *televisuality* che coinvolge la struttura tensiva riguarda la dilatazione narrativa e il modo in cui si organizzano i climax nelle trame; non un unico decisivo climax ma più climax disseminati lungo l'universo seriale che contribuiscono a complicare la struttura già prismatica del testo/universo e ci dicono qualcosa sul modo in cui una serie come *24*, una serie fatta di conclusioni orchestrate su diversi livelli, si rapporta al senso di fine/finale, conferendogli un forte carattere transitorio. Il non perseguimento di un unico punto di scioglimento e risoluzione dei conflitti, porta ad una moltiplicazione dei colpi di scena, dei momenti di svolta e di azzeramento temporanei. Tutto questo è anche dovuto all'ibridazione di genere (Mittel, 2006) da cui nasce la serie (action/spy/drama) e all'apparato iconografico a cui si riferisce, che ci inducono a pensare che la situazione di partenza sia destinata a subire un declassamento totale verso una situazione di rischio permanente. La calma apparente dei primi minuti della prima puntata articola scene in cui il tono domestico deve fare da cassa di risonanza agli eventi disperati che seguiranno. Durante la prima ora del *Day One*, per esempio, Jack e la moglie hanno un breve momento di intimità, subito disturbato dal litigio con la figlia adolescente. Le due donne saranno rapite e la moglie, nel season finale, morirà per mano della talpa. All'inizio del *Day Five*, Jack si nasconde in una fattoria. Ha un altro nome, una pacifica e noiosa vita. L'ottavo giorno della serie inizia con

uno scenario simile a quello della prima stagione, intimo e sereno. Jack è in procinto di partire con sua figlia e la sua nipotina. La stringa narrativa di *24* presenta, dunque, una strategia di costruzione molto forte e tipizzata; alla crisi inaugurale (primo gradino dell'escalation mortale del giorno), si affianca il tentativo di identificare il *villain* (che non è mai del tutto visibile), lo smascheramento della talpa e il cambio di potere (ad un certo punto delle stagioni, la base operativa dell'Unità Antiterrorismo - CTU - viene assorbita da un altro ente governativo – l'NSA o il Ministero della Difesa, vengono effettuati dei cambi al vertice come nel Day 4 o viene totalmente neutralizzata). Nell'ultima stagione, il *Day 8*, com'era già accaduto nella seconda, alla messa fuori gioco del bunker del CTU corrisponde un *reboot* dell'universo. Vero e proprio personaggio della narrazione, questo luogo liquido e intelligente è stato spesso sotto attacco (colpito da gas nervino nel *Day 5* e preso in ostaggio dai Cinesi nel *Day 6*) e il suo attacco corrisponde quasi sempre ad un finale interno. È già all'interno della narrazione, dunque, che si attivano soglie e chiusure, diversi mid-finale, che riazzerano le vicende facendole ripartire. Come sostiene Genette: "Non c'è una distinzione teorica netta. Non si può terminare senza cominciare col continuare, e a forza di prolungare si finisce con il concludere" (1997: 206). Alla continuazione prolettica (che sottostà al meccanismo delle stagioni) si affianca una continuazione ellittica, che colma una lacuna o un'ellissi centrale (*24:The Game*) e una continuazione paralettica, volta a colmare eventuali ellissi laterali (*24:Redemption*, il made-for-tv movie). La struttura stratificata dei finali e dei reboot ci conduce fuori da una logica dell'*hapax* (Genette, 1997: 189) e rende difficoltosa un'unica fine irripetibile: nel *24-verse* non compaiono grandi fratture ma piccoli e molteplici spegnimenti disseminati nell'universo.

High concept serial e mancanza netta di confini

E' un passo obbligato, quello di rendere conto della complessità dell'universo seriale di riferimento per capire che cosa sia coinvolto nel concetto di chiusura. *24* è un prodotto che ha in sé tutte le caratteristiche del cosiddetto high concept (Wyatt, 1994) che si caratterizza per una struttura modulare, che rende possibile la frammentazione del prodotto e la sua riproposizione in differenti contesti ludici o di intrattenimento. Il sistema delle grandi conglomerate che dialogano tra loro per dare una risposta globale ed esauriente ad una domanda di entertainment divenuta matura ed estremamente differenziata, per esempio, ha fornito aggregazioni mirate allo sviluppo del prodotto; come l'accordo con Sony Computer Entertainments, impegnata nello sviluppo del videogioco ispirato alla serie, ovvero *24:The Game*, oppure l'accordo con I-Play e Digital Chocolate, Inc. per i mobile game (rispettivamente I-Play *24:The Mobile Game*, Marzo 2006 e *24:Agent Down* nel dicembre 2006 e Digital Chocolate, Inc. *24:Special Ops* - Ottobre 2008 - *24:Jack Bauer* - febbraio 2010), con Vodafone per i mobisodes (*24:Conspiracy*), con Degree Man (e dunque con la multinazionale Unilever) e Garmin per i *webisodes* (rispettivamente *The Rookie* e *24:Dossier*) e sui siti dedicati per gli online game (*24:Countdown*, *Operation Instinct*, *Operation Hero*). *24* è dunque inteso come un media-franchise in cui dominano diverse logiche produttive, distributive e ricettive, dalla logica del *transmedia storytelling* alla logica dello *spin-off* (visto che sia i mobisodes che i *webisodes* *The Rookie* non confluiscono nella serie madre-matrice), dalla logica dell'impianto ludico alla logica dell'autosufficienza dei prodotti ancillari.

In “The Art of Immersion” Frank Rose (forthcoming) introduce il concetto di deepmedia: “After century of linear storytelling we are witnessing the emergence of a new form of narrative that’s native to the Internet. This is deepmedia: story that are not just entertaining but immersive. (...) stories becoming games, games are becoming stories”.

24 dunque, nella sua costruzione assomiglia ad un universo più che ad un testo, ad un gioco più che ad una storia, organizza esperienze piuttosto che narrazioni e si avvale di un allargamento della visione che coinvolge diversi luoghi contemporaneamente e fa in modo che il processo di fruizione e percezione cominci e finisca fuori dall’universo della serie: (sul sito web, sui blog, sui forum, nei videogiochi, nei fumetti, nei giochi on line e nei film creati a partire dalle serie).

Immersive worlds e mancata univocità del concetto di chiusura

In una generale evoluzione dei media, il *24-verse*, ci parla dalla nostra crescente capacità e disponibilità come consumatori di accettare ed esplorare più media contemporaneamente e in parallelo (Mittel, 2006). Una nuova forma di narrazione che scavalca i limiti di un medium predefinito e che attraversa tutta l’industria mediale, recuperando segmenti di contenuto su altri media, aggiungendo linee narrative che confluiscono nella trama matrice arricchendola, amplificando lo stile narrativo non può essere considerata come un unicum, è difficile indirizzarla verso un unico e irripetibile momento risolutivo. Non solo semplici storie seriali, ma veri e propri universi che si fondono con la realtà. Ventiquattro ore al giorno, tutti possono accedere a queste estensioni attraverso ogni medium disponibile – a casa, in ufficio, al telefono, sui palmari; universi organizzati disseminati su tutti i media per una nostra perlustrazione, e che, talvolta, si trasformano in avventure interattive (il Fan Phone di 24 è uno di questi. I numeri di telefono della serie che corrispondono a numeri attivati dalla produzione poi chiamati dai fan). Assistiamo dunque ad una distruzione del vecchio concetto di narrazione per un tipo di oggetto che è sempre più *ludocinematico* (Dena, 2007), un *entertainment* progettato per essere aperto, multi-strato, provocatorio ed evocativo, più esplorativo di quanto un semplice spettatore possa concepire ed equipaggiato per tollerare i continui abbandoni e le riprese di visione da parte degli spettatori. La storia, una moltiplicazione illimitata dei piani narrativi, delle competenze da acquisire e delle performance da compiere assume i contorni di una struttura ludica, altamente modulare e molecolare che permette di creare veri e propri universi abitabili. 24, nella sua fisionomia di *brand* (un impianto transmediale e pervasivo, che gioca sul lato della spettacolarizzazione), si snoda lungo un panorama complesso: i fan possono creare una prospettiva storica delle azioni (sul *wiki* di 24 si crea una vera e propria enciclopedia), costruire una *timeline* e aiutare a far emergere tutti i particolari più reconditi (la mole di *backstory* di un immersive world è talmente profonda che pochi spettatori riescono a scandagliarla nella sua profondità). Ma è nell’idea di pubblico connesso (Boccia Artieri, 2004) che le miniere di informazioni sull’universo, assumono i toni di una vera e propria enciclopedia navigabile destinata a durare nel tempo, aggiornata anche dopo il *series finale* (a questo proposito la costruzione del *wiki 24*, è una indicazione di precisione in tutte le sue declinazioni). Questi universi seriali che durano ufficialmente degli interi decenni (24 è andato in onda dal 2001 al 2010) hanno audience anche dopo (Jenkins, 2007) e la costruzione

dell'enciclopedia da parte della prima ondata di fan si pone come un lascito agli spettatori futuri, come un volano per future visioni da parte di altri spettatori. I meccanismi di appropriazione e bricolage del contenuto seriale, il *24-verse* inteso come un enorme database (Manovich, 2002), rendono dunque il fandom una componente di primo piano del sistema mediale convergente, in cui si sfruttano i collegamenti e i moduli della serie come fossero delle materie prime, delle *intertextual commodity* (Marshall, 2002) che circolano e contribuiscono alla permanenza di alcuni tratti dell'universo nell'ecosistema seriale.

Regime di post-testualità

Una programmazione che punta a creare una relazione di tipo comunitario, proprio come accade con le comunità virtuali all'interno dei nuovi media, definisce il modello del *medium community* (Innocenti e Pescatore, 2008: 73), dove la relazione tra medium e spettatore è costruita sulla prossimità e sulla continuità che scaturisce dal testo seriale, ma l'organizzazione delle regole e dei tempi di fruizione è autonoma. Il medium mantiene la funzione di costruire il legame, il contatto tra lo spettatore/utente e l'oggetto testuale, ma una volta esaurito tale compito questo contatto è garantito dalla concatenazione seriale che caratterizza questi prodotti e ridefinisce del momento rituale. Il *medium-community*, costruito su un interesse condiviso da un gruppo di utenti, impone pertanto un ripensamento del modello televisivo, legato a un'idea di relazione diretta, coinvolgente e proattiva con lo spettatore che è in gran parte fondata sul passaggio da un'idea di testo chiuso ad un'idea di testualità diffusa. Non abbiamo un oggetto dai contorni definiti, né un testo inserito nel flusso, ma qualcosa che si amplia e si allarga, con contorni sfumati e non facilmente mappabili. Nel nostro caso, *24* diventa un oggetto i cui confini sono difficilmente rintracciabili che assomiglia ad un oggetto rete (Barabási, 2004; Manovich, 2010) soggetto ad espansione e frammentazione continua.

Zone testuali conclusive e tropi

Dal punto di vista della ricezione, la nuova concezione dello spettatore ci conduce ad indagare un'abitudine (Landowski e Fiorin, 2000) di visione che conduce alla costruzione di un universo transeriale indagabile su più media in maniera asincrona, in cui l'*additive comprehension* (Jenkins, 2007) dell'enciclopedia collaborativa wiki e l'analisi della serialità sul web (*diversifyng participation*), ci restituiscono uno sguardo seriale che non si manifesta più come un'evoluzione ordinata e progressiva, ma si dà come un'immagine avanzata, bricolata, asincrona, un'immagine che ci permette di migrare da un medium all'altro (dal monitor allo schermo, per esempio). Il perno dell'interno meccanismo è costruito proprio dall'idea di comunità, che a sua volta presuppone un approccio collaborativo caratterizzato da una moltiplicazione delle possibilità di relazione tra testo e spettatore (Innocenti e Pescatore, 2008:73) che svuota di una buona parte di significato l'idea di fine come conclusione, omologando semplicemente la fine ad una soglia.

E dunque il processo di degradazione dell'oggetto seriale si pone in un nuovo orizzonte di fruizione. In un sistema di diffusione *one-to-many* la terminazione coinciderebbe con la fine, ma in un sistema di diffusione orizzontale, tra pari, partecipativo, reticolare e personalizzato, l'oggetto

seriale, il contenuto seriale diventa un oggetto rete, un processo. Se l'analisi delle produzioni testuali si era, per molto tempo, concentrata su fenomeni di remix, remake e contaminazione dei generi, rendendo intensive quelle dinamiche di ri-formulazione per progressivi e imperfetti slittamenti del senso (Ferraro, Pisanty, Pozzato, 2007), qui inizia a cambiare l'oggetto di analisi. Gli anni zero, segnati dal paradigma dello *user generated content* e del *media sharing*, hanno trasformato il momento dell'appercezione in un atto pragmatico (la creazione di contenuti a lato dell'universo) suggerendo nuovi modelli di consumo (la fruizione di webseries a margine del contenuto istituzionale). Non si analizza più il singolo programma, ma un intero ambiente mediale che integra creazione, pubblicazione, remix, commento di contenuto, funzioni di aggiornamento continuo (Manovich, 2010: 193) e il fattore sempre più importante della socializzazione. Il fulcro dell'analisi diventa la relazione tra le estetiche e le strutture degli oggetti mediali softwarizzati e l'impatto del software sulla nozione stessa di media (Manovich, 2010: 192) e di contenuto. Ed ecco che le pratiche di *vidding* (su YouTube i video omaggio a Jack Bauer e altri protagonisti della serie crescono costantemente anche ad universo spento) e mash-up (la webseries *Contagion* è creata a partire dalle immagini di *24*, *X-Files*, *Blade* e *Twilight* e organizza una nuova storia, in cui i diversi universi finzionali entrano tra loro in contatto generando del nuovo) si pongono come le prime rielaborazioni di "pacchetti" provenienti dall'universo seriale di riferimento e come manipolazioni, sovrapposizioni ed espansioni in un contesto mediale molto più ampio in cui la chiusura non preclude forme di riappropriazione inedite.

I principali pacchetti di senso del *24-verse* entrano in una rete, circolano in Rete e assumono caratteristiche tipiche della rete (Jack Bauer è il tipico personaggio "nodo" che si diffonde in maniera memetica e virale. Non si contano i gruppi su Facebook dedicati all'agente o i gruppi dedicati a tutte le sue migliori battute o gli omaggi che lo trasferiscono in altri universi). Le distinzioni tra i diversi momenti di fruizione della serie (le stagioni, la chiusura) si confondono a favore di un continuum di visione/manipolazione/remix che non fa che alimentare e mantenere in vita la circolazione di alcuni tratti dell'universo seriale. Si assiste dunque allo sviluppo di forme di fruizione legate ad una testualità diffusa fatta di forme di narrazione senza un centro: più che l'esperienza mediale è dunque questa nuova coesione delle audience a garantire la continuità del consumo (Innocenti e Pescatore, 2008: 74), anche a universo spento. È in base alle caratteristiche del consumatore/spettatore e al medium utilizzato per la visione, infatti, che la serie e i suoi prodotti collaterali vengono personalizzati e ritagliati su misura. Per capire però come nelle zone conclusive le due diverse concezioni di testo e universo vengono in contatto, analizziamo velocemente l'allestimento dei diversi series finale. L'assemblaggio dei tropi, il design dei diversi kit di situazioni creano delle diverse esperienze di fruizione e l'allestimento della fine sul versante del testo, ricade sulla fruizione dell'universo.

Finale di stagione – Day 1

Il presidente David Palmer vuole divorziare da sua moglie Sherry. Nina, il grande villain della prima stagione, comunica a Jack che sua figlia Kim è stata uccisa. Jack uccide a sangue freddo Victor Drazen (Dennis Hopper), il mandante degli eventi tragici del giorno. Jack apprende che

PREVIOUSLY ON

Kim è viva e mette in guardia George Mason, il capo del CTU, sul fatto che Nina potrebbe essere la talpa. Mason è scettico ma Jack gli offre delle testimonianze che inchiodano la vecchia amica e amante senza dubbi. Nina viene arrestata, ma pochi minuti prima di essere scoperta uccide Teri Bauer. Il finale di stagione vede Jack in lacrime che stringe a sé il corpo esanime della moglie.

Finale di stagione – Day 2

Jack usa Sherry Palmer per incastrare Peter Kingsley (un uomo d'affari con arsenale privato assunto dal gruppo terroristico Second Wave con il compito di far detonare una bomba nucleare a Los Angeles), dopo la scoperta che la registrazione cruciale per gli eventi accaduti durante il giorno è un falso. Il Presidente David Palmer, che era stato destituito dal suo ruolo e poi trattenuto in custodia, viene rilasciato. Ritornato in carica, Palmer e il suo gabinetto assistono all'incontro di Sherry con Kingsley. Mike Novick, capo dello staff presidenziale, ordina a Ryan Chappelle, capo del CTU, di reintegrare Tony Almeida e Michelle Dessler, agenti federali. Jack manda Sherry all'incontro con Kingsley dove lui viene poi ucciso. Il presidente Palmer è vittima di un tentato omicidio per mano di Mandy (ancora sconosciuta).

Finale di stagione – Day 3

Jack e il suo partner Chase Edmunds devono rintracciare la fiala che potrebbe rilasciare un virus mortale. Chase si sacrifica facendosi amputare un braccio, rimasto incastrato in una trappola. Il presidente Palmer, dopo la morte di Sherry, annuncia che non si ricandiderà alle elezioni. Il finale è sul pianto di Jack, devastato dagli eventi della giornata. Era stato costretto a sparare e uccidere a sangue freddo Ryan Chappelle, il capo del CTU, sotto minaccia dei terroristi (l'episodio 18 si pone come un potente reboot della stagione). Nonostante fosse un personaggio secondario, la morte di Chappelle, sotto ordine del Presidente, è considerata da molti spettatori come il momento più drammatico di 24.

Finale di stagione – Day 4

Jack riesce a intercettare Marwan, il grande villain del Day 4 e fermare il missile diretto su Los Angeles. Charles Logan, il nuovo presidente decide di consegnare Jack ai Cinesi (come conseguenza dell'irruzione nell'ambasciata). La vita di Jack cambia completamente dal momento che Tony, Michelle e Chloe, lo aiutano ad evadere e allestiscono una messa in scena per i Servizi Segreti per impedire che venga consegnato. Tra i vari finali interni abbiamo l'assassinio del Presidente (con esplosione dell'Air Force One in volo), il ricorso da parte dei terroristi all'uso di una EMP (bomba ad impulsi elettromagnetici) che riduce un quartiere intero all'oscurità e innesca scene di guerriglia urbana.

Finale di stagione – Day 5

Mike Novick, Aaron, Martha e Jack cospirano al fine di rapire il Presidente Logan come parte di un piano per estorcere una confessione sulla cospirazione da lui orchestrata nel corso del giorno (che si apre con l'assassinio del Presidente Palmer). Quando il piano di Jack fallisce,

Martha (la First Lady) e Chloe iniziano a progettare un loro piano per incriminare il Presidente. Intanto, il piano di Jack di scomparire di nuovo (all'inizio degli eventi del giorno 5 lui si nasconde in una piccola fattoria sotto falso nome) è compromesso e qualcuno dal suo passato rientra drammaticamente nel quadro. Jack viene rapito e messo un cargo. Destinazione, prigionia cinese (quella che aveva evitato alla fine del Day 4).

Finale di stagione - Day 6

Josh, il nipote di Jack coinvolto negli eventi del giorno, è messo in salvo e Cheng (il funzionario del governo cinese colpevole del rapimento di Jack) è preso in custodia. Chloe, l'analista protagonista di tutte le otto stagioni, scopre che sta per diventare madre. Bill Buchanan, capo del CTU e Karen Hayes, Sicurezza Nazionale, annunciano il pensionamento. Jack Bauer dà un ultimo saluto a Audrey Reines (la donna con cui era sentimentalmente coinvolto). La scena finale lo vede in piedi a guardare l'oceano (dopo quasi due anni di prigionia). I grandi villain del giorno sono il fratello e il padre.

Finale di stagione – Day 7

Il Presidente Allison Taylor, alla luce delle prove schiaccianti contro la figlia Oliva è costretta a scegliere tra la famiglia o l'incarico. Renee Walker, agente FBI, Kim Bauer e Chloe sono in grado di salvare la vita a Jack (esposto ad un prigioniero, ha bisogno di un trapianto di midollo) e arrestare Tony Almeida (il vecchio braccio destro di Jack) prima che uccida Alan Wilson. Con Wilson che si rifiuta di parlare e Jack quasi in agonia, la battaglia si sposta dal campo alle sole accennate sensazioni di Jack e Renee. Tra i vari finali interni e reboot: la Casa Bianca sotto attacco con ostaggi e vittime nello studio ovale.

Finale di stagione/Finale di serie – Day 8

Completamente schiacciata dal peso delle sue recenti azioni, il Presidente Taylor cancella il trattato di pace e si prepara a presentare le dimissioni, promettendo di portare alla luce la cospirazione che ella stessa aveva cercato di nascondere. Charles Logan ingaggia un'unità di mercenari per eliminare definitivamente Jack Bauer, ma quest'ultimo riesce a sfuggire grazie all'ultimo aiuto del Presidente e della sua amica Chloe al CTU. La serie si conclude con Jack ricercato sia dal governo americano che da quello russo e dopo l'ultimo commosso saluto a Chloe O'Brian si prepara a lasciare la nazione.

24, in quanto serie serializzata, ha una struttura ad incastri in cui si notano fenomeni di riutilizzo e di riciclo, di cut-up, di riconsuetualizzazione e di riuso (Bolter e Grusin, 2002). In queste brevi note di trama si possono già rintracciare alcune costanti che, piegate allo sfruttamento in rete, sottopongono il blocco fine dell'universo seriale ad una continua modularità e ripetizione, ad una potenziale ripresa e a meccanismi di mash-up, remixaggio, fan fiction. I finali, secondo quell'idea di televisuality, sono l'ultimo picco di climax dopo numerose dilatazioni del colpo di scena, (*reboot*-talpa-conflitti di potere-attacchi ai luoghi principali) e 24 si caratterizza per un interattivo assemblaggio di situazioni codificate, che lasciano sempre più spazio e sempre più autorità

a una nuova tipologia di fruitore. Se l'incipit è un luogo di apertura del contratto comunicativo (Dusi e Spaziantè, 2006), la connotazione seduttiva della soglia come momento d'uscita, è parimenti un momento di contratto tra l'universo di riferimento e il fruitore, in cui quest'ultimo si prende in carico la possibilità di spostare e gestire le transizioni dell'universo nella logica della rete in cui tutti gli elementi ricorrenti sono possibilità pronte alla manipolazione. Trattendo la stessa caratterizzazione che ha il fruitore nelle soglie, possiamo dire che anche nelle zone d'uscita, negli excipit, lo spettatore è triplice: è uno spettatore di storia, di evento, di finzione. Questi tre tipi di competenze corrispondono a conoscenze di un ordine storico (extradiegetico), conoscenze sul testo televisivo (metadiegetiche) e sulla finzione (diegetiche) (Caprettini, Eugeni (eds), 1988). Il luogo critico della chiusura, dunque, introduce un margine di ambiguità caratterizzato dall'idea di transizione-transazione (Genette, 1997) in cui si crea una specifica valenza persuasiva esercitata attraverso la costruzione dello spettatore di evento. Noël Carroll in *Narrative Closure* (2008), sostiene che molti generi sfidano il concetto di fine e che non tutte le narrazioni hanno delle chiusure men di meno delle chiusure narrative. Le soap, i racconti sulle storie delle nazioni, dalla fondazione al presente, per esempio, sfidano il concetto di chiusura dal momento che la loro struttura si pone come il contrario di una narrazione. Alcune narrazioni, infatti, si fermano o rallentano, piuttosto che concludere e non tutte le chiusure sono dei finali. Se prima, considerando gli oggetti nella loro unità romanzesca, la chiusura richiedeva completezza, oggi la struttura sfrangiata dell'universo non fa corrispondere linearmente gli eventi in ordine temporale e le analisi riguardo la struttura del finale dicono poco del tipo di esperienza implicata (Feuer, 2005) che scavalca il lato narrativo. All'interno delle costruzioni tipiche della fine o vicino ai finali irrisolti, fuori dalle logiche coerenti, David Lavery (2006) parla di 24 come uno show *shark-free*, che ha rivoluzionato il concetto di televisuality sperimentando radicalmente una nuova forma di visione e portando la pratica dello *jump the shark* ad un nuovo livello. Lo *jump the Shark*, espressione che viene da un episodio di *Happy Days* dove Fonzie, letteralmente, salta il predatore marino, si riferisce a quel momento in cui uno show 'inizia a perdere la magia e si incammina verso la tomba televisiva' (Lavery, 2006). 24, però, già nasce con un forte legame con il concetto di chiusura e 'saltando lo squalo' costantemente ha trasformato il salto stesso in un vortice in cui non è più possibile parlare di trame, poichè si farebbe cadere ogni twist nel *jump the shark*. Sono scavalcati i limiti della rappresentazione del tempo e la costruzione dell'inquadratura è affidata ad un montaggio spaziale, stratificato, che sfrutta il meccanismo dello *splitscreen*, della moltiplicazione dei piani visivi e della saturazione delle informazioni attraverso un montaggio spaziale in cui la visione anticipa spesso la narrazione, un *multiscreen* in cui l'informazione circola tra i quadranti, uno spazio saturo che si compone di mappe, localizzatori, onde, rilevazioni, una moltiplicazione degli sguardi (nel finale del *Day 5*, con un *gimmick* visivo e verbale Jack tiene sotto scacco il presidente traditore) che non è sintomo di spaccamento della visione ma che rappresenta l'unica possibilità, data la trattazione in tempo reale, di rendere noi spettatori ubiqui. Il tempo organizza le tensioni narrative (andare contro il tempo), ordina suggestioni visive (si indugia sui contatori, mappe, schermi, satelliti, grafici), pianifica modalità di inquadratura (*splitscreen*). Sarebbe inopportuno e probabilmente poco idoneo, in un'architettura così complessa, pensare che il concetto di fine sia banalmente legato all'esito finale, alle

composizioni narrative ultime, ai più o meno idonei *jump the shark*.

Secondo The Extratextuals, però, un comportamento bizzarro avviene al chiudersi di una serie. Sui thread dei forum, sui gruppi Facebook, sullo stream di Twitter, sulle articolazioni di FriendFeed o ancora meglio nella sintesi dei mash-up sulla piattaforma Tumblr, scorre velocissimo il malcontento. Sul blog dello studioso Jonathan Gray (2010), parlando del finale di *Lost*, si accenna ad un nodo problematico abbastanza importante. Spesso, anche negli spettatori più attivi si genera verso la fine, una tendenza al pessimismo più acuto. Le sue osservazioni sono frutto di una visione ravvicinata del comportamento di diversi fan che racchiudevano i quasi cinque anni di trasmissione in un generico e poco obiettivo “avrei fatto meglio a non perdere tempo con *Lost*”. La gratificazione ultima diventa così una deriva pericolosa in cui alcuni fruitori ripongono tutto il valore spettatoriale tanto da ritenere di poter essere retroattivamente derubati del precedente investimento positivo, disconoscendo tutto il piacere dell’esperienza avuta e mostrando un’ancora poca avvezzata tendenza alla sospensione e al finale aperto. La conclusione non è del tutto influente, ma le ultime puntate non ci rendono l’idea di quello che è stato e la ricerca del *payoff* nell’ultimo episodio non dovrebbe cancellare il piacere del viaggio, in cui l’avventura dello spettatore e l’esplorazione dell’universo si sostituiscono alla volontà di previsione e di divinazione. Anticipare è importante, ma se prevedere diventa l’unico piacere della serie c’è già un fallimento e se nel finale, si cerca la ricompensa del tempo investito, è facile rimanere delusi. Sembra dunque chiaro, in fase terminativa, un doppio movimento. In fase di costruzione si cerca la stratificazione, la mancanza di confini e l’espansione in diversi territori extra-testuali secondo strategie di dilatazione tipiche dell’organizzazione di un universo. In fase di chiusura, si ritorna prepotentemente al testo, cancellando tutte le nuove forme di costruzione, cercando un’unica versione della conclusione, ricorrendo a delle categorie riduttive. Se l’universo seriale esce fuori dai confini del testo (da quell’unità romanzesca che deve coerentemente proporre una fine che riassume tutte le sotto-trame), non ha più bisogno della coerenza e dell’onestà nei confronti del background. Potrà essere contro-intuitivo, ma un finale debole (Granovetter, 1973; Barabási, 2004: 46) in cui niente viene detto e dato per inconfutabile, è quello che serve per la possibile riaccensione del franchise, per la fan fiction, le riattivazioni, i *reboot* in continuità o in timeline differente e per la definizione del testo-rete e del testo-software. Un finale che non soddisfa può comunque sortire una seconda visione, annullando il carico emotivo negativo legato al modo in cui si risolvono le trame. Spesso, lo spettatore che ha avuto una visione attiva e partecipata cade nel tranello di intendere la fine come un tradimento che può retroattivamente cancellare il piacere di visione. È quello che può capitare nei casi in cui alcuni nodi narrativi non siano messi in luce dagli eventi del finale, o ripercorrono alcuni tropi ben conosciuti e canonizzati (*bittersweet ending* nel nostro caso. Jack che si allontana, braccato da tutti). Il finale di *24*, con Jack che si dà alla latitanza può diventare una chiamata alla seconda visione di episodi o segmenti d’universo che sono stati precedentemente amati. Il finale del Day 4, per esempio, molto simile a questo. O anche della prima in cui Jack perde il suo amore più caro.

Proliferazioni post-franchise

Nella rete, forma organizzativa dell'età dell'informazione e presupposto tecnologico per il cambiamento della società (Castells, 2002: 13) assistiamo ad un'evoluzione caratterizzata da alcuni capisaldi: la partecipazione degli utenti, l'uso e trasformazioni dei contenuti dell'universo con la possibilità di manipolazione (*remixability*) e l'immissione di nuovi contenuti (UGC). *24*, come molte altre serie della Terza Golden Age televisiva, è un oggetto rete che non ha confini perché è fatto di relazioni, e la sua terminazione pragmatica non coincide con un'idea di cessazione.

L'oggetto rete, la serie 2.0, diventa tale poiché i suoi stessi fruitori la animano creando legami e nodi che depotenziano la carica luttuosa nell'idea di fine. L'approccio attivo dello spettatore dinamico crea nuovi materiali per la riappropriazione, comprensione e divulgazione di una guida per affrontare l'universo, e il tratto caratteristico della fine sembra dunque essere rappresentato da un'idea di continuità riconquistata nelle forme seriali derivate, che innescano dei meccanismi d'affezione molto forti e contribuiscono a trasformare la visione in culto. Il distacco dal supporto di visione che amplifica le possibilità di rimediazione di questi blocchi in formati rende difficile quantificare la ricaduta fruitiva. Nel *24-verse*, la spazialità è annullata da un tempo istantaneo e si trasforma in uno spazio dei flussi in cui, grazie alla rete, tutto è compresente (Harvey, 2002) e conduce ad una simultaneità di visione. Tramite il riferimento alla cultura del mash-up e alla software culture, in cui il testo software è sottoposto ad una composizione mediale modulare (Manovich, 2010: 143), possiamo parlare d'impossibilità della fine in un'ottica in cui la rielaborazione sistematica supera però i contesti del citazionismo postmoderno inserendosi nelle pratiche di remix e campionamento. I contenuti iniziano ad assomigliare a dei software e mutuano dalla logica del software il concetto di estendibilità permanente (Manovich, 2010: 75). Così come le opere dei musicisti elettronici sono spesso già concepite nella prospettiva di un loro futuro remix, campionamento, smontaggio e modifica da parte di altri (Manovich, 2010: 199), anche l'oggetto rete seriale sia durante la sua vita che dopo la prima chiusura è spesso concepito per usi futuri (manipolazione di opere già esistenti, sistematico ri-arrangiamento di un intero testo, l'inserimento di frammenti da una o più fonti (Manovich, 2010: 199)). Nel nuovo modello un numero molto più alto di produttori pubblica i propri contenuti in una nube mediale globale e gli utenti creano non solo la frequente sovrapposizione tra produttore e consumatore, ma anche la possibilità per gli utenti di decidere quando (*time-shifting*) e dove fruire dei contenuti (*place-shifting*) (Manovich, 2010: 202). Così come un messaggio non arriva mai alla destinazione finale, così un testo-rete non arriva alla sua conclusione, bensì continua a muoversi tra siti, persone e altri dispositivi o interfacce.

Lavoro spettatoriale post-franchise tra culto e chiusura

24 ha proposto una nuova articolazione del linguaggio audiovisivo, sottraendolo ai limiti della visibilità sino a quel momento definiti e conferendo al piccolo schermo, nuovi temi di originale articolazione. Abbiamo visto come la proliferazione di contenuti ancillari chiama in causa la questione della costruzione della centralità dell'universo seriale in cui non si ha un solo luogo di irradiazione e la prospettiva narrativa o testuale risulta insufficiente per dar

conto della complessità. Alla nozione di *medium community*, dunque, abbiamo affiancato il concetto di *media* come interfaccia (Manovich, 2010) che struttura la circolazione, la fruizione e la modifica dei contenuti secondo alcune decisioni locali e distribuite, in base alle esigenze del momento, con confini sfumati e possibilità di crescita. Questi oggetti di un'industria che producono ai margini una rete di testi indipendenti ma interconnessi pronti a essere ripresi nel loro lato virale, riaccendono una duratività che sta nel processo, fatta di anamorfosi e lavoro sulle soglie: si possono infatti aggiungere strati all'universo così come si aggiungono link e nodi alla rete Internet (Barabási, 2004:160). Il moltiplicarsi di piani narrativi (plot che risolvono lungo 2/3 stagioni) e le innovazioni stilistiche, divenute vere e proprie "marche" di riconoscimento si propagano in maniera extratestuale sotto l'egida della riappropriazione e del mash-up. A questo proposito, il modello di costruzione tipico della piattaforma Tumblr (immagini animate, sovrapposizione, doppiaggi, subbing alternativi) risulta un buon osservatorio per cogliere i momenti i cui alcuni blocchi della serie vengono riattivati per generare particolari culti. Con un piglio memetico e tropico, tutto viene remixato, e quella che era una serie conclusa, non deve attendere l'annuncio di un *reboot*, di un film, di espansioni "proprietarie", ma si riattiva già in momenti di memetismo. Gli esiti del meccanismo di riuso dopo la fine della serie, iconizzano la memoria seriale aggiungendo possibilità e la fine della messa in onda (istituzionale) non basta a far collassare un interno universo mediale, stratificato e complesso (abbiamo di proposito elencato le diverse estensioni per capire meglio che cosa c'è in una galassia seriale e abbiamo esposto il caso della webseries *Contagion* in cui si manipolano tratti di universi ibernati ma comunque funzionanti). Riattivandosi in alcune sacche di fruitori che non hanno esperito il testo durante la programmazione normale, alcune cellule di contenuto si riversano nei circuiti della rete che provvede ad una ritenzione e propagazione virale della memoria. Le memorie medialità e seriali, a differenza delle memorie spesso disindividualizzate e collettive che hanno bisogno di date precise (le giornate della memoria), sono affidate alle interfacce medialità e provvedono in automatico ad una continua autogenerificazione. Il processo di rimediazione del materiale seriale, dunque, lavora per condensazione e sovrapposizione e la ricorsività di alcuni elementi staminali rende la serie conclusa comunque produttiva, ma nell'ambito del culto.

Nell'asestamento di un culto, il grande movimento di sedimentazione riguarda solo la sua valenza di *brand* dell'*entertainment*. Il tema *24* inteso come brand possiede la capacità di reboot e riaccensione dell'*high concept*, aleggia e poi pulviscolare si sedimenta in altri universi fino ad essere poi riaccesso (Anders, 2010). Il brand *24* funziona a questo livello, con il suo trillo del telefono che ossessiona i fan più fidelizzati e il ticchettio finale di ogni episodio (o per negazione, il "silent clock" che suggella il momento della morte di alcuni protagonisti). Oltre a Tumblr, la cui costruzione basata sul mash-up è tipica di una sorta di proliferazione post-franchise, di una rinnovata idea di fine come geminatrice di inizi, c'è da considerare nel complesso l'importanza della stratificazione che i contenuti seriali assumono nello slang comune, nel modo di pensare comune. Secondo Urban Dictionary, per esempio, il cognome di Jack diventa un verbo ('To seriously wreck someone's flow, especially in the style of Jack Bauer'), un aggettivo ('Strenuous activity including stopping numerous bombs and potential fatal viruses. "Oh jeez mate, I had a

Bauer of a day!”) e persino una vera e propria religione (Bauerism).

Abbiamo dunque visto come un rapporto complesso e problematico leghi l'idea di fine a quella di fruizione. La polisemanticità del concetto di fine (dal latino finis: confine, limite, compimento, meta, scopo finale, intento e mira) si divarica in due significati fondamentali di cessazione, chiusura, rovina e di risultato, riuscita e scopo. Quello che si è cercato di affrontare in questa particolare analisi, è che il concetto di fine di e nel mondo seriale equivale per di più ad uno spegnimento temporaneo, ad una sorta di ibernazione tematica. Una prima analisi della serialità e dei suoi modelli di terminazione, ci ha condotto ancora di più nelle zone di riproducibilità, scaricabilità, scalabilità, dove l'immagine seriale non si identifica più con un solo medium, ma si evolve all'interno di uno spazio mediale composito e partecipativo. Abbiamo visto brevemente come sia in atto un ripensamento generale del concetto di universo seriale che chiama in causa il concetto di testo software e la sua continua estensibilità e il concetto di serie come network, che essendo non-lineare e non avendo un unico centro è suscettibile di diversi significati di fine. La violazione triplice del formato/dell'istituzione/del supporto, libera il contenuto dalla sua scatola mediale di riferimento e la fine della programmazione innesca la creazione di contenuti originali rendendo una serie rete come 24, in questo universo manipolabile e customizzato, un'interfaccia osmotica tra l'interno e l'esterno (Lovink, 2005) in cui alcune salienze forti sono legate a doppio filo con l'intramontabile e svuotano di senso l'idea di unica fine.

Bibliografia

- Anderson, C. (2010) *La coda lunga. Da un mercato di massa ad una massa di mercati*, Torino: Codice Edizioni
- Barabási, A.L. (2004) *Link. La scienza delle reti*, Torino: Einaudi
- Boccia Artieri, G. (2004) *Media - Mondo. Forme e linguaggi dell'esperienza contemporanea*, Roma: Meltemi
- Bolter, J.D. e Grusin, R. (2002) *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Milano: Guerini associati
- Castells, M. (2002) *Galassia Internet*, Milano: Feltrinelli
- Caldwell, J.T. (1995) *Televisuality: Style, Crisis and Authority in American Television*, New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press
- Caprettini, G.P. e Eugeni R. (Eds) (1993), *Il linguaggio degli inizi*, Torino: Il Segnalibro
- Cavallo, M. e Spadoni, F. (2010) *I social network. Come internet cambia la comunicazione*, Milano: Franco Angeli.
- Doyle, G. (2008) *Introduzione all'economia dei media*, Milano: Hoepli.
- Dusi, N. e Spaziante, L. (2006) *Remix-remake. Pratiche di replicabilità*, Roma: Meltemi
- Ferraro, G. *Plsanty*,
- V. Pozzato, M.P. (2007) *Variazioni semiotiche, Analisi interpretazioni metodi a confronto*, Roma: Carocci
- Genette, G. (1997) *Palinsesti*, Torino: Einaudi

- Gladwell, M. (2009) *Il punto critico. I grandi effetti dei piccoli cambiamenti*, Milano: Bur
- Granovetter, M. (1998) *La forza dei legami deboli*, Napoli: Liguori
- Hesmondhalgh, D. (2008) *Le industrie culturali*, Milano: Egea
- Hills, M. (2002) *Fan Cultures. Studies in Culture and Communication*, London: Routledge
- Innocenti, V. e Pescatore, G. (Eds) (2008) *Le nuove forme della serialità televisiva*, Bologna: Archetipo
- Jenkins, H. (2007) *Cultura convergente*, Milano: Apogeo
- Landowski, E. e FIORIN, L. (2000) *Gusti e disgusti. Sociosemiotica del quotidiano*, Torino: Testo&Immagine
- Lovink, G. (2005) *The Principle of Notworking*, Amsterdam: Amsterdam University Press
- Marshall, P. D. (2002) *The New Intertextual Commodity in Harries, D. (eds) The New Media Book*, London: British Film Institute Publishing
- Manovich, L. (2002) *Il linguaggio dei nuovi media*, Milano: Olivares
- Manovich, L. (2010) *Software Culture*, Milano: Olivares
- Re, V. (2003) 'L'ingresso, l'effrazione. Proposte per lo studio d'inizi e fini' in Innocenti, V. e Re, V. (Eds) *Limina/Le soglie del film, Atti del X Convegno Internazionale di Studi sul cinema*, Udine: Forum p.110
- Rose, F. (Forthcoming) *The art of immersion. How the Digital Generation Is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories*, Norton, W. W. & Company, Inc.
- Shirky, C. (2009) *Uno per uno, tutti per tutti. Il potere di organizzare senza organizzare*, Torino: Codice Edizioni
- Wyatt, J. (1994), *High Concept. Movies and Marketing in Hollywood*, Austin: University of Texas Press

Articoli

- Anders, C.J. (2010) 'Into The Void' in Hilobrow, 20.07.10
(Data di consultazione 27.10.10) <http://hilobrow.com/2010/07/20/into-the-void-4/>
- Carroll, N. (2008) 'Narrative Closure in Cinema', *Routledge Companion to the Philosophy of Film*, Paisley Livingston and Carl Plantinga, (London: Routledge), (Data di consultazione: 12.10.2010)
- Carroll, N. (2007) 'Narrative Closure', *Philosophical Studies*, vol. 4, no. 11, p.1-15 (Data di consultazione:12.10.2010)
<http://philpapers.org/s/No%C3%ABl%20Carroll>
- Dena, C. (2007) 'Clash of literacies: Making a Ludocinematic Future' in *Cross-media entertainment*, 29.05.07 (Data di consultazione 25.10.10)
<http://www.christydena.com/2007/05/clash-of-the-literacies-making-a-ludocinematic-future/>
- Dusi, N. (2005) 'La variante interna. Modularità e ripetizione nell'epitesto televisivo. Intelligibilità testuale del frammento' in *E/C* (Data di consultazione 26.10.10)
- Feuer, J. (2005) 'Discovering the Art of Television's Endings' in *FlowTv*, 24.05.05 (Data di consultazione 25.10.10)

<http://flowtv.org/2005/06/mash-desperate-housewives-er-huff-judging-amy-mary-tyler-moore-genre-televisuality-season-finale/>

- Gray, J. e Mittel, J. (2007) 'Speculation on Spoilers: Lost Fandom, Narrative Consumption and Rethinking Textuality' in *Partecipazione*, vol. 4, no. 1, May
- Gray, J. (2010) 'I Better Not Have Wasted All This Time on Lost' in *The Extratextuals*, 5.05.10 (Data di consultazione 24.10.10)
<http://www.extratextual.tv/2010/05/%E2%80%9Ci-better-not-have-wasted-all-this-time-on-lost%E2%80%9D/>
- Groves, T. (2004) 'Night Surfing: On Telephilia' in *Senses of Cinema*, Gennaio 2004 (Data di consultazione 15.10.10)
<http://archive.sensesofcinema.com/contents/04/30/telephilia.html>
- Mittel, J. (2006), 'Narrative Complexities in Contemporary American Television', *The Velvet Light Trap*, 58, Fall 2006, 29-40
- Jenkins, H. (2007) 'Immersive Story World (Part Two)' in *Confession of Aca-Fan* (data di consultazione 16.10.10)
http://www.henryjenkins.org/2007/05/immersive_story_worlds_part_tw.html
- Nochimson, M. (2003) 'Tony's Options: The Sopranos and the Televisuality of the Gangster Genre', in *Senses of Cinema*, Settembre 2003 (Data di consultazione 25.10.10)
http://archive.sensesofcinema.com/contents/03/29/sopranos_televisuality.html
- Lavery, D. (2006) '24: Jumping the Shark Every Minute' in *FlowTv*, 8.09.06 (Data di consultazione 27.10.10) <http://flowtv.org/2006/09/24-jumping-the-shark-every-minute/>
- Nissel, M. (2010) 'The Ever-Ticking Bomb: Examining 24's Promotion of Torture against the Background of 9/11' in *Aspeers. Emerging Voices in American Studies* n.3, 2010 (Data di consultazione 28.10.10) <http://www.aspeers.com/2010/nissel>

La ciudad es la protagonista. Construcción de la imagen de Baltimore y Nueva Orleans en *The Wire* y *Treme*

Pedro José García García

“Lo único que diferencia la realidad de la ficción es que la ficción debe ser coherente”
Truman Capote.

Identidad y lugar en la *quality television*

Una de las preocupaciones del cine contemporáneo es la de explorar a fondo los recovecos de ciertos lugares geográficos, en especial las grandes ciudades, emblemas y símbolos de nuestro tiempo. Son muchos los realizadores que han desarrollado una carrera vinculada a una ciudad –por regla general, la ciudad de procedencia-, a lo largo de la historia del cine. Utilizando sus relatos, ya sea para elaborar un homenaje o una denuncia, tratan de hacer llegar al resto del mundo la situación de estos lugares. La Roma de Federico Fellini, el Berlín de Wim Wenders, el Manhattan de Woody Allen, el Brooklyn de Spike Lee o el Baltimore de John Waters son algunos de los ejemplos más paradigmáticos. Si bien a partir de finales del siglo XX, el cine europeo y asiático da la bienvenida a una multiplicidad de puntos de vista que amplía el corpus cinematográfico dedicado a las grandes ciudades del mundo: Hong Kong y otras ciudades chinas (Wong Kar-Wai, Jia Zhang Ke), Estambul (Nuri Bilge Ceylan, Fatih Akin), Seúl (Park Chan-Wook), París (Cristophe Honoré). A medio camino entre el lenguaje poético y la denuncia social, nos adentramos en las calles de muchas ciudades inexploradas y actualizamos la imagen de otras con mayor presencia en la historia del cine.

En la televisión, a pesar de las oportunidades narrativas que brinda el formato seriado, no se ha dedicado tanta atención a la situación real de las grandes urbes mundiales. En el caso de la ficción norteamericana, es posible hablar de series urbanas, siendo probablemente la ciudad de Nueva York la más representada en los relatos seriados. La experimentación narrativa que implantan las series de televisión estadounidenses en los años ochenta se consolida en la década posterior, tendiendo a una complejidad cada vez mayor que promueve el desarrollo de personajes y situaciones de manera más profunda. Es una de las características de la *quality television*, que gracias a esta búsqueda de nuevas vías narrativas y lingüísticas, la autoconsciencia y la complejidad textual, ofrece productos altamente híbridos e intrincados (Maio, 2009:26-27). A pesar de esto, la imagen que las series de televisión proyectan de las grandes ciudades norteamericanas no responde, por lo general, al mismo esquema narrativo que se usa para desarrollar a los personajes en la *quality television*. A pesar de que en muchos casos es posible hablar de ciudades como personajes, en la mayoría de ocasiones esto será resultado de una constante referencialidad y un elogio exaltado por parte de los protagonistas, más que de un verdadero tratamiento narrativo de la ciudad.

En la postelevisión (Imbert, 2008), el foco de atención de las series se ha desplazado desde Nueva York y Los Ángeles hacia grandes ciudades menos presentes en televisión, como Miami o Seattle. Las aproximaciones a las ciudades son tan dispares como el número de series en antena. *Anatomía de Grey* (*Grey's Anatomy*, ABC, 2004-) utiliza el tempestuoso clima de Seattle como metáfora de las vidas sentimentales de sus protagonistas, pero no hay voluntad de retrato de la ciudad más allá de esto. En *Dexter* (Showtime, 2005-), Miami ofrece una ambientación idónea para la truculenta y opresora historia de crímenes en serie, a la vez que permite plasmar una de las realidades demográficas más importantes del país y menos representadas en televisión, la población latina. Y las series neoyorquinas, como las *sitcoms* de NBC en los noventa, así como *Sexo en Nueva York* (*Sex and the City*, HBO, 1998-2003) o *Gossip Girl* (The CW, 2007-) convierten sus relatos en declaraciones de amor incondicional, de nuevo, sin intención de hablar realmente de la ciudad y sus problemas.

Solo un productor de televisión ha logrado llevar a cabo un completo retrato sobre una ciudad para una serie de televisión. El fresco urbano de la ciudad norteamericana de Baltimore (Maryland) realizado por David Simon a lo largo de las cinco temporadas de *The Wire - Bajo escucha* (*The Wire*, HBO, 2002-2008) supone la aproximación más completa al estudio de una gran ciudad en la ficción televisiva. Simon se convierte así en el mayor embajador de Baltimore en la televisión, ofreciendo un enfoque alejado de la visión *trash* de la ciudad que el director John Waters ha ofrecido hasta ahora en el cine. Adentrándose en prácticamente todos los ámbitos de la ciudad –institucional, político, burocrático, sistema educativo, medios de comunicación-, Simon, con ayuda del co-productor Ed Burns, elabora un exhaustivo relato por capas que tiene como hilo conductor la constante lucha contra el crimen en la ciudad, así como la batalla contra los estereotipos asumidos y la resignación ante un sistema que no funciona. Esto no habría sido posible de no ser por la confianza depositada en Simon y Burns por parte de la cadena de pago HBO, principal estandarte de la televisión de calidad en el siglo XXI, y pionera en adentrarse en terrenos no explorados por las cadenas generalistas. Por esta razón, *The Wire* no habría sido posible en otra cadena.

The Wire evidencia un profundo y privilegiado conocimiento de la ciudad de Baltimore por parte de su creador y su co-productor, lo que adquiere sentido cuando comprobamos que David Simon trabajó como periodista en el diario *The Baltimore Sun*, además de seguir de cerca las operaciones policiales en la ciudad para escribir su libro *Homicide: A Year on the Killing Streets*, a la vez que Ed Burns ejerció como agente de policía en la misma ciudad y posteriormente como profesor en un colegio público. La carrera de ambos es clave para aproximarnos al realismo de *The Wire* como principal herramienta para una completa construcción de la imagen del lugar.

A pesar del carácter esencialmente territorial de la serie, Simon y Burns logran que el relato sea extrapolable a cualquier gran ciudad, denunciando de esta manera los graves defectos de un sistema que en lugar de aportar soluciones al crimen y los problemas sociales, entorpece los verdaderos intentos de progreso y recuperación con caprichosas leyes y absurdas burocracias. Sin embargo, y como demostrará el posterior trabajo de Simon para HBO, *Treme* (2010-), existe

un interés por parte del autor en la lucha por las ciudades más castigadas e ignoradas por las instituciones y por el resto del territorio norteamericano. En Estados Unidos, múltiples realidades sociales tienen cabida, sin que esto suponga que las diferentes visiones ofrecidas por la ficción televisiva sean contradictorias. Simon ofrece, tanto con *The Wire* como con *Treme*, visiones universales a través de casos muy concretos y minuciosamente deconstruidos.

Tanto Baltimore como Nueva Orleans son lugares físicos, concepto que Imbert (2009:83) explica como el espacio geográfico marcador de una identidad definida e irreversible, y que se opone a los neo-lugares y los no-lugares propios de la neotelevisión. La ciudad es un símbolo del cambio en la ficción televisiva norteamericana, que apuesta cada vez más por las series rodadas en localizaciones que se corresponden con el lugar relatado, en lugar de falsear o recurrir a grandes estudios. *The Wire* es quizás una de las series pioneras en esta visibilización televisiva de las calles de la ciudad y su integración total en los discursos ficcionales, como elemento indispensable para la forja de identidad de un país, así como para la búsqueda de identificación por parte del espectador norteamericano. Como decíamos, se detecta en la ficción televisiva estadounidense del siglo XXI una clara voluntad por mostrar las múltiples realidades de un país lastrado por la visión unificada y estereotipada que proyectan los productos ficcionales considerados *mainstream* en el resto del mundo. Como veremos a continuación, el formato seriado brinda las herramientas idóneas para la construcción de la imagen de una ciudad, algo de lo que David Simon saca el máximo provecho.

Deconstrucción de Baltimore en *The Wire*

The Wire es una serie de dualidades y contrastes. A pesar de la premisa evidentemente pesimista, Simon expone los problemas de la ciudad de Baltimore desde varias perspectivas, dejando entrever una remota posibilidad de cambio en la ciudad. Sin embargo, no podemos llegar a esta conclusión hasta bien entrados en el extenso relato de la serie, dividido en cinco grandes capítulos que se corresponden con cada una de las temporadas. A lo largo de los sesenta episodios de la serie, Simon desarrolla un relato unificado —a pesar de su extensión y densidad— que contrasta con el resto de productos seriados de género policíaco, altamente episódicos y en su mayoría procedimentales. El productor propone una historia sin mayor artificio que el de la realidad más cruda, desprovista de las restricciones propias de las *networks*. La dualidad interna de *The Wire* se corresponde con el estilo del autor, que según Barbara Maio (2009:141) tiene dos vertientes: por una parte se apoya en los tratados estéticos de las series policíacas más clásicas, en especial cuando nos muestra interiores, y por otra, añade un dinamismo cercano al documental en las persecuciones y los arrestos en las calles de Baltimore. *The Wire* es una serie estática y dinámica a partes iguales, contraste necesario para alcanzar las dosis de realismo deseadas: en los despachos las conversaciones se extienden sin cortes que dejen fuera lo más banal, y en las calles asistimos a menudo a operaciones policiales que podríamos ver en los informativos. Son dos técnicas diferentes empleadas con el mismo propósito: ofrecernos la visión más realista del tiempo y la acción que hemos visto hasta ahora en la ficción televisiva norteamericana.

Como adelantábamos, los elementos narrativos a disposición de los productores y guionistas de la serie son explotados al máximo para deconstruir la ciudad de Baltimore por capas bien diferenciadas que acaban convergiendo en un único discurso. No importa tanto la fidelidad de la audiencia como la coherencia narrativa –que en este caso es la coherencia mundana y caótica de la realidad. Estamos sin duda ante un producto que requiere un compromiso por parte del espectador considerablemente mayor al que demanda la mayoría de ficción televisiva. Esto es lo que ha permitido a muchos autores hablar de *The Wire* como una gran novela americana. Esta teoría alcanza su máxima expresión si nos detenemos en los hábitos de consumo de series en el siglo XXI, con el auge del DVD y de las descargas en Internet como agentes de cambio: “Las grandes series de hoy solo funcionan –novelísticamente hablando- cuando el espectador/lector dispone, por lo menos, de una temporada completa y puede administrar tiempos e intensidades como si se tratase de un libro” (Fresán, 2010:77). Por tanto, la naturaleza serial de la televisión permite a Simon realizar un dilatado producto de periodicidad semanal que, una vez concluido, se revela idóneo para una ‘lectura’ completa en un periodo de tiempo menor.

Y realizando este ejercicio de compromiso y paciencia, podemos obtener una visión menos contaminada y más completa de la ciudad de Baltimore según Simon la dispone a través de sus habitantes. Diseccionar Baltimore es sin duda deconstruir el relato de *The Wire* y desglosar sus partes. Con tan solo observar los títulos de crédito de cada temporada, es posible trazar un esquema que ponga de manifiesto la progresividad y las convergencias de la historia: La primera temporada se centra exclusivamente en la lucha policial contra las drogas y el crimen asociado a ellas en las zonas más castigadas de la ciudad –principal hilo conductor de la historia. La segunda temporada se acerca a los puertos de Baltimore y añade la prostitución, la trata de blancas, el paro o la inmigración ilegal a su currículum criminal y de precariedad social. De la misma manera, se amplía el abanico étnico y la demografía de la ciudad, después de que la primera temporada de la serie hubiese visibilizado a la negra como única raza no caucásica –a pesar de esto, se sigue vinculando a las ‘otras’ razas con actividades delictivas. En la tercera regresamos a los *projects*, mientras la presencia del centro de la ciudad es cada vez mayor, lo que resulta en una cuarta temporada centrada en los entresijos políticos de Baltimore y su sistema educativo. Por último, la quinta temporada incorpora la variable de los medios de comunicación –esencial para analizar la imagen difundida de la ciudad, centrada exclusivamente en los aspectos negativos-, alcanzando así una conclusión en la que confluyen en una perfecta armonía narrativa todos los problemas anteriormente explorados.

Según un estudio de Antonia Montes Fernández (2007), los estereotipos se basan en convicciones que construimos culturalmente acerca de lugares y personas pertenecientes a otras culturas. Estas estereotipias suelen ser utilizadas “para reducir la realidad a modelos sencillos basados en pocas características que ayudan así a entender la complejidad social. Se trata de una categorización simplificada de la realidad” (2007:166). Simon recurre a los estereotipos para realizar su retrato de Baltimore, y no solo los utiliza para construir la imagen modélica de una gran ciudad, sino que los sitúa como uno de los principales elementos de su discurso, insertándolos de dos maneras: los estereotipos como forjadores de identidad y como

PREVIOUSLY ON

conflicto central y raíz de los problemas de la ciudad y sus habitantes. A lo largo de las cinco temporadas de *The Wire*, observamos cómo los estereotipos étnicos, sociales y políticos de la ciudad marcan el devenir de las tramas y el destino de los personajes. Desde el comienzo de la serie, se identifica este problema como una de las lacras de la ciudad, y a través de la propia visión de los personajes acerca de ella, podemos extraer varias conclusiones. Para ello, hemos llevado a cabo un análisis cuantitativo, calculando el porcentaje de alusiones con connotación negativa, positiva, irónica y neutral a la ciudad de Baltimore, dando como resultado el siguiente cuadro:

Temporada	Negativo	Positivo	Irónico	Neutral	TOTAL
Primera	42,3%	0%	11,53%	50%	26
Segunda	6,12%	6,12%	10,2%	83,67%	49
Tercera	21,73%	6,52%	2,17%	71,73%	46
Cuarta	8,45%	0%	0%	91,54%	71
Quinta	5,63%	0%	0%	94,36%	71

Observando el cuadro, en primer lugar, debemos señalar cómo los porcentajes mayores son los correspondientes a las referencias neutrales a la ciudad –las que no indican ningún tipo de valoración directa-, que aumentan considerablemente en las dos últimas temporadas. En ellas, los mítines políticos y las ruedas de prensa ocupan una importante fracción de los episodios. Sin embargo, es significativo que, en muchas ocasiones, estas menciones a Baltimore conlleven un sentido negativo implícito o por oposición a sustantivos de connotación negativa –“trying to make a better Baltimore” o “crime in Baltimore”. Incluso expresiones que no aluden a la ciudad y que se repiten frecuentemente pueden relacionarse directamente con la visión de Baltimore que ofrece la serie –“lost cause”, “comes with the territory”. Asimismo, podemos comprobar cómo las alusiones a la ciudad de Baltimore con connotaciones positivas son casi inexistentes. Esto confirma la intención de Simon de ofrecer al espectador una visión pesimista de la ciudad, así como de mostrar la resignación por parte de todos los personajes –ya sean delincuentes o policías- ante una situación de la que consideran imposible salir.

Es destacable también el hecho de que la primera temporada contenga el mayor porcentaje de referencias negativas a la ciudad, con amplia diferencia con respecto a las otras cuatro –también es la temporada con mayor número de alusiones en tono irónico, que en su mayoría complementan la connotación negativa. Esto pone de manifiesto el carácter introductorio de los primeros episodios, estableciendo con claridad la premisa de la historia. Tras este bloque inicial de trece episodios, la siguiente temporada ofrece una visión ligeramente más positiva de la ciudad a través de los diálogos –no tanto a través de los acontecimientos que narra. Prácticamente la totalidad de las referencias positivas a Baltimore provienen del mismo personaje, Frank Sobotka, trabajador de los puertos de Baltimore y uno de los pocos personajes que dejan entrever una suerte de orgullo local, vinculado a su trabajo. Este apego a la tierra natal sale a la luz en contadas ocasiones a lo largo de la serie. De una parte, los negros que viven en los barrios marginales y que en su mayoría no han salido de la ciudad se refieren a Baltimore como la única realidad para ellos, lo que conlleva un territorialismo que en ocasiones se confunde con orgullo. En el episodio “Know Your Place” (4.09), vemos cómo los niños de los barrios marginales crecen

aislados del mundo exterior, conociendo única y exclusivamente las esquinas de Baltimore. Es significativo que estos niños deban construir en clase varias maquetas de iconos mundiales como la Torre Eiffel o el Big Ben, símbolos de lo inalcanzable.

Desde el punto de vista de los narcotraficantes y criminales, Baltimore les pertenece y que ocupen y alteren las calles a su antojo lo demuestra –cambian las señales de tráfico para llevar a cabo sus operaciones ilegales, sembrando el caos policial. Por otra parte, el ya mencionado Frank Sobotka ejerce de portavoz de la comunidad obrera de los puertos, que al igual que los negros de los *projects* no conoce otra realidad, lo que les hace desarrollar un sentido de pertenencia, e incluso deuda, al lugar: “Great view. Harbor, I mean. It’s fucking picturesque, it’s what it is. [...] Good anchorage, good cranes, good railroads, close to I-95. Lot of people ready to work, right? That’s my fucking town” (Frank Sobotka, “Hard Cases”, 2.04). Por último, esta leve celebración de la comunidad tiene su equivalente en el ámbito policial y puede comprobarse en las escasas reuniones de carácter no laboral que podemos ver en la serie, siempre para homenajear a un colega fallecido. Tanto en los bares de trabajadores del puerto como en los frecuentados por los policías oímos varias veces la canción “The Body of an American” símbolo de este dañado orgullo nacionalista que tan pocas veces se deja ver en la serie. En la primera escena del piloto, Jimmy McNulty interroga al testigo de un asesinato vinculado al tráfico de drogas. Este cuenta al policía cómo dejaban marchar impune a un niño que solía llevarse el dinero después de cada transacción. McNulty pregunta la razón, y obtiene como respuesta un contundente y significativo: “This America, man”. Esta declaración de intenciones por parte de Simon nos informa del carácter extrapolable del relato en el que estamos a punto de sumergirnos, de lo abstracto a lo concreto. *The Wire* habla de Baltimore todo el tiempo, sin dejar de hablar de Norteamérica en ningún momento.

Los estereotipos que conforman la imagen de Baltimore son contrapesados por aquella dualidad de la que hablábamos al comienzo de este estudio. Los tópicos más utilizados por Simon son los que oponen a criminales y policías, pero en ningún caso se recurre a la simplificación modélica, sino que se desafía la propia naturaleza del estereotipo añadiendo el mayor número de dimensiones posibles al problema. No se trata de una simple inversión de lugares comunes, sino que se plantean cuestiones morales –muchas de ellas sin conclusión o respuesta alguna- tan contradictorias y paradójicas como la propia realidad. Una de las cuestiones centrales en lo que respecta a los estereotipos es el vínculo cultural que se establece por lo general en referencia a la raza negra en las zonas marginales de las grandes ciudades. Este estereotipo –anclado en la realidad, como pretende denunciar *The Wire*- encierra una idea clave para entender la situación de la ciudad de Baltimore: los negros de los *projects* perpetúan los estereotipos sobre su propia raza y estatus social, asumiéndolos previamente como realidades ineludibles. Esto resulta en un aislamiento y una invisibilidad de los barrios marginales con respecto al centro, y de la ciudad con respecto al resto del país, que *The Wire* refleja con minucioso detallismo en sus situaciones y diálogos, como el que tiene lugar entre Chris Partlow y Snoop sobre la ignorancia de Baltimore por parte de una ciudad próxima como Nueva York, en el episodio “Corner Boys” (4.08) –al que regresaremos más adelante- o esta intervención de Jimmy McNulty: “The only way any of these

guys [Bush and Kerry] is even gonna find West Baltimore is if, I dunno, Air Force One crash-lands into Monroe Street on its way back to Andrews. It just never connects” (“Slapstick”, 3.09). Este aislamiento puede responder en parte al deseo de la nación norteamericana de preservar una mitología que cimiente la identidad nacional, como sugiere el propio Simon (2010). Para que eso sea posible, se recurre a menudo a la mentira: “In Baltimore, as in so many cities, it is no longer possible to describe this as myth. It is no longer possible even to remain polite on the subject. It is, in a word, a lie” (2010:5).

La mayoría de criminales y ‘chicos de las esquinas’ que aparecen en *The Wire* no han tenido el privilegio de escoger entre más de una opción. Esta es una de las principales ideas que subyacen del pesimista discurso de la serie: la práctica imposibilidad del cambio ante un problema enraizado en lo más hondo de la sociedad y la naturaleza inalterable del ser humano. Claro que de la misma manera que todas las cuestiones planteadas en *The Wire* tienen una doble lectura, este pesimismo encierra un halo de esperanza, simbolizado en varios personajes: Jimmy McNulty, que nos muestra el abismo que hay entre la voluntad y el verdadero cambio; Namond Brice, que viene a demostrar cómo es posible, si se trabaja el problema de raíz, dar con soluciones a la precariedad en el sistema educativo, y por consiguiente, a la situación de los *projects*; y Bubbles, adalid de la esperanza de cambio real a pesar de vivir en las circunstancias menos favorables para ello.

Por el contrario, la mayoría de personajes simbolizan la imposibilidad de luchar contra los estereotipos, idea perfectamente condensada en una cuarta temporada que concluye con la aparición de una veintena de cadáveres, justo cuando el cambio en la ciudad empieza a ser más que una mera ilusión. La idea del pasado construyendo –y lastrando- nuestro presente toma forma también en el personaje de Dennis Wide, un excriminal reformado que comprueba lo imposible de desprenderse de los estereotipos. Por lo tanto, la raíz del problema, según Simon, son las expectativas. Los niños acaban en las esquinas porque es lo que se espera de ellos, lo que ellos mismos conciben como su única opción de futuro –“Fayette Mafia 4-ever” reza una pintada hecha por niños de alrededor de diez años en el episodio “Final Grades” (4.13). Y de la misma manera, Baltimore, a pesar de los esfuerzos por erradicar los problemas, siempre será Baltimore, puesto que el constructo cultural que la define es mucho más poderoso que la realidad de sus calles y los despachos de sus dirigentes. Ya en la segunda temporada de la serie se llega a esta conclusión, a través del personaje D’Angelo Barksdale, que comenta así el clásico de F. Scott Fitzgerald “El gran Gatsby” poco antes de morir asesinado en la cárcel:

He’s saying that the past is always with us. And where we come from, what we go through, how we go through it, all that shit matters. [...] Like at the end of the book, you know? Boats and tides and all. It’s like you can change up, right? You can say you’re somebody new, you can give yourself a whole new story but what came first is who you really are and what happened before is what really happened” (“All Prologue”, 2.06).

A pesar de que *The Wire* finaliza su relato dejando entrever un angosto espacio para el cambio real, el desesperanzador retrato de la ciudad realizado durante los 59 episodios anteriores prevalece. Baltimore es sin duda la protagonista de *The Wire*, conclusión a la que llegamos después de analizar la construcción de su imagen en la serie. El tratamiento de la ciudad por parte de Simon

es lo más cercano a un desarrollo de personajes que podemos encontrar en el drama televisivo norteamericano. Al igual que sucede con los protagonistas de los mejores dramas, en *The Wire*, Baltimore es descompuesta progresivamente y su 'personalidad' completada a medida que las temporadas añaden dimensiones al 'personaje'. Sin embargo, como también ocurre en estas series, a pesar de los giros argumentales y el recorrido personal del personaje, este permanecerá fiel a su naturaleza inalterable: "Films are generally about people who change. [...] TV series, on the other hand, are about people who don't change. They want to change, but can't. [...] this makes television series much more realistic" (Wolff, 1994:119). *The Wire* habla de una ciudad que quiere cambiar, pero no puede, y Simon nos lo muestra a través de un discurso realista que, como no puede ser de otra manera, queda suspendido sin verdadero cierre.

Hiperrealismo y televisión: el verdadero Baltimore

Tras un visionado completo de *The Wire*, el espectador cree conocer Baltimore en tal profundidad que uno se cuestiona si lo que se acaba de ver es ficción o realidad. A pesar de que la serie toma elementos del género policíaco clásico y opta por un estilo generalmente alejado del documental –tendencia por otro lado habitual en la postelevisión-, queda claro que la intención de Simon es la de ofrecer una visión hiperrealista de la ciudad de Baltimore. Para ello, el productor nos muestra constantemente la ciudad, sus calles más conflictivas, sus esquinas más peligrosas, los edificios más importantes, permitiendo así al espectador experimentar el relato de dos maneras: como una intrincada historia policial y como un documento de valor cuasi informativo. Si bien no siempre logra mantenerse alejado de la ficción televisiva más convencional –recordemos personajes altamente icónicos e incluso caricaturizados como Omar Little o el Hermano Mouzone-, la empresa de Simon llega a buen puerto gracias a una constante referencialidad y unos inquebrantables preceptos estilísticos.

A continuación, detallaremos cuáles son los elementos principales que convierten *The Wire* en un retrato hiperrealista de una gran ciudad:

a) La serie está rodada en localizaciones reales de la ciudad de Baltimore. *The Wire* no solo nos muestra constantemente las calles de Baltimore –esencialmente las de los barrios marginales del West y el East-, sino que también se hace referencia a ellas en numerosas ocasiones a lo largo de cada episodio. Las conversaciones entre agentes de policía de servicio o las que mantienen los traficantes en la calle contienen abundantes nombres de calles y zonas de la ciudad, que se complementan en ocasiones con planos en los que además podemos ver las señales que nos indican en qué lugar de Baltimore nos encontramos. De esta manera, es posible para el espectador trazar un mapa de la ciudad que le ayude a adentrarse en la compleja trama de la serie con mayor facilidad. El absoluto dominio del territorio por parte de Simon evidencia el ya mencionado hecho de que el productor interiorizó las calles de Baltimore al seguir de cerca las operaciones policiales de la ciudad durante trece años, mientras ejercía de reportero para el *Baltimore Sun* –experiencia que aprovechó previamente para la serie de NBC *Homicidio*, basada en su propio libro, y que ya presentaba muchos de los elementos aquí analizados. Junto a la carrera policial de Ed Burns, ambos partían con la experiencia vital necesaria para

reconstruir con fidelidad la vida en los barrios marginales de Baltimore, así como los conflictos internos de la ciudad desde las comisarías y los despachos del centro.

La ausencia de no-lugares en *The Wire* es otro indicador de arraigo de la realidad en el relato. A pesar de que en varias ocasiones vemos comida rápida y desayunos provenientes de cadenas de alimentación –la omnipresente marca emplazada Dunkin’ Donuts-, nunca vemos a los personajes entrando en este tipo de establecimientos. Por el contrario, las pocas veces que asistimos a una comida de negocios o de placer, tiene lugar en un restaurante local, identificado como tal gracias a la comida –el marisco está muy presente- y la decoración. Tampoco hay en *The Wire* escenas en aeropuertos, estaciones de tren, confiando así la universalidad del relato a otros elementos de la narración.

b) El *casting* principal de *The Wire* se compone de actores desconocidos en su mayoría y a menudo se recurre a ciudadanos de Baltimore para papeles secundarios. Gran parte del reparto de secundarios está formado por ex policías, políticos y criminales –algunos de ellos con pasados en común- que se dan vida a sí mismos, conservando sus nombres reales. Dos de los casos más llamativos son el de “Little Melvin” Williams y Felicia “Snoop” Pearson. El primero fue uno de los más conocidos traficantes de heroína en Baltimore durante los setenta y ochenta, mientras que el pasado de Pearson sirve de inspiración directa para las tramas que involucran a niños y adolescentes en la serie: hija de dos narcotraficantes y criada en una casa de acogida, se dedicó a tráfico de drogas y fue encarcelada a los catorce años por homicidio. Ambos personajes desempeñan dos funciones principales en *The Wire*: son indicadores del carácter hiperrealista de la serie y simbolizan ese cambio posible aunque remoto que Simon sugiere en las dos últimas temporadas de la serie.

Los personajes de la serie, ya sean inspirados en personas reales o totalmente ficticios, forman parte del mismo universo de ‘ficción real’: “*The Wire* es un *reality show* impecablemente escrito, con los mejores concursantes posibles y magistralmente dirigido” (Fresán, 2010:76). El propio Simon hace referencia a esta idea en el episodio “Took” (5.07), a través del senador Clay Davis, quien asegura que en Baltimore se encuentran los mejores concursantes para los programas de supervivencia en televisión. Por otra parte, en el siguiente episodio, “Clarifications” (5.08), se hace otro guiño al carácter realista de la serie, cuando Arthur Roland, supervisor de *reality shows* y series de ficción comprueba cómo los personajes de la serie viven completamente aislados de la ‘realidad’ que ofrecen los programas televisivos, asignándose a la serie de esta manera una cualidad de objetividad y una ausencia de contaminación que no existe en estos programas.

En este sentido, Javier Maqua (1992) nos aporta varios elementos que, aplicados a la serie, nos permiten aproximarnos a ella como si de un docudrama se tratase, difuminando así las fronteras entre el documental y la ficción. *The Wire* incorpora numerosos elementos procedentes de la realidad al ‘todo ficcional’ que es la serie. De estos elementos analizados por Maqua, los que más nos interesan son los personajes y los actores. Mientras que se puede afirmar que “en las fronteras de la ficción el actor profesional es una advenedizo” (1992:47) y, por tanto, resta

realismo al conjunto, en un producto ficcional como *The Wire*, el actor no profesional no solo puede ajustarse al discurso de ficción, sino que de hacerlo correctamente, será uno de los más efectivos indicadores de realismo.

c) Los personajes aluden a cifras reales sobre la ciudad de Baltimore, así como a hechos acaecidos en el pasado que pueden ser contrastados con la realidad. Simon reconoce que *The Wire* está basada casi íntegramente en acontecimientos reales. Desde las grandes operaciones policiales para dismantelar las elusivas organizaciones de narcotraficantes, hasta la dramática reducción de plantilla del *Baltimore Sun* –de 500 a 140 periodistas-, pasando por la retirada de las pensiones de los trabajadores de los puertos, todo en *The Wire* había ocurrido años antes en Baltimore, tal y como se narra. Incluso Simon se permite el lujo, no solo de reconstruir la realidad, sino de adelantarse a los acontecimientos: el silo que trata de salvar Frank Sobotka en la segunda temporada de la serie acabó cayendo en manos de los inversores, que lo transformaron en una zona residencial de lujo (Simon, 2010:6-8).

A lo largo de las dos últimas temporadas –emitidas entre 2006 y 2008-, se hace constante referencia a estadísticas sobre el crimen en la ciudad. Esto ocurre en los despachos de los políticos y los dirigentes de la ciudad de Baltimore, así como en las ruedas de prensa y mítines. Se manejan cifras de entre 250 y 300 asesinatos al año y se mencionan porcentajes que contrastan con las cifras reales que con las que operan el FBI y la policía. Por ejemplo, en 2006, año en el que *The Wire* comenzaba su cuarta temporada, la ciudad de Baltimore registra 276 homicidios, siendo esta cifra superior a la del índice general de homicidios per cápita de las grandes ciudades de Estados Unidos.³² Resulta curioso asimismo comprobar cómo en la serie se hace referencia a una manipulación de las estadísticas sobre homicidios que se nos muestra en los despachos y que refleja una preocupación real recogida en los medios de comunicación de la ciudad.³³ Esto viene a confirmar la idea que vertebra en gran medida el discurso de Simon: la mentira y la invisibilidad como vías de preservación la imagen de una ciudad, y por extensión, la del país.

d) Hay en *The Wire* una ausencia de recursos estilísticos propios de la ficción televisiva que la alejan del resto de ficciones seriadas. La incorporación habitual de elementos narrativos de no ficción convierte la serie de Simon en uno de los dramas más alejados de los preceptos del género policíaco en la televisión norteamericana, algo que se complementa con el hecho de que la serie se desliga de las estructuras narrativas institucionales de la televisión norteamericana –no hay momentos de suspensión e inflexión a lo largo de un episodio, las pausas publicitarias no dividen la acción y no identificamos actos. *The Wire* presenta una construcción narrativa en general carente de clímax y que plantea cada temporada como un continuo que no responde al modelo de representación institucional. Los episodios son fragmentos de realidad con comienzo y final aparentemente aleatorios –idea reforzada por el tiempo real utilizado muy a menudo en la serie- mostrando clausura narrativa solo al final de cada temporada.

32 Datos extraídos de <http://baltimore.areaconnect.com/crime1.htm> (consultado 6/12/10) y <http://www.baltimorecountymd.gov/agencies/police/crime/index.html> (consultado 6/12/10).

33 http://www.baltimoresun.com/news/maryland/baltimore-city/bal-mayor2007_0.3704869.story (consultado 9/12/10).

El estilo visual de *The Wire* es áspero y apenas muestra voluntad artística –lo que interesa es mostrar la realidad tal cual. Sin embargo, los recursos que el entorno dispone para la construcción de la ciudad de Baltimore a través del lenguaje audiovisual son aprovechados con máxima eficacia. Nos adentramos en las calles de Baltimore y observamos lo que en ellas ocurre tras ventanas entreabiertas y en azoteas desde las que miramos a través de prismáticos y cámaras fotográficas. La ciudad se encuadra con la forma de una ventanilla de coche y la cámara nos permite ejercer de testigos directos de lo que ocurre en la ciudad. En ocasiones, Simon se permite experimentar con la cámara, pero solo con el propósito de garantizar el realismo en todo momento. Ocurre en la redada policial en Hamsterdam en la tercera temporada de la serie, en la que Simon falsea hábilmente cómo los medios de comunicación difunden la operación.

La única música que acompaña la narración es intradiegética –la que suena en los coches, en los pubs y en las calles de la ciudad-, con contadas excepciones: por una parte, lo que parece ser una parodia al género policíaco al comienzo de la segunda temporada, en cuyo *teaser* asistimos a una operación policial con una acción más estilizada de lo habitual, acompañada de música instrumental que recuerda a los clásicos del género en los setenta y ochenta. Y por otra parte, el montaje final que revisa y clausura tramas en el último episodio de cada temporada, donde una canción acompaña las imágenes, marcando el ritmo. Por lo demás, la verdadera banda sonora de *The Wire* son los disparos y las sirenas de policía.

Es significativo que tras los montajes de final de temporada se recurra siempre a un plano sostenido durante varios segundos, sin música ni movimientos de cámara, en el que regresamos a la realidad más contemplativa. Simon nos recuerda de esta manera que, a pesar de las rupturas narrativas, no podemos perder de vista el carácter realista de la serie. De la misma manera, que regresemos siempre a las calles de la ciudad apoya la teoría principal de este trabajo, algo en lo que el productor ha incidido en muchas ocasiones: los personajes no son los protagonistas de *The Wire*, sino Baltimore: “*The Wire* was not about Jimmy McNulty. Or Avon Barksdale. Or Marlo Stanfield, or Tommy Carcetti or Gus Haynes. It was not about crime. Or punishment. Or the drug war. Or politics. Or race. Or education, labor relations or journalism. It was about The City” (2010:3).

Treme: la iconoclastia afligida

Si en *The Wire* Simon realiza una deconstrucción de la imagen de Baltimore a través de una calculada operación narrativa, en *Treme*, su siguiente estreno para HBO, el autor compone un retrato más apasionado y romántico reconstruyendo otra ciudad abandonada por su propio país. De ambas series subyace la idea del cambio lastrado por la incompetencia del gobierno, y en ellas se puede identificar un estilo hiperrealista y una narración alejada de las convenciones del drama televisivo. Sin embargo, *Treme* presenta varias características que la distancian ligeramente de su predecesora. En primer lugar, a pesar de que vuelve a ser posible identificar a la ciudad como la principal protagonista del relato, en *Treme*, los personajes adquieren una relevancia que se aleja de la función instrumental. Más inmersos en sus micro-esferas familiares que los protagonistas de *The Wire*, los de *Treme* presentan historias personales de superación

que complementan el retrato de una Nueva Orleans arrasada por el huracán Katrina. El amplio crisol de personajes de la serie nos viene a hablar de lo mismo, a través de un ecléctico conjunto de historias: la pérdida, la supervivencia y la reconstrucción. Sin embargo, la serie no deja de hablar principalmente, con cada uno de sus fotogramas, de la ciudad, de su identidad, su fuerza y su voluntad de supervivencia.

En segundo lugar, el poder icónico de Nueva Orleans hace posible que se explore de manera más insistente la cuestión del orgullo local, potenciado por una catástrofe que aísla a sus habitantes del resto de territorio nacional. De esta manera, podemos hablar de la identidad dañada en *Treme* frente a identidad ignorada y manipulada en *The Wire*. La resignación mostrada por los personajes de *The Wire* con respecto a su ciudad contrasta con la fuerza de voluntad de los de *Treme*, así como con su deseo de preservar la identidad del lugar como única vía de supervivencia. De nuevo, encontramos en la obra de Simon una dualidad que define su discurso. El arma de doble filo que es la cuestión de la identidad se pone de manifiesto al comprobar que lo que ayuda a los habitantes de Nueva Orleans a sobrevivir a la catástrofe es lo que mueve al resto de la nación a ignorarla. Creighton Bernette, uno de los protagonistas, apasionado activista por la reconstrucción de la ciudad, expone esta idea en el segundo episodio, denunciando el programa educativo de la universidad:

I mean, look at what they're keeping. Musical theatre, Digital media, Medieval studies, Women's studies, Jewish studies, African studies. It's all about identity. Let's not learn how to actually do anything. Let's just sit and contemplate the glory of me in all my complexities. Who am I? I am a black Jewish woman, hear me roar ("Meet De Boys on the Battlefield", 1.02).

El optimismo y la fuerza en *Treme* -simbolizados por la incondicional persistencia de las tradiciones, el color de las fiestas, la comida y la música de Nueva Orleans- irán un paso más adelantados que la tristeza y la resignación, más presentes en *The Wire*. Mientras que la anterior serie de Simon solo unos pocos personajes logran el cambio, *Treme* –a pesar de narrarnos la historia de alguien que no consigue sobrevivir a la pérdida- concluye su primera temporada como una celebración de la vida, la comunidad y la identidad del lugar, en la que la mayoría de sus personajes encuentran el refugio y la vía hacia la reconstrucción. La experiencia del Katrina reforzará la necesidad de protección de la identidad de Nueva Orleans en un mundo que ha decidido ignorar su tragedia, focalizando su atención en eventos más difundidos por los medios como los atentados terroristas del 11-S. Davis McAlary, otro activista comprometido con la causa de su ciudad, se encarga de reforzar esta idea, oponiendo los clichés neoyorquinos -el desfile de Acción de Gracias, hombres trajeados-, a la autenticidad de su ciudad. Es habitual que Simon recurra a Nueva York para implementar el carácter de denuncia de sus historias. Como adelantábamos con anterioridad, varios diálogos en *The Wire* indican el recelo hacia la ciudad más visibilizada del territorio nacional, y su ignorancia con respecto a otras urbes como Baltimore –Chris Partlow explica a Snoop cómo los negros de Nueva York no conocen la música de Baltimore, porque “they don't listen to that shit up in New York. They listen to some bullshit up in New York” (“Corner Boys”, 4.08). Sin embargo, desde los despachos se alude a Nueva York como modelo a seguir –se sugiere la Teoría de las Ventanas Rotas, tras su éxito en Nueva York,

como herramienta de lucha contra el crimen de la ciudad en “Misgivings” (4.10).

Mientras que tanto la música de Baltimore como otros aspectos culturales y sociales se mantienen sitiados con respecto al resto del territorio norteamericano, la identidad cultural de Nueva Orleans goza tradicionalmente de una gran repercusión a nivel mundial. Los primeros episodios de *Treme* muestran cómo la ciudad es percibida por los ojos foráneos, ya sea a través de los turistas que se paran a escuchar a los músicos ambulantes -y a los que se debe complacer con las canciones más emblemáticas del sonido *New Orleans*- o con el astuto recurso de un personaje como Koichi Toyama, turista japonés, fan del jazz con un conocimiento enciclopédico de toda la música del lugar. Su intervención en “Shame, Shame, Shame” (1.05) y su posterior regreso en “All on a Mardi Grass Day” (1.08) simbolizan las diferencias en la percepción de una ciudad entre autóctonos y visitantes. Antoine Batiste, músico de jazz de Nueva Orleans es puesto en evidencia por Toyama en numerosas ocasiones por su desconocimiento de lo propio, lo que indica la necesidad de los habitantes de regresar a los valores multiculturales que compusieron la imagen del lugar antes de la tragedia. Y por extensión, la ciudad necesita urgentemente un mayor grado de representación y reafirmación para reconstruirse, siguiendo los preceptos que cimentaron y consolidaron su identidad.

Conclusiones

Podemos afirmar que tanto en *The Wire* como en *Treme* es posible identificar una serie de elementos que nos ayuden a concluir que los retratos que estas realizan de las ciudades norteamericanas de Baltimore y Nueva Orleans están sólidamente anclados en la realidad. Puesto que la intención de David Simon es la de mostrar la verdadera situación de ambas ciudades, los recursos narrativos y las estrategias propias de la no ficción son utilizados para elaborar los discursos de homenaje o denuncia que encontramos en ambas obras. *Treme* está rodada en localizaciones reales y recurre a personalidades de Nueva Orleans –en especial, músicos de jazz como Allen Toussaint o Kermit Ruffins- para su reparto de secundarios y participaciones especiales. Asimismo, las referencias a hechos históricos y acontecimientos ocurridos en Nueva Orleans son abundantes, y su veracidad puede contrastarse con facilidad. Sin embargo, *Treme* presenta en su tratamiento estético y narrativo varias diferencias con respecto a *The Wire*: el reparto de protagonistas incluye actores conocidos –John Goodman, Steve Zahn-, que se convierten en portavoces de un movimiento a favor de la visibilización de la ciudad, trascendiendo el propio relato y situándolo en la realidad. Por otra parte, Simon potencia el aspecto visual de la serie distanciándose así del minimalismo formal de *The Wire*. En *Treme* se saca provecho de la luz y los colores que recuerdan a la Nueva Orleans pre-Katrina, se mueve más la cámara –algo que curiosamente se vincula más con el género documental-, y lo más importante, se otorga una importancia capital a la música, que a pesar de seguir siendo en su mayor parte intradieгética, verteбra en muchas ocasiones la trama y aporta el ritmo –lo que podría llevarnos a afirmar que *Treme* es en gran medida un musical. Estas diferencias con respecto a *The Wire* responden sin embargo al mismo propósito, el de construir una imagen certera y fiel de cada una de las ciudades.

En la primera década del siglo XXI, David Simon se ha convertido en uno de los autores más destacados de la televisión norteamericana, con dos obras de las que se pueden extraer fácilmente estilemas en común. Aunándolos, es posible realizar el esbozo de un autor preocupado por un sistema con tantas brechas como realidades hay en su territorio. En definitiva, Simon es el autor televisivo de “la Norteamérica abandonada” (“the America left behind”, Simon, 2010:9). A través de sus obras, el productor trata de plasmar con la mayor objetividad posible lo que para él, después de todo –y como Jimmy McNulty recuerda en la última escena de *The Wire*- es el hogar.

Referencias bibliográficas

Alvarez, Rafael (2010): *The Wire: Truth Be Told*. Nueva York, Canongate.

Friedman, Julian; Roca, Pere (1994): *Writing Long-Running Television Series. Lectures from the first Pilots Workshops*. Barcelona, Media Business School.

Imbert, Gérard (2008): *El transformismo televisivo: posttelevisión e imaginarios sociales*. Madrid, Cátedra.

Jiménez Losantos, Encarna; Sánchez-Biosca, Vicente (1989): *El relato electrónico*. Valencia, Ediciones Textos Filmoteca Generalitat Valenciana.

Montes Fernández, Antonia (2007): “El país como marca – crear imágenes a través de la publicidad” en Borrueco Rosa, María A., *El lenguaje publicitario en el turismo*. Ediciones Andalucía S.L., pp. 163-174.

Maio, Barbara (2009): *La terza Golden Age della televisione*. Cantalupo in Sabina (RI), Sabinæ.

Maqua, Javier (1992): *El docudrama: Fronteras de la ficción*. Madrid, Cátedra.

vv.aa. (2010): *The Wire. 10 dosis de la mejor serie de la televisión*. Madrid, Errata Naturae.

Weinrichter, Antonio (2004): *Desvíos de lo real. El cine de no ficción*. Madrid, T&B.

III. Genre.

“Are you ‘avin’ a laugh?” El Post-Humor y la nueva sitcom

Endika Rey

En el capítulo final de la primera temporada de *Extras* (2005-07), Andy (interpretado por ese pilar básico de la nueva comedia que es Ricky Gervais), conseguía dar un giro a su vida de actor de tercera fila cuando la BBC muestra su interés por el guión de una sitcom que él había desarrollado. La Season finale dejaba así un poso agradable donde los protagonistas conseguían vislumbrar su entrada en la madurez tras una carrera invisible y repleta de obstáculos.

La conclusión dulce se tornaría en agria en los primeros minutos del primer episodio de la segunda temporada. Andy consigue escribir y protagonizar la sitcom “When the Whistle Blows”, pero nada resulta como él lo tenía planeado. La serie se graba con público en directo, se emite en la BBC1 -en lugar de en la más alternativa BBC2-, tiene cameos injustificables, y todos los personajes (especialmente el de Andy) acaban reducidos a estereotipos ligados a una catchphrase. El auténtico drama es, sin embargo, que la serie se convierte en un gran éxito de audiencia y, a raíz de esto, Andy se descubre como un ser incapaz de aunar el triunfo con el respeto.

“When the Whistle Blows” no es otra cosa que una ucronía donde *The office* (2001-03) hubiese cedido al formato de una sitcom al uso. Ambas parten de la misma realidad: el retrato de un jefe incapacitado y de unos empleados condenados a soportarlo. La diferencia está en que *The office* no tiene risas enlatadas, no abusa de las punchlines, no rueda con el rígido sistema de las tres cámaras y no se olvida de lo real a la hora de hacer un chiste.

Ricky Gervais y Stephen Merchant, creadores de ambas series, usan el nuevo modelo de sitcom para hablar de la muerte del antiguo, o, al menos, para certificar que el humor necesita evolucionar si se quiere seguir provocando (o no) la risa. También se dedican a plasmar un nuevo concepto de audiencia: cuando Andy comprueba que el público asistente a la grabación aplaude fervorosamente cada uno de sus latiguillos, los planos se recrean en unos espectadores despreciables que llevan camisetas repletas de consignas publicitarias y que, al reírse con todo, automáticamente denotan carecer de sentido del humor. Así, la nueva sitcom parece romper una lanza a favor de un nuevo tipo de espectador activo; o, dicho de otra forma, el imperialismo cultural del audiovisual es ya una realidad tan grande, que la comicidad vacía está condenada a desaparecer.



Imagen 1: *Extras*, capítulo 1, temporada 2. Grabación del piloto de “When the Whistle Blows”

El guiño a la superación de las características propias del género no es algo exclusivo del fenómeno actual que Jordi Costa bautiza como “el post-humor”. La trama de la cuarta temporada de *Seinfeld* (1990-98) fue, en ese sentido, modélica: la NBC proponía escribir al comediante (y a ese trasunto de Larry David llamado George Costanza) el piloto de una serie protagonizada por él y llamada “Jerry”. Si bien el uso de la sitcom dentro de la sitcom no servía en este caso para dinamitar los cimientos del género, sí validaba un discurso autorreflexivo donde los cuatro personajes principales encontraban sus respectivos reflejos en una serie que, literalmente y, de la misma manera que la propia *Seinfeld*, trataba sobre la nada.

El piloto acabaría fracasando, con lo que la situación que *Extras* planteaba queda aquí invertida para acabar finalmente sugiriendo lo mismo: la ficción imposibilitaba la realización de una sitcom sin situación propiamente dicha, al mismo tiempo que la realidad desocupada del fenómeno de *Seinfeld* se convertía, con el juego de espejos, en más irrefutable que nunca.



Imagen 2: *Seinfeld*, capítulo 23-24, temporada 4. Juego de espejos con “Jerry” dentro de “Seinfeld”

El espectador asiste a la emisión del episodio ficticio de “Jerry” a través de las reacciones de personajes puntuales (y extremadamente secundarios) de algunos episodios de la serie. La (falsa) sitcom se juzga codificando la ficción con cierta ilusión de (falsa) realidad: la ex novia de George reconoce inmediatamente sus tics en su personaje, el viejo gruñón de Fields grita que “ése es el idiota que se llevó mis discos”, etc. Pero para el espectador real, la escenificación de lo que ya en sí mismo es una escenificación (resulta paradigmática en este sentido la secuencia en que Kramer audiciona fallidamente para el papel de “Kramer”), hace que los signos hablen con una nitidez aun mayor.

Seinfeld fue la primera sitcom que se alejó de las situaciones irreales de las otras sitcoms (parodiadas en “Jerry” con el personaje del mayordomo); también carece de la moralidad tradicional imperativa en las sitcom hasta ese momento (fuese ésta honesta o paródica). *Seinfeld*, en definitiva, libera al género de la necesidad de seguir unas normas ya escritas, amplía el espacio de la nueva comedia de la cotidianidad y es la puerta que permite que la sitcom clásica pueda, por fin, matar a sus padres.

“En la stand up, el comediante se enfrenta a la audiencia a cuerpo desnudo desde un escenario vacío, convirtiéndose a sí mismo en “texto” cómico pues son su presencia, su voz y su gestualidad los que detonan y hacen avanzar la historia. (...) En la sitcom, en cambio, es esa situación de base que le da nombre la que precede a los personajes y les provee de historias, generalmente algún conflicto moral que ellos deberán tratar de resolver. Pero en la sitcom moderna (...) esa situación es sustituida por la posición de unos cómicos que buscan de nuevo la presencia y la exposición de la stand-up. Cuerpos (...) que ya no solucionan conflictos sino que los provocan, pues han dejado de ser aquellos moralistas que velaban o restituían el orden establecido para convertirse en auténticos cuerpos morales que lo desestabilizan o, directamente, lo derruyen.” (López, 2009: 339-340)

Continuación inesperada, si bien lógica, del humor después de *Seinfeld*, *Larry David (Curb your enthusiasm)* (2000-) es el ejemplo perfecto de sitcom (auto)destruccionista. Larry David interpreta y dirige a un Larry David antipático, cáustico y ególatra cuyas tramas se reducen casi siempre a lo mismo: la rabia de Larry por el mundo hace que todo el mundo acabe odiándole. Larry, al igual que los personajes de la sitcom clásica, no evoluciona; pero a diferencia de estos, ni siquiera aprende. Tal y como asegura Costa, el post-humor es el fracaso de los propios mecanismos de la comedia. Es decir, “la comedia no siempre es una comicidad que triunfa (...) sino también una comicidad que fracasa... aunque de forma sorprendente e inesperada (...). La comedia es el único género capaz de sobreponerse a su auto-destrucción.” (Costa, 2010:10).

Larry David es un ensayo continuo sobre cuales son las fronteras de la comedia: Sus guiones son orientativos y los actores improvisan sus diálogos; la cámara graba en vídeo y al hombro, omitiendo los decorados y paseándose por Los Angeles; muchos de los actores interpretan versiones de sí mismos en situaciones que rozan el ridículo; y, sobre todo, tiene a un Larry David malhumorado al que no sabes si compadecer o señalar con el dedo. Las tramas de la serie son tan sencillas como triviales, y allí donde los mecanismos habituales de la sitcom vienen a proponer una reafirmación en la estabilidad de los personajes, Larry David acaba siempre desmoronado en situaciones frías y apáticas¹.

Si hasta ahora la sitcom venía a concluir que el ser humano no tiene porque afrontar el mundo en soledad, Larry David se autodibuja como un cómico incapaz de experimentar las alegrías y adversidades de la vida como parte de una experiencia social más amplia. *Larry David* bordea el territorio cómico porque nunca deja claro si sus intenciones son la inquisición incómoda hacia el género humano o la risa embarazosa y políticamente incorrecta. A su vez, la confusión que plantea al retratarse a sí mismo y a su entorno, hace que el espectador no esté totalmente seguro de hasta que punto los señaladores son parte de la ficción propiamente dicha o del mundo real. Esta inclusión de factores tanto externos como internos a la actividad, desdibuja los límites de la ficción y, con ello, los de la risa.

¹ Conviene recordar que no toda la posmodernidad es conformista y acomodaticia: “La protesta moderna ante el fracaso de la sociedad occidental se transforma ahora en una actitud de escepticismo ante una situación que se sabe no modificable; el texto desvía o mitiga la amargura frente a un mundo con el que no es posible reconciliarse, pero al que tampoco es posible vencer o cambiar. El objetivo del arte y la literatura consiste, entonces, en desvelar la pérdida de certezas de verdades a nivel general: se renuncia a comprender el mundo y se revela el no-sentido de éste”. (ROAS, 2009: 82-83)



Imagen 3: *Larry David*, capítulo 6, temporada 1. Julia Louis-Dreyfus interpretando una incómoda versión de sí misma

De la misma forma que se puede asegurar que con esta serie la HBO revoluciona la sitcom y la forma de entender la comedia a través de las formas, otro de sus intentos recientes trató de crear un nuevo modelo de sitcom a través de los contenidos. La única temporada de *Lucky Louie* (2006) respeta todas las normas del clasicismo (los 24 minutos, 4 bloques narrativos, 3 escenarios importantes, decorados falsos, grabación con risas del público, etc) e incluso se inscribe en el apartado de lo que Richard Taflinger llama la “domcom” o sitcom familiar o doméstica (donde las tramas suelen estar basadas más en los personajes que en sus acciones). Su táctica consiste en proporcionar un espacio reconocible para posteriormente pasar a estallararlo mediante el uso de todos esos elementos que suelen quedar fuera de la ecuación: sexo, blasfemias, drogas y pobreza.

A *Lucky Louie* se le puede achacar una fórmula demasiado centrada en la anécdota feísta² (ésta es una serie donde cuando un personaje sale de la ducha, se le ve el pene), pero el ejemplo es perfecto a la hora de ilustrar la citada definición del post-humor. Y es que la nueva sitcom es también “una realidad integrada por una sucesión de pruebas, errores y circunstanciales triunfos sobre la idea de esa post-modernidad posible que, como toda post-modernidad bien entendida, no es un intento de liberarse de (o superar) la tradición, sino un pulso librado con todo lo que ha recorrido el género antes de llegar a este punto” (COSTA, 2010:11-12). *Lucky Louie* fue una apuesta de la HBO que trataba de modernizar la sitcom de la misma manera que lo hizo con el drama: dirigiéndose a una audiencia adulta. En este sentido, tanto su error como su circunstancial triunfo proviene de una estructura y una técnica repetitivas que mimetizan la travesía previa del género enmarcando un espacio conocido con nuevos temas internos.

² De un modo similar a *It's always sunny in Philadelphia* (2005-), sitcom que basa su comedia en un humor tan sucio como negro



Imagen 4: *Lucky Louie*, capítulo 3, temporada 1. Sexo y blasfemias en la HBO

Resulta incuestionable que en los últimos años la HBO ha cambiado radicalmente la percepción que se tiene sobre la televisión y la ha impulsado al olimpo de la ficción contemporánea. Sin embargo, en el terreno de la sitcom, su participación se reduce a los dos títulos aquí mencionados. Cuando en el piloto de *Rockefeller Plaza (30 Rock)* (2006,-) Liz Lemon se reúne con Tracy Jordan para hablar de su posible incorporación al programa de variedades que ella dirige, Jordan le responde que “I ain’t doing it unless I can get to do it my way. You know, I want it to be raw. HBO-style content”. La réplica de Lemon viene a ser una declaración de intenciones, un buen juego de palabras y una apología encubierta de la NBC, la cadena estadounidense que históricamente más ha apostado por la comedia: “ Well, it’s not HBO. It’s TV.”

Uno de los chistes recurrentes de la sitcom creada y protagonizada por Tina Fey (que junto con Ricky Gervais y Larry David, crea, escribe y protagoniza su sitcom) consistirá en ridiculizar a la propia NBC como un canal subsidiario de las empresas que realmente mueven el dinero: los microondas y el porno de pago. Se vuelve pues, al metarelato, sólo que en esta ocasión, la realidad que propone Tina Fey es aun más absurda que la ficción. Su objetivo no es criticar el sistema o el género, sino plasmar un terreno de juego que Fey conoce a la perfección (el proceso de creación en televisión a todos los niveles –productores, reparto, ejecutivos, guionistas, espectadores, premios, product placement, etc-) creando una sitcom referencial que se declara en todo momento enamorada del medio. Tina Fey plantea una domcom donde el puesto de trabajo y la televisión ocupan el lugar de la familia. Su trabajo detrás de las cámaras y su personaje en pantalla suponen un juego de dobles (la comedia es el género perfecto para un cambio de personajes donde uno se permite el querer ser –o no- el otro) que convierten a Fey en una auténtica autora.

Uno de los grandes méritos de *Rockefeller Plaza* es (al igual que otros ejemplos como *Arrested Development* o *Cómo conocí a vuestra madre*) la liberación que supone tratar a la comedia de situación como una serie de episodios dependientes entre sí que conducen a un final previsiblemente -la serie sigue en emisión- definitivo. Los personajes son fieles a sus características, pero sus vidas evolucionan con el relato (Liz Lemon tiene varias relaciones que se extienden a lo largo de la serie, Jack Donaghy espera un hijo, etc). La trampa de la sitcom clásica, definida por una continuidad serial obsesionada con desplegar líneas narrativas

y personajes hacia un infinito que nunca acaba de cerrarse, se convierte aquí en una sitcom donde el pasado siempre está volviendo y el futuro acercándose peligrosamente. Los flashbacks cómicos y el miedo de la inmadura protagonista a pensar en el futuro hacen imposible la estructura prototípica de desestabilización-reestabilización dentro de cada episodio: la situación de la que parte esta comedia tiene permitido el cambio, porque el centro de la serie son los personajes y no su escenario. En esta ocasión, es el tiempo el que se extiende sobre la acción y no la acción sobre el tiempo; es decir, el tiempo actúa como fuga y trasciende al espacio.

Tina Fey entiende la sitcom como un género modificable. La ausencia de risas enlatadas, por ejemplo, no responde a un deseo de proyectar una imagen de calidad, simplemente son sustituidas por un uso de la banda sonora que guía al espectador en la comicidad. La fotografía, por otro lado, se le encarga a Vanja Cernjul, director acostumbrado a filmar dramas o películas independientes, que dota a la serie de una calidad de imagen atípica que ayuda a convertir unos decorados falsos en pretendidamente reales. La propia Fey se ríe de todos estos cambios en el “Live show episode”, el único grabado en directo y con risas del público presente y, en consecuencia, el único que recrea las condiciones técnicas de la sitcom clásica. “Does it seem weird in here to you?” –le pregunta Donaghy a Lemon nada más comenzar el episodio. “Everything look like a Mexican soap opera”. Ello no impide que la estructura de la serie varíe; al contrario, aprovecha su condición excepcional de ser un directo para reírse de su propia estructura (Julia Louis-Dreyfus interpretando a Liz Lemon en los flashbacks a los que Tina Fey no puede desplazarse) y de los peligros que este tipo de grabación goza (Tracy Jordan cree que confundirse en el guión e improvisar es hilarante mientras que Jenna está dispuesta a mostrar uno de sus pezones en directo).



Imagen 5: Rockefeller Plaza, capítulo 5, temporada 4. Imagen real (izda) y en directo (dcha)

Otra sitcom que desarrolló un estilo de grabación que ocultaba que se estaba ante una sitcom (para acercarse más a la estética de un reality) fue *Arrested Development* (2003-06). El uso de zooms, cámara al hombro, planos generales, collage de formatos, rodaje en exteriores y planos desenfocados reedificaban una cuarta pared (ésta no es una sitcom donde el público tenga voz explícita) al mismo tiempo que convertían al propio cámara en un elemento narrativo de primer nivel (muchas veces el chiste procedía de sus movimientos).

El gran hallazgo de esta sitcom fue incluir un narrador en segundo grado, es decir, ausente de la historia y de la diégesis pero, a su vez, interpretado por alguien tan reconocible como Ron Howard, famoso director de cine, antiguo actor de sitcoms y productor ejecutivo de la serie.

PREVIOUSLY ON

Éste cuenta, ya desde los mismos títulos de crédito (“Now the story of a wealthy family who lost everything... and the one son who had no choice... but to keep them all together.”) los entresijos y relaciones de una familia disfuncional que pasa de la riqueza a la pobreza por culpa de un proceso judicial que ha puesto al patriarca entre rejas. *Arrested Development* usa al sujeto de la enunciación (sea éste el cámara o el narrador) como el principal artefacto que permite conducir todo el texto hacia el espectador. Cada episodio, por ejemplo, termina con un falso “On the next Arrested Development” que ofrece un epílogo de las tramas desarrolladas que contradicen los hechos que realmente sucederán en el siguiente capítulo, y permiten leer la figura del narrador como un chiste.

El rodaje en decorados y con tres cámaras así como las risas de la audiencia son pilares básicos para la sitcom clásica no sólo porque provocar el humor en el espectador sea el principal objetivo del género, sino porque “el uso de la audiencia en el estudio y las risas enlatadas significa que ésta es parte del texto” (Mills, 2005: 14). Al carecer voluntariamente de esos elementos, *Arrested Development* desarrolla un lenguaje audiovisual complejo, un montaje frenético y una extrema fragmentación de la narración, que aluden directamente al espectador y, a su vez, se convierten también en herramientas de comicidad tan importantes como los gags incluidos en el guión. Se puede decir que, en este caso, la nueva sitcom, en su afán de transformar el género, cambia también los métodos de construcción del humor.



Imagen 6: *Arrested Development*, Capítulo 2, Temporada 1. Collage técnico y narrativo

La progresiva desaparición del público y las risas en la nueva sitcom, parece venir a decir que los cómicos contemporáneos tienen un especial interés en que sus obras no se vean como una representación. Tal y como asegura Erving Goffman, el aplauso o la reacción del espectador, destruye el “hacer creer” y la distancia entre el escenario y el patio de butacas. Sin embargo, la sitcom se mueve, por definición, en el proscenio, y es el género que más necesita esa reacción cercana del público.

Se podría hablar aquí del rol del espectador, teniendo en cuenta que el término parece abarcar

PREVIOUSLY ON

también, y mejor, la participación breve, abierta y vicaria sin ratificar aún en las actividades reales fuera del escenario. Es importante ver que la dimensión de espectador de la actividad del público no es una réplica escénica o simulada de la cosa real, como lo es la acción sobre el escenario. La versión no escénica del espectador no es un modelo para lo teatral; si acaso, sería verdad lo contrario. El espectador pertenece desde el comienzo al marco teatral. (Goffman, 2006: 136).

La serie *Cómo conocí a vuestra madre* (*How I met your mother*) (2005-) sí continúa incluyendo las reacciones del público, pero no se limita al registro sonoro de la audiencia y crea una red de guiños y referencias que incluyen el rol del espectador dentro del marco de la sitcom en sí. Así, la serie está plagada de running gags (la “slap bet” entre Marshall y Barney, el bocadillo que es realmente un porro, etc.), un desorden de la narración (la anécdota de la cabra que no se resuelve hasta dos temporadas después de haberse planteado, etc.) y multitud de extras en Internet (el álbum de fotos de la luna de miel de Lilly y Marshall, los videoclips completos de Robin Sparkles, etc.) que premian continuamente los esfuerzos del receptor por seguir el juego.

En la serie, un futuro Ted Mosby cuenta a sus hijos la historia de todos los pasos que finalmente le llevarán a encontrarse con el amor de su vida, y este enclave concreto del emisor (una voz en off, frente a sus hijos sentados en el sillón, en el año 2030) permite también una curiosa estructura de narración que viaja intermitentemente al pasado y al futuro y que se permite contar historias censuradas a sus hijos (no ya al espectador), exageradas, imaginadas o alternativas a la realidad. El uso de la subjetividad como arma cómica (en ningún momento el padre pretender ser objetivo, pero tampoco los otros cuatro protagonistas) convierte a la serie en una sitcom donde el punto de vista del espectador acaba siendo la suma de los cinco diferentes puntos de vista de sus personajes.

Cómo conocí a vuestra madre tiene varios elementos que le separan de la concepción clásica de la sitcom: el citado punto de vista, el uso de la infografía, el humor gamberro, la ausencia de un tiempo presente, una estructura de más de 50 escenas diferentes por episodio, las relaciones sociales como auténtico motor de la trama, etc. No es una serie destructiva con el género, sino la evolución lógica del mismo: algo así como si los protagonistas de *Friends* (1994-2004) quedaran para beber cerveza en lugar de para tomar café o si los protagonistas de *Coupling* (2000-2004) se mezclasen, hombres y mujeres, en un mismo grupo de amigos. Es en este sentido que el pronunciamiento más radical que propone la serie sea el de un profundo cambio de roles dentro de sus personajes: Ted adopta el papel del hombre que ha nacido para ser marido, Robin el de la mujer que ha nacido para no ser madre, Marshall el gigante bonachón, Lilly la pequeña y fragil que esconde una autoritaria, etc. El target ha cambiado y la sitcom romántica es ahora también un género para hombres.



Imagen 7: *Cómo conocí a vuestra madre*. Running gag del bocadillo en pasado y futuro.

Los roles de los personajes también son una de las claves para comprender *Community* (2009-). Los seis personajes principales, un grupo de estudio de una Universidad Pública, son plenamente conscientes de cual es su función en el grupo (el líder, la frágil, el ingenuo, la tradicional, el raro y el prescrito), por ello actúan en consecuencia sea cual sea la situación en que la serie les introduzca. Si *Cómo conocí a vuestra madre* crea un discurso clásico a partir de la ruptura temporal del relato, *Community* renueva el espacio de la sitcom y, con él, el mismo género.

Rick Altman asegura que “las películas poco vinculadas con los géneros dependen en gran medida de su propia lógica interna, mientras que las películas de género utilizan continuamente las referencias intertextuales” (Altman, 2000: 49) *Community* es, en este sentido, una sitcom irrefutable que convierte las reglas de diferentes géneros televisivos o cinematográficos en su situación particular³. Haciéndolo, se ríe de las características ajenas (y también de las propias) sin abogar nunca por la destrucción crítica de sus referentes. *Community* es como Jeff Winger, su protagonista: cínico, hedonista, narcisista pero de buen corazón. O lo que es lo mismo: posmoderno.

El humor es alérgico a la solemnidad, desacraliza, desmitifica, rechaza la gravedad, ejerce, en suma, un trabajo de destronamiento generalizado de los valores, en nombre del relativismo, erigido éste en valor fundamental en nuestra relación con el mundo,. El humorista es, en el fondo, un escéptico ante la realidad y el propio ser humano. (...) Ese escepticismo general que caracteriza a la posmodernidad se traduce retóricamente en el recurso a la ironía, la parodia y el juego, empleados para impugnar varios conceptos fundamentales: la autoridad de las instituciones, la unidad del sujeto y la coherencia y las fronteras entre discursos, géneros, artes y disciplinas. Se plantea, así, una ruptura y contestación frente a lo establecido (...). La parodia como metonimia del arte contemporáneo (...) ha dejado de ser un fenómeno vinculado a la intención del autor y a la inscripción de una serie de señales en el texto, para convertirse en una actitud de lectura, una forma desenfadada y autoconsciente de enfrentarse a ciertas manifestaciones culturales. (Roas, 2009: 83)

El escenario de la serie a lo largo de toda la primera temporada es siempre el mismo: nunca se

³ Conviene señalar la existencia de la sitcom británica *Spaced* (1999-2001) como antecesora paródica de *Community*. El propio Dan Harmon se ha confesado seguidor de la obra de Edgar Wright y, en particular, de esta sitcom hilarante y claustrofóbica donde los personajes viven sus vidas recreando la ficción.

saldrá de los terrenos universitarios. Sin embargo, cada episodio funcionará con base en una serie de reglas muy diferentes: desde estar inmersos en una trama de mafia propia de Scorsese, hasta convertirse en periodistas de investigación, ser guardas de seguridad viviendo una buddy movie, revivir los filmes de John Hughes o, con el episodio “Modern warfare”, entrar en una zona de guerra apocalíptica. “Modern warfare” es, además de un ejercicio de estilo apabullante, el capítulo escogido para hacer que la tensión sexual entre Jeff y Britta –que, como manda el manual de la buena sitcom, se lleva insinuando desde el primer episodio- quede resuelta. Para ello, los personajes quedan envueltos en la fantasía del soldado herido (el escenario es una batalla de paintball) e incluso bromean al respecto (“The group would be thrilled: the wounded soldier fantasy. Means we’re moments from doing it, right? It’s a miracle we still have clothes on!”) para acabar, efectivamente, quitándose la ropa. *Community* reconoce los lugares comunes del cine y la televisión, se ríe de su previsibilidad, y aun así, los usa (“Please don’t do a special episode about me” exclama Abed en el que, efectivamente, es un episodio especial sobre él).



Imagen 8: *Community*, capítulo 23, temporada 1. El tópico destapado y recreado

El pastiche y la hibridación genérica no son nada nuevo en el terreno audiovisual o en la sitcom, pero *Community* apuesta por la parodia por encima de la sátira. Nunca se dedica a reírse de los defectos del objeto mediante la burla, simplemente usa la caricatura para declararse plenamente consciente de lo que es (una sitcom que, como tal, cuenta con unas tramas y aspiraciones limitadas) y salirse de las normas propias de su género. Al final de cada episodio, los personajes siempre acabarán volviendo al redil demostrando que *Community* es la sitcom de la excepción hecha situación: la sitcom de la procrastinación.

Cuando Andy (Ricky Gervais) de *Extras* decía una y otra vez su catchphrase en “When the Whistle Blows” la audiencia estallaba en la carcajada colectiva. “Are you ‘avin’ a laugh?”, repetía, pero, el espectador real no podía responder de la misma manera: *Extras* es una sitcom que deja

la risa congelada. Otro de los grandes hallazgos cómicos de *The office* es, a su vez, el hecho de que David Brent (de nuevo Gervais), el jefe protagonista, crea ser una persona graciosa cuando en realidad todas sus performances cómicas sólo provoquen vergüenza ajena. El espectador de *The office*, al igual que el de *Larry David* o el de *Lucky Louie*, sufre, pero ello no impide que también se divierta. El espectador de *Rockefeller Plaza* o *Community*, se divierte, pero ello no quiere decir que sus personajes no sufran.

Como se ha podido comprobar, pese a hablar de una nueva sitcom en singular, ésta tiene muchos padres y vástagos variados. Resulta difícil hablar de una única revolución cuando lo cierto es que el post-humor no puede analizarse como una proclama unitaria. Si algo tienen en común las diferentes muestras, eso es la negación de algunos de los atributos que consolidarían sin reservas su permanencia en el género. Según Carlos Losilla,

La nueva comedia se salta ese invento llamado clasicismo porque significa un orden que nunca ha perseguido (...) en esas estamos ahora: en la recopilación de las ruinas (...) la propia ficción comienza a adquirir extrañas formas, a deformarse, a atender peticiones de la sensatez, de la forma definida, (...) adopta distintas morfologías hasta llegar a la edad de oro actual que, paradójicamente, podría ser también su crepúsculo. (Losilla, 2010: 107)

La sitcom o comedia de situación vive una (r)evolución propia de la recién etiquetada edad de oro de la ficción televisiva. Aun no sabe exactamente a donde se dirige y es posible que nada más llegar a ese punto, deba cambiar de rumbo sobre la marcha, pero su andadura ya es larga y los nuevos terrenos pisados, consistentes.

La cámara ha abandonado el escenario único. El tiempo cotidiano e infinito se enfrenta ahora a su propia muerte. Los personajes se han liberado del peso del rol para adquirir conciencia. La empatía social ya no sirve como moraleja. La solución del conflicto pasa por la creación de uno más grande. La carcajada plañidera se ha anulado en aras de una mayor libertad narrativa. El personaje se ha amotinado contra la acción. El cómico es el nuevo texto y la situación es ahora el metatexto. La sitcom se ha olvidado del público generalista y busca un espectador especializado. Las fronteras de la comedia se han vuelto difusas. El disfraz de género está permitido. La realidad se ha convertido en un nuevo terreno para la comicidad. Los contenidos han adquirido profundidad y madurez. La historia televisiva previa se ha convertido en referente explícito. Las técnicas audiovisuales se convierten en nuevos mecanismos del humor. Se permite la entrada de un sujeto de la enunciación explícito. El espectador tiene permitida la entrada dentro del marco de la sitcom. Se añaden puntos de vista más allá de los del patio de butacas. El discurso es casi siempre autorreflexivo.

Todos los elementos han evolucionado y se han puesto al servicio de una nueva comedia donde el humor no siempre busca hacer gracia. Esta nueva concepción del humor maduro trae parejo el hallazgo de una audiencia reenmarcada y, en consecuencia, una relectura del concepto de género. El espectador actual no sólo reconoce las normas del producto, sino que necesita coexistir con los guiños de la metaficción o con el reconocimiento de los propios mecanismos

de la comedia. Para la audiencia de comienzos de siglo, el adjetivo ha superado al concepto, y el nuevo humor ya sólo puede ser inteligente.

Referencias bibliográficas

- Altman, Rick (1984): "A Semantic/Syntactic Approach to Film Genre" en *Cinema Journal*, Vol. 23, No. 3 , pps. 6-18
- Altman, Rick (2000): *Los géneros cinematográficos*. Paidós. Barcelona
- Álvarez, Rosa (1999): *La comedia enlatada*. Gedisa. Barcelona.
- Attallah, Paul (2010): "Television discourse and situation comedy" en *Canadian review of American Studies*, Volumen 40, Número 1, pp. 1-24
- Costa, Jordi (2010): "La (im)posibilidad de una risa" en Costa, Jordi (Ed.) *Una risa nueva*. Nausícaä. España
- Creeber, Glen (2001): *The television genre book*. British Film Institute. Londres
- Dent, Eric B. (2001): "Seinfeld, Professor of Organizational Behavior: The Psychological Contract and Systems Thinking" en *Journal of Management Education*, 25; 648-659
- Goffman, Erving (2006): *Frame analysis. Los marcos de la experiencia*. CIS. Madrid
- Griffin, Jeffrey (2008): "The Americanization of The Office: A Comparison of the Offbeat NBC Sitcom and Its British" en *Journal of Popular Film and Television*, Volumen 35, número 4.
- Hurd, Robert (2006): "Taking Seinfeld Seriously: Modernism in Popular Culture" en *New Literary History*, Volumen 37, número 4, pps. 761-776
- López, Jose Manuel (2009): "It's funny because it's true: la comedia de situación se abre a lo real", en Oroz, Elena y De Pedro, Gonzalo (Eds.) *La Risa Oblicua*. Ocho y medio. Madrid
- Losilla, Carlos (2010): "Historia de una deriva" en Costa, Jordi (Ed.) *Una risa nueva*. Nausícaä. España
- Mills, Brett (2004): "Comedy verite: contemporary sitcom form" en *Screen*, 45:1, pp. 63-78
- Mills, Brett (2005): *Television sitcom*. British Film Institute. Londres
- Mills, Brett (2009): *The Sitcom*. Edinburgh University Press. Edimburgo
- Mitell, Jason (2001): "A Cultural Approach to Television Genre Theory" en *Cinema Journal*, Volumen 40, Número 3, pps. 3-24
- Neale, Steve & Krutnik, Frank (1990): *Popular film and television comedy*. Routledge. Londres

PREVIOUSLY ON

Roas, David (2009): "Humores posmodernos. Hacia una epistemología de la risa en la (supuesta) Era del Vacío", en Oroz, Elena y De Pedro, Gonzalo (Eds.) *La Risa Oblicua*. Ocho y medio. Madrid

Scharrer, Erica (2001) "From Wise to Foolish: The Portrayal of the Sitcom Father, 1950-90s", en *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45: 1, pp. 23 -40

Taflinger, Richard F. (1996): "Sitcom: What It Is, How It Works" en *Washington State University*. [Consulta: 30.09.2010];

<http://www.wsu.edu:8080/~taflinge/sitcom.html>

vv.aa. (2009): "The language of laughter: a quantitative/qualitative fusion examining Television narrative and humor" en *Journal of Broadcasting & electronic media*. Diciembre 2009, pp. 497-514.

Series de Televisión

Bays, C. & Thomas, C. (creadores). (2005-) *Cómo conocí a vuestra madre*. EEUU. CBS

C.K. Louis (creador) (2006) *Lucky Louie*. EEUU. HBO

Crane, D. & Kauffman, M. (creadores). (1994-2004) *Friends*. EEUU. NBC

David, L. & Seinfeld, J. (creadores). (1989-1998) *Seinfeld*. EEUU. NBC

David, L. (creador). (2000-) *Larry David. Curb your enthusiasm*. EEUU. HBO

Fey, T. (creador). (2006-) *Rockefeller Plaza*. EEUU. NBC

Gervais, R. & Merchant, St. (creadores). (2001-03) *The office*. Reino Unido. BBC-2

Gervais, R. & Merchant, St. (creadores). (2005-07) *Extras*. Reino Unido. BBC-2

Gervais, R. & Merchant, St. (creadores). Daniels, G. (desarrollo). (2005-) *The office*. EEUU. NBC

Harmon, D. (creador) (2009-) *Community*. EEUU. NBC

Hurwitz, M. (creador). (2003-06) *Arrested development*. EEUU. FOX

McElhenney, R. (creador). (2005-) *It's always sunny in Philadelphia*. EEUU. FX

Moffat, St. (creador). (2000-04) *Coupling*. Reino Unido. BBC-2

Pegg, S. & Hynes, J. (creadores). (1999-2001) *Spaced*. Reino Unido. Channel 4

From *Téléroman* to *série télévisée québécoise*: The (coming of) Golden Age of Quebec TV

Yves Picard

The *téléroman* is Quebec's distinctive TV fictional genre. Unlike American TV *soap*, it is aired on prime time ; unlike Brazilian or Mexican *telenovela*, it is scheduled on a weekly basis ; unlike French *feuilleton télévisé*, it has original scripts, written by one or two authors ; and, unlike American TV *series*, it has shows which are open ended and endure for seasons of no more than a dozen of episodes. The *téléroman* is a TV national genre in its own right.

The popularity of the *téléroman* has been uninterrupted since the fifties and *La famille Plouffe* (1953). Since then, the *téléroman* has evolved in its content as well as in its aesthetic. While the text has been challenged by the social context since the beginning, the evolution of the *téléroman* aesthetic has been remarkable, especially in the new century's first decade. Indeed, no more afflicted by a studio aesthetic like the *soap* was, the *téléroman* has now a cinematic aesthetic much like the *series* has. While still a *téléroman* by its generic format, few describe it as such anymore. The new coined expression is "*série télévisée québécoise*."

This new semiotic system represents the Golden Age of Quebec TV. In this new *televisual* form, the perennial *talking heads* are more and more silent, because the *motion pictures* are more and more fluent. No more an *audio-vision*, the Quebec TV form in fiction is a *visual-aural* media. The gaze has replaced the voice. The small screen has been replaced by a bigger one, on the literal front in many households, but also in the figurative sense, by the fact that television has as acquired the *dimension* of cinema. The leadership chair has been occupied by a new *auteurial*: the screenwriter has been replaced by the director as the main driver of the show. The Quebec TV drama show as evolved.

To argue that the Quebec TV's new fictional form is indeed the fact that has being exposed, the text will address two questions. It will therefore be divided in two parts. First, the necessary question: what is a *téléroman*, both from a paradigmatic and a syntagmatic point of view? Secondly, the gritty question: how well did the *série télévisée québécoise* perform during the 21th century's first decade? Or to put it bluntly: is it truly Quebec TV drama golden age? To say it yet in another way: how can a society of 7 million people (much like Catalonia) produces a TV idiom, which has both a national role and a high quality status ?

A distinctive voice

The *téléroman*, literally *telenovel*, is Quebec's fictional TV form. It has a long history and many successes, and it is still a popular art form in Quebec. His longevity and vitality defies true logic: why does it surfaces and survives while there are a huge quantity of TV plays just south of the border and available for consumption in Quebec? American soaps or series have a popular appeal in Canada as a whole, so why does Quebec have its own fictional TV?

While being as North American as Americans or Canadians, Quebec people speak French. Their language is the *français-québécois*. Quebec society is distinctive on two cultural fronts: it

is different from its North American neighbors and from its European ancestors. *Quebecers* in North America are akin to the Brazilians in South America: they write a language which is clearly different from their spatial counterparts, and speak a language which is typically different from their temporal counterparts. While the Brazilians write in Portuguese, talk in Brazilian-Portuguese, and are surrounded by Spanish people, the Quebecers find themselves in the same situation on the French, *Français-Québécois* and English front.

Quebec people are *gens de paroles* (lyrics people): they exports singers (Céline Dion), songwriters (Luc Plamondon), playwrights (Michel Tremblay) and poets (Gaston Miron). The Quebec language seems to be better expressed by its artistic voices. (But lately Quebec has also exported the *Cirque du soleil*, a unique fest circus with no voices, a lot of songs and even more new images...). In other words, from a social and cultural point of view, Quebec society constitutes a nation. Yet, if the situation is a perennial political problem since Quebec's birth more than two centuries ago, it turns out to be an ideal venue for a television idiolect.

As Bazin would have put it: *What is television?* In words, the answer seems quite simple: it is a visual media. Like the word "telephone," the substantive television has a double sense: from a far distance, we are able *to look at*. But is TV truly a *visualicity*? In France academics use the word *audiovisual* to talk about it. In Quebec we often say, with unorthodoxy but also with certain wisdom: *As-tu écouté la dernière émission ? (Have you heard the last TV show?)* The word *audiovisual* is indeed in itself illuminating. It says: first comes sound, then the image. While cinema is for due reason and for everyone characterized as an image and sound media, TV, on the other hand, may be the exact opposite: a sound and image media, in that order.

The arguments in favor of this thesis abound. Television has historically followed radio. For that matter, institutional names of television networks say it loudly: SRC (*Société Radio-Canada*), CRTVE (*Corporación Radio Televisión Española*), RTP (*Rádio e Televisão de Portugal*), ERTU (*Egyptian radio and television union*). Nouns such as *talk shows* and *talking heads* have been coined because there was such a fact in the TV reality. Quebec TV shows titles sometimes spell the same idea: *Tout le monde en parle* ("Everyone's talking about it"), *Droit de parole* ("The right to speak"), *Pierre, Jean jasant* ("Peter and John talk"), etc.

Translation in both media is indeed different: while we read subtitles on the big screen, we often hear an overlapping of voices from the small one. The same is true of professional sports in general: visual elements are shown on the latter, while continuous speech is heard on the former. Hence, as J. Fiske and J. Hartley have stated in *Reading Television* (1978), television has a *bardic function*: it tells its stories to the community orally. TV aesthetic is, we have to face it, in its essence, a *mise-en-scène* of the speech.

Academics have see it. Indeed, as M. Chion has written in the aptly entitled *Audio-vision*:

As we have seen, the image defines the cinema ontologically. Now, the difference between cinema and television lies not so much in the visual specificity of their images, as in the different roles of sound in each. In *La toile trouée*, I wrote (with no pejorative intention) that television is illustrated

PREVIOUSLY ON

radio. The point here is that sound, mainly the sound of speech, is always foremost in television.
(1994: 157)

If talking heads are indeed more important than moving images in television, we are then able to understand why there is such an abundant TV production in Quebec or in Brazil. TV's own semiotic system is an opportunity for societies such as these to continuously speak out and show in that order its features to the world. Therefore, there is no great surprise in *téléroman*'s popularity in Quebec. As soon as Quebec's distinctive voice could be heard on TV, and its distinctive settings could be seen, success was guaranteed. The public applauded its own presence on the screen, even if it was a small one, because it gave it a chance to have a self in the mirror... while the film big screens have been and still are monopolized by Hollywood. In essence, the *téléroman* has flourished on the small screen because it has given the nation a *mediatic* voice and territory, within the realms of the collective imaginary landscape.

A brief history of the *téléroman*

From the 1950's to the mid 1980's, the *téléroman* was shot in studios, as the soap was, and had a vision that looked backwards, but that didn't matter to Quebec's television public. Nobody cared if the aesthetic was similar to primitive cinema. Mise-en-scène was based on staging the dialogue exchanges within fake sets, captured by three cameras at a very slow dramatic pace. But, as in *Bonanza*, *Dragnet* or *Star Trek* in US TV, it was sufficient in itself, for this was the Quebec TV 1st age (not golden yet).

Besides, characters in *téléromans* dealing with the past like *Les Belles histoires des pays d'en haut* (1956-1970) or *Le temps d'une paix* (1980-1986), or with the present like *Quelle famille !* (1969-1974) or *Jamais deux sans toi* (1977-1980), were speaking in *français-québécois*. So while the shots were stoic or redundant, the speeches were at least, or at last, vernacular. It can even be argued that zero degree style (Barthes, 1952) is a better way to take control of speech in audiovisual medias. Indeed, on both the production and the reception sides, focus can be made on, and pleasure can be taken in, the distinctive mother tongue of any nation.

While the aesthetic of the *téléroman* was stagnating, content evolved with Quebec society at an extremely fast pace. Between the early 1960's and the beginning of the 80's, the nation overcame a Quiet revolution, went through sexual liberation, lived industrial transformations and has achieved political emancipation. In sum, people changed from being *French-Canadian*, in a past tense society, to being *Québécois*, in a future tense one. TV fiction, as theater and music, could not escape the changing and prevailing attitudes; it gave it new norms and new values. In TV historical pieces, it gave right to a rereading of the past. In TV comedies, the clash of old and new mentalities nourished the laughs, while in TV dramas, it was echoed with tragic tones and tunes. To assess the evolution of the *téléroman*, suffice to compare aforementioned Quebec TV objects produced in different decades: the further they are from one another, the clearer the picture of the evolution of mentalities appears to be.

The *téléroman* underwent a makeover in the mid-1980's. While the format endured, style and

values changed a lot. In tune with the advent of new channels in the TV landscape, notably *Musique+* (an explicit clone of MTV network) and *TQS* (an implicit clone of Fox network), both launched in 1986, the *téléroman* was replaced by the *télé série* on that same year. *Lance et compte* (1986-1988) was set in real locations, shot with one camera and with a fast editing scheme. With it, the Quebec TV fictional form deserted the French paradigm in favor of the US TV syntagm. The cultural shift came after the failed referendum of 1980 and pointed out a new climate: welfare state and national challenges became less appealing than free market. Accordingly, characters stopped being “losers” and became “winners,” which could be viewed as a revenge for the lost political debate. That the style echoed the *hollywoodian* manner, and lavish production values, with underworld shows such as *Omerta* (1996-1999) and cop shows such as *Fortier* (1999-2003), was not a big debate for the TV viewing public; instead, it was a welcomed new move. The *télé série* proved that the Quebec TV fictional form could do as well as the normative occidental audiovisual form. At last, Quebec was showing that the self in the mirror could be as interesting and powerful as... the one of the Other. The *télé série*, which endured from 1986 to 2004, would have been a symptom of the alienation phase, if it had not been overshadowed by a trilogy that gain both popular successes and critique esteems. Indeed, almost in parallel, from 1993 to 2003, three 30-minute shows revolutionized Quebec television: *La Petite vie*, *Un gars, une fille*, and *La Vie, la vie*. Each was different by the world it was depicting, but the three were as noted united by their very format and by a shared common stylistic trait: self-reflexivity.

La Petite vie came to this result by staging a dysfunctional family in the *téléroman* world, and even by setting it up to reach its most absurd conclusion. In the hyper-codic kitchen, the mother kept talking to her turkeys while the father did the same with his garbage bags or miscellaneous machines. When they stopped their alienated discourses, their dialogue became soliloquy: they could only enunciate one-liners filled with repressed anger. Their children were as disconnect from the real world as they were, if not even more. All the while, the author put emphasis on the TV set as the center piece of concern. Clearly, *La Petite vie* was intended to be decoded at the second level. Content-wise, it was revolutionary because of its inter-textuality and for illustrating the resentment linked to a repressed need to be love.

Un gars, une fille went further in the subjective landscape. Set in a contemporary Quebec, it showed that women and men are living in different gender planets. The world view was as lucid as warm. The two main characters, Guy and Sylvie, lived and debated all the time but assumed further and further their differences as the shows progressed. Characters moved in and out of the frame, while the camera remained stoic; some characters were even staged in the foreground and back to the camera, as a visual obstacle and a forever denial of identity. The result was a new one for Quebec television: off-screen finally came to life, the camera acquired a certain level of autonomy, and the author put emphasis on his point of view. (The show was also new in the world of TV landscape as a whole and across the world: the format has been subsequently sold to twenty countries, including such different societies as France or Ukraine). Furthermore, at the end of the sketches, images were often empty in content, but full of graphic

effects, without dialogue, but with jazzy commentary songs. The style was educating the public to accept and appreciate the modernist approach to TV making.

And then came *La Vie, la vie*. This project is still to this day unique: three seasons of 13 episodes each, or 39 episodes in total, within which each had its title, theme and style. The full spectrum of this series could have been titled in homage to one great film : *39 Short Films About The Life, the life*. To say that it was a masterpiece would be an understatement. It was a tipping point in many ways. *La Vie, la vie* was as harmful as it was elegant. Five characters with their own view on every matter, shot as if the future of Quebec TV resided in its quality. With *La Vie, la vie*, the *téléroman* gave birth to the author as *metteur en scène*, like it is in cinema. Nothing could be the same thereafter. The *téléroman* had evolved up to the point where it was about to change. If at the beginning of *La Vie, la vie* the dialogues and the voice (of the screenwriter) were as important as they were before, at the end, a new semiotic system emerged: the images and therefore the director's point of view were, at last, as important as the dialogues and the screenwriter's voice, if not more important. *La Vie, la vie* was on air at the start of the first decade of the 21st century and gave birth to the Quebec TV's Golden Age.

In sum, Quebec's television landscape has clearly changed since the publication of *De La famille Plouffe à la Petite vie* (Desaulniers, 1996), which dealt with *téléroman* as a whole and thought it from a sociological perspective. Sadly, since then, the author of the aforesaid work hasn't updated it (he died in 2005). Unfortunately, in surplus, nothing has been published ever since regarding Quebec TV's drama as a whole. As a matter of fact, dozen of works by graduate students have been done in parallel, at master's or doctorate levels, but only one was published (Aubry, 2006). Besides, these works, while offering interesting and often stimulating ideas, are more focused on particular cases by means of academic criteria or time schedule. The conclusion is blatantly clear: the Quebec idiosyncratic TV genre is still ambiguous, if not negated, and his evolution even more unclear, if not unknown.

Hence, the first part of the text, which is a sketch of the study I have already published for undergraduate students: *Quand le petit écran devient grand* ("When the small screen becomes bigger") (Picard, 2010) and which is a preliminary report of a forthcoming doctoral thesis : *De la voix au regard. Étude esthétique de la fiction télévisée québécoise de ses débuts à nos jours* (to be presented in 2012). This being said, a question is still unanswered. To be more precise than I have been in the introduction, this question is the following : How well did the Quebec fictional TV performed during the first decade of the 21st century, after *La Vie, la vie*?

A long view of the *série télévisée québécoise*

How well did it perform since the aforementioned TV masterpiece? Well, very well, indeed. Let us align a series of successes, which will serve to prove this point. *Rumeurs* (2002-2008) has been remade for (English) Canada in 2006. *Minuit, le soir* (2005-2007) won three first prizes at the same international competition in Reims in 2007. *Les Lavigueur* (2008) won *the FIPA d'argent* at Biarritz and the *Rose d'or* in Lausanne in the same year and has been remade for

Antena3 in Spain as a movie titled *El Gordo*. *Le Coeur a ses raisons* (2005-2007) has been aired on NRJ 12 in France since 2008. *Les Bougon, c'est aussi cela la vie !* (2004-2006) and *Les Invincibles* (2005-2009) have been remade for France, the first in 2008 for M6, the second in 2010 for ARTE. *Aveux* won the prize for the *Best French TV program (all categories)* in Banff in 2010. *Les Parent* (2008-...) has been sold since its inception to Spain, Greece, Russia and Israël. And *Taxi 0-22* could be object of a remake for HBO by Gandolfini.

Clearly, the Quebec TV's distinctive fictional form is being the object of an international recognition since *La Vie, la vie*, on the critical front, in prizes, and on the commercial side, in sales. For due reasons: after *La Vie, la vie*, in tune with the turn of the century, *téléroman* became *série télévisée québécoise*. Indeed, Quebec TV's drama is a serial narrative within a national framework, as excellent as any other top-notch national TV on the international market. It belongs to the *Quality TV* realm (McCabe and Akass, 2007). The authenticity and originality of these productions are encoded in its speech and in its images. That being said, let us again put it as Bazin would have if he had studied TV: *What is the série télévisée québécoise ?* The answer: it is diverse and it can be anything, provided that it possesses two distinct features. On the one hand, a national speech and the distinctive mentality that comes along with it; on the other hand, and now equally important, an enunciative form.

The former property does not need any discussion; it is a truism. The latter is more complicated for practitioners as they have to invent always new twists to be, at least, as expressive as the last one, at best, even more original than its predecessors. It is also more complicated for spectators because they have to acknowledge the manner, the style of these new formats. Indeed, self-reflexivity also works the other way around: the spectator has to know the code, and has to be able to recognize the style. As if this was not difficult enough, he needs to keep an open mind: styles per se are always different. Godard is not Tarantino, but both have style (whatever we may think of their respective world view).

Since 2004, which is perhaps the year of the *birth of the notion*, the *série télévisée québécoise* has added almost five excellent series per year. Considering the space limitation, the next journey, and the second part of the text, will be limited to ten series that have been aired from 2004 to 2010. This ensemble will serve to establish a coherent system with a national mentality towards themes and an international form regarding style. It will be discussed in the synthesis as an exemplary manifestation of the TV 3rd Golden Age. At that point, we will be even in position to discuss why it came to light during the new century's first decade.

While it could be said that the actual US Quality TV system has to pay tribute to *Twin Peaks* for its explorer role, the same is true of *Grande Ourse* (2004) and *L'Héritière de Grande ourse* (2005), two series of ten episodes of sixty minutes each with open narratives. The analogy is not far-fetched, since *Grande Ours* obviously paid homage to *Twin Peaks*. Like this American series it was set in a small town build around a factory, with interiors made out of wood, full of kitsch objects and filled with even more strange behavior from the characters. As with the famous Lynch series, the normative is actually a disguise: beneath the surface, vivid desires and images

are waiting to violently emerge from the unconscious or erupt from the subterranean. In the first Quebec series, these images were video ones showing rabbits in heat. (*Grande Ourse*, for that matter, has been made...before *Inland Empire*.)

Grande Ourse and its sequel both have been written by a young author (F. Ouellet) who at that time had just come out of the Quebec Media School (INIS), and which had been directed by the *telemaker* (as we say filmmaker) of *La Vie, la vie* (P. Sauv ). Hence, the series was as fresh as stylish; while the dialogues were frequently offbeat and the themes dealt with the paranormal, the *mise-en-scène* was elegant on two fronts. On the one hand, the sets were being shot by someone who obviously took pride at his craft. On the other, the moves of the actors and the camera were orchestrated with wit by an audiovisual artist: characters talked to each other from background to foreground, moved onscreen from opposite directions or appeared elsewhere by virtue of the montage. The edgy style gave depth to the eerie theme. In fact, it can be argued that *Grande Ourse* could have been a success if it had been shown later, since at the time TV sets were too small and still in the 4:3 aspect ratio, and the series was too new. As *Twin Peaks*, it was ahead of its time. The same thing can be conceived the other way around: *Grande Ourse* and its sequel were the opening act of the *série télévisée québécoise*.

The two innovative series would have been forgotten stars if they had been the only two in the Quebec TV sky. On January 2004 while *Twin Peaks* was remade with a self-reflexive manner, *La Famille Plouffe*, the matrix of the *téléroman* for that matter, was also object of a *redux* process with *Les Bougon, c'est aussi cela la vie !* (2004-2006). This series consisted of fifty 30-minutes episodes, each with closed narratives, but united as an ensemble by a dramatic arc. The three seasons, which could be viewed as a trilogy, were written by a novelist (F. Avard) and a stand up comic (J.-F. Mercier) and directed by two *telemakers* (A. Desrochers, and D. Grou a.k.a. Podz, who are also filmmakers). The analogy between the two shows is uncanny. The Bougon family of the new century's first decade was like the Plouffe family of more than fifty years ago. For example, both were working class families with a wise mother, a sardonic father, and their children of different sexes and ages. In fact, both were a bound group in front of changing times. But the thematic similarities end here. While the Plouffe family was naïve and made us smile, the Bougon family was tricky and made us laugh loud... because in each episode they invented new twists to take profit of the system. In the end, they take the money and run, laughing all the way to the bank. Their victims were masters of the universe: landlords, businessmen, bureaucrats and politicians. Les Bougon were narcissistic Robin-Hooders: they stole from the riches to be less poor. The subtitle said it clear and loud with irony : *this is also life!* (a clear wink to the previous SRC series *La Vie, la vie*).

The very first scene of *Les Bougon, c'est aussi cela la vie !* set the tone. Filmed as the opening of *Ugly, Dirty and Bad* (Scola, 1976), the series was as satirical as elegant. As *Curb Your Enthusiasm*, it was a single camera sitcom. As *Entourage*, it had filmic ambitions. Staged in real locations with expressive lighting, its style was a mixture of the documentary approach and the manners of art. The director's view was autonomous: the camera moved freely in space from

one character to another, from one room to another, from inside to outside, and from the inner circle to the outer circle. The dialogues were *mise-en-scène* in shots and reverse shots, as they usually are in the audiovisual realm, but these moments weren't the only vital ones. They were the meal, but not the appetizer, and certainly not the dessert. Before or after the laughter, there were moments of silence and emotions, where the images spoke by themselves and where the montage didn't need the music to dramatize the scenes. The series had the texture of a social canvas narrated by bardic voice and staged by an *auteurist* gaze.

Then came *Minuit, le soir* (2005-2007), a thirty-nine episodes series, each one also of 30 minutes, but this time of open-ended stories. The three season series, which could also be viewed as a trilogy, was written by two friends (P. Y Bernard and C. Legault) and directed by the aforementioned Podz. It has been praised for its cinematic style. For those who thought that the TV screen is a small one, *Minuit, le soir* came as a shock. Not only did the camera moved freely in the *diegetic* space creating an autonomous point of view like the previous series, but out of focus shots, telescoping time and completely silent sequences abound as well. In fact, the manner was in adequacy with the series themes: images and sounds were disconnected, while the characters were having trouble in connecting with their inner world. In the series, both the thematic and the stylistic were orchestrated as systems of alienation.

Minuit, le soir centered on three male characters who were bouncers in a bar and who were not only in conflict with clients, but with themselves. The episodic violence was more beneath the surface than graphic: the three male figures were in a psychic warfare with their past, their hidden sexual desires and the dominant male attitude. As the Beatles would have sung, this was truly *a lonely heart's club band*. They were way less than supermen: they were in fact out of touch men, almost estranged from their own manhood. In the promo, the three leading men were walking towards us, like the women of *Sex in the City* but with much less independence. Since they were older and poorer than their female counterparts, the series may have been titled: *Sad in the City*. In fact, the series could have been on the cover of any film magazine in Quebec or elsewhere. Its presence would have been a necessary statement: the *série télévisée québécoise* is alive and well, and living in Quebec, in a realm not unlike cinema.

The *série télévisée québécoise* isn't exclusively a dramatic universe as *Les Bougon, c'est aussi cela la vie !* has proven. Since the Quebec fictional TV system is small in comparison to nations like the USA or the UK, distinctions between soap, series and sitcom seem here superfluous. The *série télévisée québécoise* is one of closed or open stories, with a dramatic or satirical tone, and in 30 or 60 minutes formats indistinguishably. However, TV professionals know what the US TV genres are and what they mean. Hence *Le Coeur a ses raisons*, a "soap on dope," which was the first Quality TV series to be aired on the private network.

Le Coeur a ses raisons (2005-2007) was staged as if extraterrestrials tried to mimic terrestrial TV images they had captured by their satellite dishes, with voices and dialogues being recorded by an alien nation. The eccentric and out-of-control characters were rich and lonely individuals in a dysfunctional family, living stereotypical conflicts. Men and women of different generations

and in constant turmoil were performed by the same male actor; a naïve nurse in white uniform or a bitchy woman in black dresses, both with outsized fake breasts, but with inside jokes, were played by the same actress; two brothers, one white, one black, were played by the same white actor with different accents; babies were puppets and were thrown in the air like basketballs; exterior sets had visible plastic trees ; and everyone spoke with a parodied *French-Parisian* accent (which is very different than the Quebecois accent). The series was clearly intended to be decoded at the second level: the referent wasn't reality, nor was it representing a national reality, but rather the US soap shown on foreign markets. *Le Coeur a ses raisons* was akin to a *Saturday Night Live* skit but dubbed specifically for the French in France (but made by the French of Quebec).

Le Coeur a ses raisons was in fact doing for a US TV genre what *La Petite vie* had previously done for the *téléroman*: it was a hyper-reflexive act. The series was a real pleasure to heard... and to watch. It still can be viewed on and on without exhaustion, often with smiles on screen and laughs between takes and applause in living rooms during the shows. Nonetheless, the public's reception came as surprise. While in Quebec the series was a bit successful, in France it became a cult TV classic. In both societies the series "visuals winks" were decoded at the second level with the same joyful reactions. But can we say the same thing of the aural double-entendre? Is it possible that the *French-Parisian* accent had been taken in France as simply a French parody of US soaps? If so, it would remind us of the perils of the second level reading: it must indeed be acknowledged to be effective.

The problematic second level, or the *second degree of literature* (Genette, 1982), is at the center stage of the interesting series of this new TV landscape in Quebec. For instance, two series of the last five years have been condemned or applauded, precisely because of the reading level involved. On the one hand, the three seasons of *Les Invincibles* (2005-2009) and the four seasons of *C.A.* (2006-2010) have been viewed as depictions of the *thirtysomething* generation's incapacity to get out of the teenage mentality of *sex, drugs and rock'n'roll* in favor of the values of maturity (work, engagement, family). The four male characters of the former series or the two male and two female characters of the latter series were all obsessed with themselves, also by their sexual desires (a lot), their career (a bit) and their broken hearts (a load). They were narcissistic individualists. But during the series, they evolved and surprised us. So to say that they were despair role models in unfair.

Les Invincibles and *C.A.* were stylish, not in the sense of lavish images as the *CSI* series or because of its temporal telescoping as *Lost*, or its hyperactive editing as *24*, but... in the manner of the modern cinema of the sixties. *C.A.* for instance was a Quality TV's textbook: indeed, as often with W. Allen, present and past were shown in the same frame. While a character told his or her sexual adventures to the other three, the editing was not a fade of takes, as usual, but a *mise-en-scène* within the shot. Thereby, imagine four characters by a poolside and a short story of a sexual intercourse in an empty classroom performed by the teller, with sarcastic remarks made by the other three present in the narrator's space, but still in swimsuits. The result was at

first astounding, at second exhilarating. The form had style. The view was interfering with the talks of the characters. It had the maturity they lack.

Les Invincibles also had modernist manners that intervened with the *adulescens* of its protagonists. In this case, instead of being endogenous the style was exogenous. The series was a mixture of three layers. On zero degree level, it was the quest of four guys and the conflict with their four girlfriends. On the first degree, it was the visualization of their superheroes inner-world shown as it is: in cartoons. On the second degree level, it was the story they tried to tell to a fictitious documentary crew but weren't able to tell clearly, caught in the entanglement of their confessions. The leaf of the three layers of meaning created a patchwork, that constituted some sort of predestination: they had a past full of visual BD images, but a future full of aural TV disclosures. This form also had style. It gave a clue. It was a signifier in itself. It was different than self-reflexive: it was enunciative.

But, as noted before, the second degree has to be acknowledged to be effective for the telespectator... or the critic. Thus, while the aforementioned arguments tend to consider the last two series as quality TV ones, it must be said that a serious review has stated recently that the two previous *téléseries* offered deceptive mirrors to viewers (Létourneau, 2010). The second degree style in the TV intellectual realm or the Quality TV style is still a matter of debate. Does a TV series is a matter of themes only or does the TV style exists in and for itself. Does TV style contribute to a given world view? Can it distinguish itself from the content to the point where it can provide an autonomous point of view, carrying an *auteurist* gaze by itself? The debate is a done deal as far as cinema studies are concerned, since cinema is an art; therefore films can be *authorials* and indeed many independent movies achieved it. The same debate is less than a closed one in TV studies. Who can say that TV has become an art form with the advent of the aforementioned Quality TV in this new century's first decade? We do in this text, perhaps for the first time in Quebec's media studies.

In the same line of reasoning, the mini-series *Les Lavigueur, la vraie histoire* (2008) pushed the envelope of the *série télévisée québécoise* one step further. The six episodes mini-series, each of 60 minutes, with open ended stories, won two prestigious prizes from two TV festivals in less than six months. It could be argued that it's a masterpiece. To put it bluntly: the series offered a Wong Kar-Wai aesthetic of a working class family tragedy. The story of the Lavigueur family was not a family Plouffe drama variation and it was based sadly on a real event : they were poor, won a lottery and suddenly had a lot of money, but sharks and media vultures circled them, so they lost all they had, even what they had before and what was essentially priceless, family ties. The backbone structure of the mini-series was operatic, with a rise and fall story, full of powerful performances and broken dreams along the way. The series attain the Quality TV domain by its elegant *mise-en-scène*.

The opening titles of the first episode set the emphatic tone: under a score which exalts the simple life of the poor, images shot with telephoto lens of children having fun in alleys, girls sunbathing on a roof, people chatting on balconies and pigeons behaving in groups abound; relating each other

by a smoothly and consolidated editing style. When the Lavigueur father appeared on screen the style took full sense: the family members were de-framed, with out-of-focus surroundings and objects in the foreground, acting as constant visual obstacles. Furthermore, they moved from off-screen to onscreen or the inverse, while the camera remained static. The effect was subtle but relevant: the members of this family were isolated on a formal basis, right from the start. Therefore, the following acts were not surprises. The style here also gave a clue. Moreover, each shot and sequence, some in saturated yellows and others in profound blues, demonstrated the stylistic control of the *mise-en-scène* while at the same time marking the memories. With its craftsmanship, it achieved excellence and managed to make emotions real and profound for the viewers, filling them with raw emotions.

The series *Aveux* (2009) raised the bar a notch above, therefore demonstrating that the *série télévisée québécoise* is an artistic relay race: series tried to surpass the ones who preceded and often succeeded in doing so, mainly at the public network SRC. It shall be emphasized that a bunch of other television shows prefer to follow the trend, mainly on the private network TVA, while others confine themselves to the sideshow, mainly on the still not gainful private network TQS-V or the still not popular educational network TQ. The song remains the same throughout the adventure of the Quebec fictional TV form: the development was, and for the most part still is, a SRC (thus public) achievement. The premium cable network in Quebec *SuperÉcran* prefers to support the cinema, in part, and to make profits, in full. The effects are precarious budgets for both television... and cinema.

The series *Aveux* made a lot with very little. It was full of whispers and silences. It was about hidden emotional events, real nightmares that were repressed, but, as the story went, reappeared one by one through characters and style. It was about a son's return, his mother's culpabilities, his father's pain, his wife's discovery, their neighbor's drama and the family's reunion(s). It was about life, within a tragic structure, and this would be a melodramatic stance if it weren't transcended by a poetic style. The series, which was written by a theatrical author (S. Boucher) and directed by an experienced *telemaker* (C. Desrosiers), and which was a unique occurrence of twelve one hour episodes, a kind of a mini-series on the long haul, offered a *televisual* form of a rare consistency and relevancy. It gained more and more viewers as it was aired weekly.

The series *Aveux* was a brilliant adequacy of the *televisual* form and content of tragic dimensions. Indeed, while the main characters were restraining their inner thoughts, due to the laps of time and the burden of fate, and were remaining silent in well composed frames, the aural made the point: their voices and words precede their visual presence. It was as if the sounds were ghostly. Not only were they disconnected from their audiovisual counterparts, but, they lived by themselves, so to speak. This in return built up the platform for their potential eruption. In other words, they were chasing the images, striving to fill the gap between the real and the emotional. Therefore, the reader will not be surprised to learn that, when the sounds and the images finally achieved synchronicity, when the past rejoined the present, tears weren't anymore for fears. *Aveux* won its title: confessions finally made.

The new century's first decade of the Quebec fictional TV form ended in 2010 with an apotheosis. We may say in the future that *Aveux* was its nadir, one year before the finish. But stories are often never ending and the *série télévisée québécoise* is not an ephemeral advent. It will continue its course. So, it's no surprise that the last series to be considered, **Musée Éden**, has an already announced sequel. This last series even had one more nomination than *Aveux* at the Quebec TV industry 2010 competition, *Les Gémeaux*. How did this happen? Simply put, *Musée Éden* was a Quality TV's thriller, with a *made in Quebec* cachet.

Musée Éden, which was written by G. Desjardins and directed by A. Desrochers the aforementioned *telemaker* (*Les Bougon, c'est aussi cela la vie !*) and also a filmmaker ever since (*Nitro*, 2007), and which consists of nine one hour and open ended episodes, was a historical TV narrative set in Montreal at the beginning of the 20th century. The city representation was worthy of an historian's research: the Quebec metropolis was full of dust, with narrow streets, prostitutes openly on the sidewalks, opium houses and corrupt police officers in back alleys. Clearly the city image was without concession to the usually accepted postcard mentality. The series offered a contra representation of a gentle nation in the making. Montreal's *Musée Éden* was a misery world populated by misfits. It had a Dickensian mindset and could have been made by D. Milch. It even had a forensic scientist as the *CSI* series, who was a lone male working in a well light white set, which is by the way more realistic.

That being said, *Musée Éden* was full of Quebec content. The protagonists were two young sisters in vintage dresses, who came in town to take control of a macabre wax museum, due to an inheritance. They weren't the naïve blond girls of so much American TV series. Symbolically, the elder one was played by a blond actress who changed the color of her hair at the director request; she had a red flame colored hair, covered with hats. In fact, they were heroines, as often in the Quebec culture, who had to fight murderers, extricate from domestic violence and face a patriarchal mentality which was everywhere, from the courthouse to the hospital, without forgetting the weight of the catholic religion. The themes of *Musée Éden* were as the settings: contemporary's readings of the past. It can even be argued that of the two heroines, the youngest was truly a brown hair naïve girl, but the oldest, a feminist in disguise. In surplus, characters had the Quebec mentality: they were ordinary people united against the odds, with a progressive if not socialist journalist in the front row denouncing the fat cats.

Musée Éden was a well written script within a well conceived concept. It also had a reflexive style. As noted before it was set at the beginning of the 20th century, and it had the styles of the period. In action sequences, the angles were low or Dutch, the lighting was expressive and contrasted, and the colors were saturated browns and blacks. Clearly the style paid homage to the German expressionist movement. In transition scenes, the frame, the distance and the angle seemed as if had been crafted by Griffith. The opening scenes were montage sequences, obviously for mystery purpose, with winks references to the Russian montage school. And for the skeptical spectator, the love interest of the youngest sister was a young man trying to invent movie machines that immersed the viewers in black and white films. Repeatedly, *Musée Éden*

was eyeing cinema accomplishments as sources of meaning and of consistency.

Aftermaths and afterthoughts

During the 21st century first decade, the TV landscape changed in a significant number of countries. In an exemplary fashion, US TV reached its 3rd Golden Age arguably even before the start, with the three *S* series of HBO (*Sex in the City*, *The Sopranos*, *Six Feet Under*). Indeed, the prestigious film magazine *Les Cahiers du cinéma* aptly called this (r)evolution an *Age d'or* in a famous special number (2003). Quebec TV participated in its own fashion to the international Quality TV quest.

Due to a long hibernation in the studios during the *téléroman* period, which lasted thirty-three years (1953-1986), and the subsequent acceleration which endured almost twenty years in two parallel passages, on the one hand the *télé série* (1986-2004) and on the other the *trilogie* (1993-2003), the *série télévisée québécoise* started the 21st century first decade a bit late, four years later, in 2004. But in less than six years it went full blown and full circle. From references to TV's past or its respectful homage to cinema's past, Quebec's small television screens became bigger in virtual dimensions as well as in ambitions, constantly in tune with the advent of the bigger HD TV actual dimensions. While voices and dialogue still endured in the *série télévisée québécoise*, images and point of views spoke more all by themselves. While the aural was still meaningful for obvious reasons of intelligibility, the visual of Quebec TV's new form was becoming a mean of production, if not the main factor of sense.

In fact, its style is now as elegant, original or self-reflexive as the cinema style may be in artistic good hands, probably due in part to another technological evolution. The whole creating process in both audiovisuals media is now digitally made, from storyboarding and shooting to editing. Nowadays, young people are directing videos for academic purposes or for themselves with cameras and software editing tools that are often the same as the one used by professionals. So to say that TV is a small screen, in a pejorative sense, is an outdated formula; to say the reverse, which is that TV as now attain a quality status and is becoming an art form is not that far-fetched, either. But if the quality status of today's TV dramas seems appropriate, its art form status is another ball game altogether. Even though one academic has recently said that, « This the fate of a technology that is moving from an object of denial to an *objet d'art* » (Miller, 2010, 179), to put the words TV and Art in the same sentence still seems inappropriate for many people. These ideas may change in the not so distant future.

Since we're in the last paragraph of the text, a complete reasoning can't be fully achieved. Suffice to say those final remarks, though. Publics have an insatiable appetite for images, if they are realistic. That's the case since the ages of time. All the while, media evolved and replaced each other. As two scholars have put it, this process can be called *remediation* (Bolter and Grusin, 1999). In their words, two principal styles give dynamic to the cultural process: *transparent immediacy* and *hypermediacy*. This process can be explained differently. Two centuries ago, photography replaced painting as a way to represent the real. Therefore, the

modernist art of painting could emerge, post facto. As we know this decisive period gave birth to the Impressionist movement. But, the remediation didn't end there, since there have been new media ever since. At the 20th century's beginning, the same became true of the effect of the advent of the cinema on photography. Fifty years later, the same dual process involved this time TV and movies. But, it's clear in minds that painting became artistic due to the advent of photography, it's not as clear for the effect of television on film art. Nonetheless cinema became modernist, less than a decade after the advent of the television. So here we are, this time at the 21st century's beginning, more or less another fifty years later. What is the contemporary media landscape? Where are the realistic audiovisual depictions which glue the new generations to screens of whatever dimensions? On (big) TV screens? No, baby-boomers were children of the TV screens. *Xers* are glued to their *computer* screens. They are fully impressed by their videogames or fully immersed on the Internet or both ways. Is it therefore inappropriate to put the words TV and Art in the same sentence, nowadays? Maybe the 21st century first decade will be known as the tipping point in the TV evolution, as the mid 20th century did for cinema or as the late 19th century did for painting. It could well be the case for Quebec's television, for the US television and for others. *To be continued...*

Works cited

- Aubry, D. (2006) *Du roman-feuilleton à la série télévisuelle. Pour une rhétorique du genre et de la sérialité*, Berne : Peter Lang
- Barthes, R. (1972), *Le degré zéro de l'écriture*, Paris : Seuil. Coll. Points
- Bolter, J. D. and Grusin, R. (1999) *Remediation. Understanding New Media*, Cambridge : The MIT Press
- Cahiers du cinéma* (2003) «Séries. L'Âge d'or», Juillet-Août2003, no.581
- Chion, M. (1994) *Audio-vision Sound on Screen*, New York : Columbia University Press
- Desaulniers, J.-P. (1996) *De La Famille Plouffe à La Petite vie*, Québec : Musée de la civilisation & Fides
- Fiske, J and Hartley, J. (1976) *Reading Television*, London : Routledge
- Genette, G., (1982), *Palimpsestes ou La littérature de second degré*, Paris : Seuil. Coll. Points
- Létourneau, K. (ed.) (2010) «Le Québec au miroir de ses téléséries», *Argument*, vol. 13. no.1, Automne 2010-Hiver2011
- McCabe, Janet and Akass, Kim (ed.) (2007) *Quality TV : contemporary American television and beyond*, New York : I. B. Tauris & Co.
- Miller, T. (2010) *Television Studies, the basics*, London : Routledge

PREVIOUSLY ON

Picard, Y. (2010), *Quand le petit écran devient grand*, (2^e éd.) Montréal : Sur mesure, éditeur

Note

DVD of the aforementioned Quebec TV's fictions can be purchased from Canadians e-commerce sites (archambault.ca or amazon.ca) or from their TV distributor (imavision.ca). For the most part, they are encoded in NTSC (Zone 1) and are in *Français-québécois*. They can also be viewed in streaming at Société Radio-Canada web site (radio-canada.ca) or at a Quebec TV web site (tou.tv), provided they are still available at the time of the reading.

Vampiros en la ficción televisiva del siglo XXI: El mito inmortal

Ana M^a Caro Oca

Aunque desde comienzos del siglo XIX (Auerbach, 1995:1) el vampiro ha sido un elemento constante en la cultura popular, durante la primera década del siglo XXI esta criatura de las tinieblas ha conquistado una enorme variedad de productos de la industria del entretenimiento a lo ancho y largo del globo. Toda la producción vampírica anterior palidece ante la cantidad de obras surgidas desde los primeros años del nuevo milenio. Cine, televisión, literatura o cómic, no hay arte o medio que haya quedado inmune al encanto del chupasangre.

Esta fiebre por el vampiro surge primordialmente en el ámbito literario, donde está encabezada por el fenómeno de ventas *Crepúsculo*⁴, saga sin la cual, juicios de calidad aparte, es imposible entender la visión actual del mito. El *boom* no surge de la nada, pues ya en los noventa disfrutaron de un moderado éxito tanto la teleserie *Buffy Cazavampiros* (*Buffy the Vampire Slayer*)⁵ como la adaptación por Neil Jordan al cine, en 1994, de la novela de Anne Rice *Entrevista con el vampiro* (*Interview with the vampire: The vampire chronicles*)⁶. Sin embargo, la obra de Stephenie Meyer, que se publicó en 2005, y su adaptación cinematográfica (*Twilight*, Catherine Hardwicke) estrenada en 2008, llevaron en poco tiempo al vampiro a convertirse en un auténtico ídolo de masas prácticamente de la noche a la mañana. Los seguidores de esta franquicia, principalmente adolescentes, demandaban más y las industrias culturales actuaron en consecuencia produciendo (y rescatando del olvido) numerosas obras de ficción vampírica y paranormal, principalmente en forma de libro. Otra de las producciones más relevantes para el género en estos años, el film sueco *Déjame entrar* (*Låt den rätte komma in*, Tomas Alfredson, 2008) proviene igualmente de la literatura, pues lleva al cine la novela del mismo nombre de John Ajvide Lindqvist, autor asimismo tanto de su guión como del de la posterior versión estadounidense (*Let me in*, Matt Reeves, 2010). También en la pequeña pantalla se han producido diversas adaptaciones de series literarias como *True Blood*, *Crónicas vampíricas* (*The vampire diaries*) y *Blood ties*⁷.

Centrándonos en este ámbito, aunque anteriormente existieron algunos acercamientos al mito como el serial de los años setenta *Dark shadows*, la policiaca *El señor de las tinieblas -Forever Knight-* o la ya citada *Buffy Cazavampiros*, es en esta década cuando se produce un verdadero

4 Según la página web de Alfaguara, su editorial en España, los libros de la saga han vendido más de 100 millones de ejemplares en el mundo [Consulta 7.12.2010]: <http://www.librosalfaguarajuvenil.com/es/libro/la-segunda-vida-de-bree-tanner/>

5 Emitida de 1997 a 2003, es la ficción televisiva sobre vampiros que mayor tiempo ha resistido en antena.

6 Debutó en el número uno de películas más vistas durante su fin de semana de estreno, consiguiendo finalmente una recaudación mundial de 223.664.408 millones de dólares según Box Office Mojo [Consulta 7.12.2010]: <http://boxofficemojo.com/movies/?id=interviewwiththevampire.htm>

7 *Blood ties* adapta *La saga de la sangre* (*Blood books* de Tanya Huff, 1991-1997), *Crónicas vampíricas* a su homónimo (*The vampire diaries* de L. J. Smith, 1991 – presente) y *True Blood* a *The southern vampire mysteries* de Charlaine Harris (2001 – presente).

auge del vampiro en la televisión, donde asalta todo tipo de géneros y formatos: tenemos series de investigación (*Moonlight* o *Blood ties*); historias de amor en formato miniserie (*Koishite akuma*, *No soy como tú* o *Noche eterna*) o de larga duración (*Conde Vrolok*); productos dirigidos al público juvenil (*Young Dracula*, *Split*, *Crónicas vampíricas*, *Vampire High*⁸) o enfocados a un televidente más adulto (*True Blood*); remakes televisivos de películas anteriores (la miniserie de *Salem's Lot* emitida en 2004 o la basada en *Blade* de 2006); series de animación japonesas, adaptaciones de sendos cómics (*Vampire Knight*, *Trinity Blood* o *Karin*) o incluso una coproducción europea de dibujos animados enfocada hacia el público infantil, *Die Schule der kleinen Vampire*. También podemos encontrar a vampiros compartiendo el protagonismo con otros seres sobrenaturales en *Being Human* o *The Gates*. La popularidad alcanzada es tal que cualquier tipo de producción televisiva puede sorprendernos introduciendo una trama centrada en lo vampírico. En 2010 así ha ocurrido en el episodio *Vampires of Venice* de *Doctor Who* y en el capítulo 29 de *Águila Roja*.

Los distintos productos que conforman este muestrario han conseguido un éxito desigual. Algunas de las series, especialmente las estadounidenses, han logrado prolongarse por más de una temporada y se han exportado al extranjero. Otras han obtenido resultados más modestos, siendo por ello relegadas a los rincones más remotos de la programación o incluso canceladas antes de su completa emisión, como ocurrió respectivamente con la española *No soy como tú* y la mexicana *Noche eterna*. Pero no todas las producciones de fuera de Estados Unidos han corrido la misma (mala) suerte. La israelí *Split*, por ejemplo, con dos temporadas y una tercera en preparación, ha sido comprada por televisiones de Latinoamérica y Portugal. La chilena *Conde Vrolok*, por su parte, consiguió unos índices de audiencia notables, llegando al 30% en su último capítulo⁹.

Aunque, como hemos señalado, estas ficciones abarcan un enorme abanico de temas y públicos, al estudiarlas desde la óptica del género vampírico y sus convenciones observaremos que poseen numerosos elementos en común que, además, sirven de enlace entre ellas y sus antecesoras televisivas. Precisamente con éstas será con quienes las pongamos en relación para responder a la pregunta esencial que nos planteamos en este estudio: ¿Cómo es el vampiro televisivo del siglo XXI? Para hacer más sencillo el acercamiento al abundante corpus, hemos dividido el texto en cuatro apartados. En el primero, expondremos en qué consiste el fenómeno de la humanización del vampiro para, a continuación, ponerlo en relación con las claves del mundo construido por la serie norteamericana *True Blood*. En los tres restantes, reflexionaremos sobre algunos temas y rasgos recurrentes en la ficción vampírica más reciente que, como veremos, reciclan premisas provenientes de obras del pasado siglo. Para empezar, trataremos aquellas historias que, como *Crónicas vampíricas*, giran alrededor de intrigas familiares y sentimentales, en la estela de la *soap opera* de los setenta *Dark shadows*. En segundo lugar nos ocuparemos de las series que, en la línea de *Buffy Cazavampiros*, mezclan ingredientes sobrenaturales con tramas realistas centradas en la maduración del personaje,

8 Esta serie ha sido emitida por el canal autonómico catalán K3 con el nombre *Vampirs a l'Internat*.

9 “Último capítulo de *Conde Vrolok* marcó 30 puntos de sintonía promedio”, *Latercera.com*, 3 de Junio de 2010. [Consulta: 27.11.2010]: http://latercera.com/contenido/661_264937_9.shtml

típicas de las teleseries dramáticas sobre adolescentes. Finalmente comentaremos algunas características de un grupo de producciones que incorporan rasgos propios del género negro, convirtiendo muy adecuadamente al clásico detective trasnochado en un vampiro, como ya hizo *El señor de las tinieblas* en los noventa. Esta división tiene meros fines clasificatorios pues, como veremos, el transvase de temas, tramas y elementos que se establecen entre todas estas series supera cualquier frontera que quisiéramos establecer entre ellas.

La humanización del vampiro

Tim Kane analiza en su obra de 2006 *The changing vampire of film and television* la evolución sufrida por el vampiro del audiovisual desde los comienzos del cine. Para ello, el autor realiza un análisis semántico-sintáctico que se basa en el estudio de los géneros cinematográficos de Rick Altman. De este modo, a través del análisis del uso de distintos componentes asociados al mito como la cruz, el mordisco o la mirada hipnotizadora, divide la evolución del género en tres etapas¹⁰. En la primera el vampiro es un ser maligno, un monstruo foráneo e invasor de origen aristocrático y poderes misteriosos incapaces de comprender para el común de los mortales. Drácula, encarnado en la figura imponente de Bela Lugosi, es el vampiro por excelencia durante estos años. En la segunda etapa, periodo donde triunfan las películas de la productora británica Hammer, el mito se erotiza, las similitudes entre el mordisco y el encuentro sexual se hacen evidentes y los ataques del vampiro son más violentos que esotéricos. Al mismo tiempo que los métodos para dar caza a sus víctimas se vuelven más mundanos, el monstruo comienza a desarrollar cualidades humanas y aparecen por primera vez los vampiros con sentimientos y, más concretamente, los vampiros enamorados. Los encontramos, por ejemplo, en el film *Horror of Dracula*¹¹ (Terence Fisher, 1958) y la serie televisiva *Dark shadows*, pionera en retratar al vampiro en la pequeña pantalla. Finalmente, según Kane, en la tercera y última etapa el vampiro culmina lo que denominaremos su *humanización*¹². Durante los años ochenta, bajo la enorme influencia de la novela de Anne Rice *Entrevista con el vampiro* (1976), esta criatura va alejándose de lo aristocrático y sus desventuras pasan a desarrollarse por completo en el contexto de la vida diaria. Se hace cada vez más común que el vampiro reniegue de su condición y comienzan a abundar los argumentos que se centran en un recién infectado que busca su liberación, como en las películas *Jóvenes ocultos* (*Lost boys*, Joel Schumacher, 1987) o *Los viajeros de la noche* (*Near dark*, Kathryn Bigelow, 1987). Durante esta etapa, que llega hasta nuestros días, la transformación del vampiro de un ser maligno y villano a un héroe con el

10 Kane las nombra y fecha del siguiente modo: The malignant cycle (1931-1948), the erotic cycle (1957-1985) y the sympathetic cycle (1987-presente).

11 Aunque el título original de esta película es simplemente *Dracula*, preferiremos referirnos a ella por el nombre que le dieron en Estados Unidos *Horror of Dracula*, por el cual también es ampliamente conocida, con el fin de evitar confusiones con otras versiones cinematográficas protagonizadas por el personaje de Stoker.

12 Elegimos el término *humanización* para referirnos a esta evolución del mito puesto que esta palabra resalta el modo en el que el vampiro se desprende de sus cualidades más esotéricas. Sin embargo, otros autores (Gordon y Hollinger, 1997: 2) prefieren hablar de su *domesticación*, ya que durante esta etapa los impulsos homicidas del vampiro comienzan a mostrar similitudes con una especie instinto animal que este ser puede llegar a controlar si así lo desea.

que el espectador puede simpatizar se completa (Kane, 2006: 19).

La humanización del vampiro es un proceso derivado primordialmente de variaciones en la focalización de la historia. El punto de vista del humano, o lo que es decir lo mismo, de la víctima, ha ido perdiendo relevancia en favor de la visión del otro, el monstruo, que cada vez con más frecuencia es el personaje principal del relato. Este cambio viene inevitablemente acompañado por un sentimiento de simpatía hacia el vampiro, ya que de esta forma podemos alcanzar a comprender más fácilmente sus sentimientos y las razones de sus actos. Por consiguiente, al colocar al monstruo como protagonista, éste deja de ser un ser temible, ya que desaparece el horror generado por lo que permanece fuera de lo familiar y lo cognoscible para nosotros. Este giro, que lleva a algunos autores (Hollinger, 1997: 119) a hablar de vampiros postmodernos, hace que incluso nos preguntemos si, llegados a este punto, seguimos inmersos dentro del discurso del género de terror¹³.

Dentro de la ficción vampírica actual, por tanto, las barreras entre lo humano y lo monstruoso son cada vez más delgadas y confusas (Gordon y Hollinger, 1997: 2-5). Ya no encontramos seres sobrenaturales como Drácula u otros engendros que sólo piensan en matar o planear cómo matar. El vampiro ahora es una criatura que se preocupa por la ética y por el amor, duda, se arrepiente e incluso desea cambiar, dejar de ser un asesino, lo que permite que la moralidad de la historia gane en tonos de gris (Zanger, 1997: 21-22). No sólo se humaniza moralmente, sino que también actualiza y normaliza sus costumbres y apariencia. Se ha convertido en un elemento local, ya no es un extranjero de hábitos exóticos y acento balcánico, sino un compatriota que viste en vaqueros y frecuenta bares. Además, consciente de cuál es su situación y el peso del mito en la cultura popular, se convierte un vampiro autorreferencial que comenta, o incluso ridiculiza, los tópicos del género¹⁴.

En *True Blood* se escenifica a la perfección esta humanización. En su universo, los vampiros han empezado a ser considerados semejantes a los humanos corrientes gracias al invento japonés que da nombre a la serie, un sucedáneo de la sangre humana del que pueden alimentarse sin

13 Según Rafael Llopis, una cualidad imprescindible para considerar un relato como perteneciente al género del terror es que aparezca “un elemento sobrenatural e inexplicable, totalmente irreductible al universo conocido” (2004: 9), algo que encarnaba el vampiro en sus comienzos, pero que se encuentra prácticamente ausente de su mundana representación actual. El vampiro humanizado presenta, sin embargo, muchas de las debilidades y problemas que pueden angustiar a cualquier mortal, aunque su mayor preocupación será precisamente su propia condición, que se manifiesta como una parte de sí mismo incontrolable y desconocida. En este sentido, la ficción vampírica sí sigue la evolución que ha experimentado el cuento de terror desde el siglo XIX por la cual lo que debemos temer ya no se encuentra tanto en lo ajeno como dentro de uno mismo (Llopis, 2004:12). Este descubrimiento del yo oculto no sólo se refiere a la personalidad monstruosa que esconde el vampiro, sino también a la revelación del lado más oscuro y criminal del ser humano, convertido en su enemigo y, por tanto, en el antagonista malvado de la historia.

14 Un ejemplo es cómo en el episodio cuarto de la primera temporada de *Crónicas vampíricas*, *Lazos familiares* (*Family ties*), el vampiro Damon afirma echar de menos a Anne Rice mientras hojea un ejemplar de *Crepúsculo* en el que, según él, “todo está mal”.

necesidad de matar a nadie. Ya no están considerados, al menos en teoría, una amenaza para la raza humana y han pasado de vivir en la clandestinidad a comenzar su proceso de inserción en la sociedad. En *True Blood* el vampiro sigue siendo un depredador en potencia pero, al mismo tiempo, se nos muestra gravemente amenazado por el hombre mortal. Su sangre se ha convertido en objeto preciado, al tener para los humanos los efectos de una potente droga, y no faltarán quienes se dediquen a la caza de vampiros con el fin de hacerse con el codiciado líquido. Por otro lado, comienzan a aflorar grupos radicales que se oponen a la convivencia pacífica entre humanos y vampiros al considerarla antinatural, algo que, dada la situación de la serie en el sur de los Estados Unidos, no puede dejar de recordarnos a los peores tiempos de la segregación racial, estableciéndose claros paralelismos entre su ficcional Hermandad del Sol y organizaciones como el Ku Klux Klan.

Apesar de su humanización, el mito del vampiro sigue conservando algunas de sus características básicas, como el ejercer en cierto modo de crítica social. Según Toledo y Acosta, (2002: 180). “el propósito del vampiro en toda la narrativa es poner de manifiesto la hipocresía de la moralidad y la religiosidad de la sociedad burguesa presentada en un escenario victoriano” En *True Blood* se despoja a esta premisa de dicho escenario para situarla en nuestros días. El buen joven burgués victoriano se ha convertido en el guardián de la moral estadounidense y los vampiros pueden ser considerados como un símbolo de cualquier grupo de oprimidos, desde los homosexuales a las minorías raciales¹⁵. Si en *Horror of Dracula* (como ya mencionamos, una de las primeras muestras de vampiro con sentimientos), el espectador no podía evitar simpatizar con la venganza de Drácula, cuya esposa había sido asesinada por Jonathan Harker, en esta serie, del mismo modo, el espectador tenderá a inclinarse del lado del vampiro que sufre una caza de brujas. Los vampiros de *True Blood*, a pesar de la crueldad de algunos, y precisamente por esa ambigüedad moral, son tan fascinantes para el espectador como para la propia protagonista de la serie, Sookie Stackhouse, que para escándalo de sus vecinos comienza una relación sentimental con uno de ellos.

Y es que no sólo ha cambiado la forma de reflejar el mito del vampiro en la ficción, sino que principalmente el cambio se ha producido en la sociedad, en lo que significa el vampiro hoy en día para cada uno de nosotros. En el *Drácula* de Stoker, la sexualidad exacerbada del monstruo tenía que ser suprimida a toda costa (Bravo, 1996). En cambio, en *True Blood* esa misma sexualidad es ansiada por los humanos, quienes pululan por los locales de los chupasangre ávidos de experimentar el sexo vampírico, sin miedo a lo que pueda ocurrirles. Del mismo modo, su independencia y su alejamiento de los estándares sociales, que inspiraba terror y conducía al castigo en la Inglaterra victoriana, ahora está considerada como un valor positivo. En la

15 En la serie aparecen guiños a esta identificación, como la transformación de la expresión *salir del armario* en un *salir del ataúd*, que se aplica al vampiro que ha reconocido serlo. El eslogan homófobo “God hates fags” (Dios odia a los maricas) queda convertido en “God hates fangs” (Dios odia los colmillos). También en uno de los decorados podemos observar la portada de una revista en la que se lee “Angelina adopts vampire baby”, un guiño que suponemos va dirigido a la actriz Angelina Jolie y su familia multirracial.

actualidad, los vampiros son presentados como personajes admirables por los mismos motivos por los que en el siglo XIX eran vilipendiados (Carter, 1997: 29) y si antes eran especialmente temidos por las doncellas hoy, como veremos a continuación, son retratados como el amante perfecto porque, como reza el eslogan promocional de la versión filmica de *Crepúsculo*, “sólo un vampiro puede amarte para siempre”.

El vampiro enamorado

Sin duda el antecedente más afamado del vampiro televisivo es Barnabas Collins, personaje emblemático de la *soap ópera* norteamericana de los setenta *Dark shadows*, también calificado como el primer vampiro protagonista principal, y no villano, de su propia historia (Kane, 2006: 50). En *Dark shadows* se construye para él un argumento original, en contraste con los de las películas coetáneas de la Hammer, que en cuanto a tratamiento del vampiro bebían principalmente de *Drácula* y la mitología creada por Bram Stoker (Auerbach, 1995: 138).

Barnabas es un antihéroe que carga con el peso del suicidio de su antigua prometida, Josette, quien accidentalmente cayó por un precipicio al intentar huir de él, aterrada ante la posibilidad de que la convirtiera en un ser aberrante. Una de las tramas más conocidas de la serie es cuando, en el presente, Barnabas se encuentra con Maggie Evans, una muchacha que guarda un enorme parecido con su Josette y a quien inevitablemente intentará seducir. Kane (2006:51) sitúa el origen de este tipo de triángulo amoroso que va más allá del tiempo en otro gran hito del terror clásico, las películas de La Momia de los estudios Universal. Esta trama de la reencarnación o “reincarnation plot”, como la denomina Auerbach (1995: 137), se convertirá en uno de los mecanismos argumentales habituales de las narraciones del género, ya que permite una muy efectiva profundización en los antecedentes del personaje, lo que llevó a *Dark shadows* a girar casi únicamente sobre la figura de Barnabas, cuyo trágico pasado se iría conociendo progresivamente a lo largo de los episodios.

Crónicas vampíricas es quizá la más manifiesta heredera de este esquema narrativo. En ella, Elena, una joven que acaba de perder a sus padres, se enamora de un misterioso recién llegado al pueblo Stefan Salvatore, quien resulta ser un vampiro. Tanto él como su hermano, el mucho más peligroso Damon, fueron convertidos al vampirismo por la desaparecida Katherine, de la que ambos estaban enamorados y con quien la protagonista guarda un misterioso parecido. Al igual que en *Dark shadows*, donde los actores daban vida tanto a sus personajes como a los antepasados de éstos, Elena y Katherine están interpretadas ambas por la misma actriz, Nina Dobrev. También de la misma manera que ocurría en su antecedente, conforme la serie avanza se nos irá transportando a la línea temporal del pasado, lo que nos permitirá conocer con mayor detalle las motivaciones de los protagonistas. Otros puntos en común son el que los vampiros convivan con distintos seres sobrenaturales como brujas u hombres lobo, así como el que se vean envueltos en diversas intrigas familiares y luchas centenarias por el control del pueblo en el que viven, Mystic Falls. *Crónicas vampíricas*, por tanto, conserva el sabor de la antigua *soap opera* al incorporar muchos de sus ingredientes, pero lo renueva con el aspecto y los lugares

comunes de los *teen drama* contemporáneos que, como *Gossip Girl*, *One Tree Hill* o *Smallville*, son el producto estrella del canal en que se emite, The CW.

La trama de la reencarnación y el recurso de mezclar varias líneas temporales junto con un triángulo (o poliedro) amoroso también aparece en la producción japonesa *Koishite akuma*. En ella, una profesora a punto de casarse descubre que su nuevo alumno de intercambio es en realidad su primer amor, a quien creía muerto, convertido en vampiro. En la también nipona *Kamen Rider Kiva*, la entrega de 2008 de la franquicia *tokusatsu Kamen Rider*, el protagonista se enfrenta en esta ocasión a unos monstruos denominados *fangire*, claramente inspirados en la mitología del vampiro. En el argumento se entrelazan las aventuras de dos generaciones de personajes con sus respectivas historias de desamor. También sigue la estela de *Dark shadows* de forma muy cercana, pues es una *soap opera* en toda regla, la chilena *Conde Vrolok* en donde, como en *Crónicas Vampíricas*, el protagonista vuelve después de muchos años al lugar donde fue convertido en vampiro para enfrentarse con su pasado. Su amor perdido, la mujer que lo convirtió, también aparecerá más adelante y, al igual que ocurrió con la amada de Barnabas, la amada del Conde acaba cayendo accidentalmente por un acantilado.

En prácticamente todas las series que citaremos en este texto, el elemento romántico es uno de los motores de la trama. Y es que la humanización del vampiro ha conducido a que gran parte de la ficción vampírica actual pueda ser englobada dentro de una categoría de reciente popularización: el romance paranormal¹⁶ (Martínez Díaz, 2009). No es ni mucho menos de extrañar esta unión entre lo romántico y lo vampírico. Ambos tienen antecedentes comunes en la novela gótica y la personalidad del vampiro está claramente modelada a la imagen de un héroe byroniano, como lo son el Lord Ruthwen de *El Vampiro* de Polidori, obra seminal del género, o el Heathcliff de *Cumbres Borrascosas*, historia de triángulos amorosos y amor más allá de la muerte por excelencia, a la que *Crónicas vampíricas* presta más de un homenaje¹⁷. Como héroe byroniano, el vampiro se configura como un galán trágico, atormentado por un pasado plagado de crímenes del que intenta escapar sin éxito. Stefan y sobre todo Damon, en *Crónicas vampíricas* o Diego en *Conde Vrolok* encajan a la perfección en este estereotipo. El vampirismo, para este tipo de personaje una suerte de maldición, se manifiesta como una parte de sí mismo incontrolable, animal, que puede obligarlo a cometer maldades que atormentarán su conciencia por toda la eternidad. Esto está tomado según Kane de la sintaxis de las películas de hombres lobo (2006: 17-18). Cuando el vampiro mata, por tanto, estamos ante la expresión

16 Se trata de un subgénero en auge, sobre todo en la literatura que, como su propio nombre indica, mezcla los ingredientes típicos de la novela rosa con mundos fantásticos o seres míticos y sobrenaturales como hombres lobo, fantasmas o, por supuesto, vampiros.

17 El que el vampiro Stefan preste a la protagonista un ejemplar de este libro en el segundo capítulo de la serie deja claro el homenaje, que además está patente en la personalidad y nombre de la principal antagonista (Katherine) y el triángulo amoroso entre Elena y los dos vampiros de personalidades antagónicas. Richard Davenport-Hines reflexiona muy acertadamente sobre la relación entre *Cumbres Borrascosas* y el vampirismo, afirmando que, aunque no se trata de una historia del género, sí que se establecen varios paralelismos entre la figura de Heathcliff y el vampiro además de incluir otros elementos propios del terror gótico (1998: 232). También la saga *Crepúsculo* cita abiertamente la obra de Emily Brontë (Martínez Díaz, 2009), con la que guarda similares paralelismos que *Crónicas vampíricas*.

de un arrebató incontrolable provocado por el despertar de la bestia que existe en su interior, no de un ataque racional (Zanger, 1997: 23). El mayor reto del buen vampiro será controlar esa parte de sí.

Precisamente será el amor lo que permita al vampiro humanizarse. Tendrá que aprender a controlar sus instintos para no acabar con la vida de su amada o incluso hacer frente a los tabúes de su condición, como exponerse a la luz del sol, arriesgando así su propia existencia por ella¹⁸. El romance entre un ser humano y un vampiro se establece además como el mejor representante del amor prohibido, abocado a la tragedia. El protagonista va a preferir sacrificarse antes que convertir a su amada en uno de los suyos o permitir que sea convertida, como ocurre en los últimos capítulos de *Koishite akuma* o *No soy como tú*. El mito del vampiro se une de este modo a otro de los mitos más poderosos de la cultura occidental, el mito del amor romántico en una alianza, que como vemos, le ha garantizado el mayor de los éxitos (Martínez Díaz, 2009).

Vampiros en el instituto

Buffy Cazavampiros es, junto con *Dark shadows*, la mayor influencia televisiva de la ficción vampírica actual. Principalmente, por su gusto por la autoparodia y por su modo de recrear el género de terror y sus tópicos, pero sobre todo, por su mezcla de drama adolescente y aventuras en torno a lo sobrenatural. Son evidentes las múltiples posibilidades de la fantasía gótica a la hora de reflejar problemas de la adolescencia actual relacionándolos con metáforas y elementos de lo paranormal (Williamson, 2005: 78). De este modo, *Buffy Cazavampiros* nos cuenta la historia de una chica que está aprendiendo a asumir las responsabilidades y sinsabores del mundo adulto mientras que asiste a un instituto que es, literalmente, la puerta de entrada al infierno.

El vampiro, en su rol de paria social y de inadapado, es un personaje que ha atraído el espíritu adolescente desde los tiempos de *Dark Shadows*, cuando los jóvenes se identificaban con Barnabas en su aislamiento y su incapacidad de encajar en el mundo actual (Kane, 2006: 51). Coherentemente con esta idea, combinar adolescencia y vampiros es una tendencia totalmente en boga dentro de esta fiebre vampírica del nuevo siglo, sobre todo si tenemos en cuenta que su obra más representativa, la saga *Crepúsculo*, es primordialmente una historia de amor entre dos quinceañeros (aunque uno cuente en realidad con más de cien años de edad). Las producciones televisivas no podrían ser menos, y en ellas encontramos sobre todo adolescentes y vampiros adolescentes, siendo las series dirigidas al público juvenil una gran parte del total de las realizadas en este periodo. A series que ya hemos aludido y que cuentan con jóvenes

18 Ocurre en *Crónicas vampíricas* en el episodio *Déjame entrar (Let the right one in)*, cuando Stefan bebe de la sangre de Elena para salvarla, rompiendo años de abstinencia de sangre humana que le conducen a un cambio radical de personalidad, lo que le obliga a autorrecluirse y alejarse de ella. También sucede en el último capítulo de la primera temporada de *True Blood*, *¿Me vas a matar? (You'll be the death of me)*, donde el vampiro Bill corre bajo el sol para salvar a Sookie, lo que supone para él casi la muerte. En *Moonlight*, de la que hablaremos más adelante, Mick renuncia a una cura para su vampirismo a cambio de conservar sus poderes para poder seguir protegiendo a Beth. Los ejemplos de esta conducta son muy numerosos.

como protagonistas (*Crónicas vampíricas*, *Koishite akuma*) se unen otras como *No soy como tú*, *Split*, *Vampire High* o *Young Dracula*, que tratan temas propios de las ficciones dirigidas a este segmento de espectadores, como pueden ser las relaciones con los padres, los primeros pasos en el amor o la preocupación por la aceptación social.

La miniserie española *No soy como tú* toca todos estos temas. La protagonista es una chica llamada Lucía quien, tras el fallecimiento de su hermano, comienza a experimentar alteraciones extrañas en su cuerpo y carácter. Estos cambios no se corresponden exactamente con los propios de la edad y se desvela que Lucía es realidad una mestiza de vampiro cuyo instinto asesino está despertando. Por este motivo, la trasladan a un centro especial donde intentarán ayudarla a integrarse en una sociedad que la considera un bicho raro. Allí se encuentra con otros chicos como ella, entre los que está Raúl, de quien se enamora. Pronto aparece en escena su verdadero padre, un vampiro homicida que pretende llevársela con él, ya que se opone a la integración de los de su clase con los humanos.

En la serie israelí *Split* y en la canadiense *Vampire High* encontramos premisas similares. En *Vampire high*, un mismo instituto de élite que de día abre sus puertas a jóvenes problemáticos, de noche lleva a cabo un experimento que consiste en educar a unos jóvenes vampiros para que puedan convivir con los humanos y acabar así con el enfrentamiento entre ambos grupos. La protagonista de *Split*, Ella, es, como Lucía de *No soy como tú*, una mestiza que acaba de descubrir su naturaleza. Sus orígenes se entrelazan con toda una trama de intrigas que se desarrolla entre los vampiros quienes, amenazados, viven en la clandestinidad y una organización secreta que pretende acabar con ellos, en la cual se ven envueltos sus compañeros de instituto. *Split* se acerca más a la acción, el humor y el dinamismo de *Buffy Cazavampiros* que al intimismo de *No soy como tú*, que a pesar de contar también con escenas trepidantes es más bien deudora de obras como *Déjame entrar*¹⁹. La protagonista, como Buffy, deberá aprender a luchar usando sus poderes para ayudar a las personas que ama y así acabar con el enfrentamiento entre vampiros y humanos.

La producción británica *Young Dracula*, enfocada a un público más joven, es algo diferente en tono. Se trata de toda una deconstrucción de los tópicos sobre vampiros en clave de humor, protagonizada por Vlad, el mismísimo hijo del famoso Conde, quién se ve obligado a mudarse con él y su hermana a Inglaterra. El joven Vlad ansía encajar en la sociedad humana y odia cómo su padre y su hermana, con sus costumbres vampíricas, están siempre a punto de dejarlo en ridículo. Otro gran personaje de la tradición vampírica, Van Helsing, es retratado en esta serie como un inútil cazavampiros cuya esposa, preocupada por su obsesión por atrapar unos seres imaginarios, ha obligado a someterse a terapia psicológica²⁰.

19 Es reseñable cómo, a pesar de estar situada en España, *No soy como tú* se desarrolla en un paisaje de nieve y bosques de coníferas, con una fotografía en tonos fríos y una realización muy en la línea del filme sueco.

20 La terapia consiste básicamente en repetir el mantra “As sure as boy scouts sing round camp fires, there is no such thing as vampires. Sucking blood, the living dead, they are not real they’re in our heads”.

Como vemos, el denominador común de estas series es el deseo de sus protagonistas, que se sienten desplazados, diferentes al resto, por encajar en el grupo y obtener el reconocimiento de sus semejantes, algo que sin duda se corresponde con las preocupaciones del público al que van dirigidas. En la ficción, el deseo de aceptación adquiere la dimensión trascendental de la que le dota el adolescente, pues se asocia con cuestiones tan relevantes como la posibilidad de acabar con el enfrentamiento milenarista entre mortales e inmortales o el elegir entre ser un asesino o por el contrario integrarse en una sociedad que por defecto rechaza a los tuyos.

Junto con los temas propios de las series juveniles, conviven otros elementos ya aludidos anteriormente como la humanización del vampiro o el reflejo de un amor trágico e imposible. En *Split* y *Vampire High* el vampiro se nos muestra casi como una especie en extinción que ha sucumbido ante el paso de los tiempos y el desarrollo de la tecnología armamentística del hombre, a la que ya no puede hacer frente. En ambas se presenta también dos facciones dentro del mundo vampírico: aquellos que están a favor de la integración en la sociedad humana y los que consideran que los humanos no son más que presas a las que dar caza. Estos dos bandos también se enfrentan en *No soy como tú*, pero en un nivel menos trascendental. La serie española deja a un lado los conflictos entre el mundo vampírico y el humano y se centra en una enemistad personal, la que existe entre el padre de Lucía, Ismael, y su abuelo, un buen vampiro que está al frente de la asociación que recoge a los niños mestizos. Ismael, aunque aparentemente cruel, se nos rebela también como un ser traumatizado (otro vampiro byroniano) pues, llevado por sus instintos, asesinó involuntariamente a su madre, momento en que quedó convencido de que los vampiros no pueden controlar su naturaleza. El amor es también en esta serie una fuerza redentora a través del sacrificio. El padre de Lucía es finalmente eliminado por Raúl, su enamorado, quien clava una estaca en su corazón con sus últimas fuerzas de vida evitando así que la chica caiga en sus garras y se convierta en uno de ellos.

Vampiro, investigador privado

Junto con *Dark Shadows*, otra obra que crea escuela para la ficción vampírica es *El señor de las tinieblas*, producción de principios de los noventa en la que Nicholas Knight, un vampiro de 800 años, intenta reparar todos sus crímenes y recuperar su humanidad trabajando como policía y detective. En ella, Nick cuenta con la ayuda de la forense Natalie Lambert, quien intentará buscar una cura para su condición²¹. *El señor de las tinieblas* marca claramente el camino para algunas teleseries que, durante esta primera década del siglo, se ciñen claramente lo que ya podemos definir como un subgénero de la ficción vampírica, el vampiro detective. *Angel*²², *Blood Ties* y *Moonlight* son tres ejemplos en los que el protagonista se dedica a investigar casos que ningún otro puede resolver, ya que habitualmente involucran a fuerzas más allá del entendimiento de cualquier mortal.

que se establece como uno de los puntos humorísticos recurrentes de la serie.

21 Como ya hiciera asimismo la doctora Julia Hoffman para el vampiro Barnabas Collins en *Dark shadows*.

22 Aunque *Angel* se sitúa a caballo entre los dos siglos, la incluimos aquí por su importancia en la definición de este subgénero y su cercanía temporal con las otras dos producciones que reseñamos.

PREVIOUSLY ON

Como decíamos en el apartado dedicado a *True Blood*, el vampiro no sólo ha humanizado su moral, sino que sus costumbres se han adaptado igualmente a la vida contemporánea. En el caso de estas tres producciones, vive entre las grandes masas urbanas, inmerso en la civilización, lo que según Gordon y Hollinger es también un rasgo diferenciador de este nuevo vampiro (1997: ix). *Angel*, *spin-off* de *Buffy Cazavampiros*, toma el nombre del protagonista la serie, quien intenta, al igual que Nick Knight, reparar sus pecados combatiendo el crimen y las fuerzas del mal, en este caso desde su agencia de detectives Angel Investigations. En *Moonlight*, Mick St. John, quien era ya detective privado antes de convertirse en vampiro, se dedica a resolver casos extraños mientras vela por la seguridad de la reportera Beth, a quien salvó de pequeña de un secuestro perpetrado por su propia ex mujer. Por último, *Blood ties*, como *El señor de las tinieblas*, se desarrolla en Toronto, siendo una adaptación de los libros de Tanya Huff. Tiene como protagonista a Vicki Nelson, una ex agente de policía que se ha visto obligada a dejar su trabajo debido a que sufre una pérdida progresiva de la visión. Vicki continúa trabajando como investigadora privada junto a un vampiro llamado Henry, descendiente del mismísimo Enrique VIII. A diferencia de sus homólogos Angel y Nick, a Henry no le supone ningún dilema ético ser un vampiro, estableciéndose por ello como un extraño caso dentro de la ficción vampírica reciente. Entre Vicki, Henry y la ex pareja de ella, el policía Mike, aparece el inevitable triángulo amoroso que, en este caso, se basa principalmente en los mecanismos de la tensión sexual. Un elemento este último que suele aparecer en las series de investigación y misterio, siendo uno de los principales ingredientes definitorios de hitos del género como *Luz de luna* o *Expediente X*.

Precisamente las series de misterio han disfrutado de cierto esplendor durante la primera década del siglo, con títulos centrados en la investigación criminal como *CSI* y *Bones* o *House*, que ha llevado el formato a la ficción médica. Las series de vampiros detectives unen esta tendencia con elementos de los dramas sobrenaturales del estilo de *Supernatural* o *Entre fantasmas*. En ambos géneros, las temporadas están habitualmente compuestas de episodios autoconclusivos, con un caso o enigma resuelto por cada uno de ellos. Éste es el esquema que van a seguir también las series que comentamos en este apartado.

Al igual que ocurre con los vampiros y el romance, la mezcla entre novela negra y fantasía gótica de estas producciones no nos debería parecer tan disparatada si tenemos en cuenta que uno de los iniciadores de la novela detectivesca es Edgar Allan Poe, autor que es también uno de los padres del terror moderno. Sin embargo, el modelo a seguir aquí no es el detective decimonónico al estilo de Auguste Dupin o Sherlock Holmes, sino el antihéroe del *hard-boiled* norteamericano y más concretamente la figura de Philip Marlowe. Tanto *Moonlight* como *Angel* se desarrollan en la ciudad de Los Ángeles, al igual que gran parte de las historias del detective de Raymond Chandler

Según Jacob se puede calificar a *Angel* como una recreación del género negro clásico (2005: 80), afirmación que se podría extender a todo este conjunto de detectives vampiro, tanto visualmente como en espíritu y temas. Nos encontramos escenas enmarcadas por persianas

venecianas que la luz atraviesa, penumbra constante, hoteles, callejones vacíos y el lado más oscuro de la ciudad, así como un detective que podríamos considerar un moderno caballero andante, de humor cínico, pero que no duda en ponerse del lado de los más débiles (Jacob, 2005: 82). *Moonlight* además aprovecha que su vampiro no es especialmente sensible al sol y complementa esto con un escenario propio de la novela chandleriana como es el ambiente de Beverly Hills.

El antihéroe del cine negro y el vampiro tienen muchos puntos en común: ambos suelen vivir de noche, no dudan en emplear métodos violentos para conseguir sus fines y, a pesar de su amargura existencial y de cierta ambigüedad moral, combaten el crimen. En *Angel*, las referencias son claras ya que incluso uno de sus personajes, Wesley, llega a comparar al protagonista con Philip Marlowe²³, aunque en las últimas temporadas la serie abandona el género negro y los episodios autoconclusivos por unas tramas más dilatadas y de temática ya totalmente fantástica. *Moonlight* y *Blood ties*, sin embargo, conservaron a grandes rasgos ese estilo, aunque no pasaron de la primera temporada y de la segunda respectivamente.

El mito inmortal

El vampiro del siglo XXI dista tanto de su homónimo del XIX que, como planteamos anteriormente, no sabemos hasta qué punto es correcto seguir refiriéndonos a las ficciones que protagoniza como historias de terror. Según hemos visto, hoy en día es más común encontrarse con él en el contexto del romance paranormal. Pero esto, que aparentemente supone un cambio esencial dentro de la construcción del mito, podemos interpretarlo como una evolución que se corresponde totalmente con su lógica interna. Y es que, a lo largo de los años, la ficción vampírica no ha dejado de reelaborarse y reencarnarse. Tal y como afirman Toledo y Acosta, (2002: 169) el mito del vampiro “renace en el dominio de la cultura por medio de un curioso proceso que aúna forma y contenido: el mito del no-muerto ha logrado a lo largo de los siglos la no-muerte del mito, y en su continua resurrección consigue digerir y aglutinar todas las versiones que le preceden”. Precisamente en esa fusión de elementos y estructuras básicas tanto del mito del vampiro como de la cultura popular en general descansa en gran parte el éxito de la saga *Crepúsculo* (Martínez Díaz, 2009) y del resto de productos que, aupados por su éxito, conforman el boom de lo vampírico de principios de siglo.

Dentro de esta reelaboración constante, la producción para televisión tiene hoy en día un papel tan determinante como la literatura lo tuvo en el pasado. El vampiro actual es multimedia, salta de las páginas de los libros a la pequeña pantalla llevando consigo influencias de uno y otro medio. Prácticamente todas las series que hemos reseñado, se combinan ingredientes que proceden tanto de obras insignes de la novela gótica del siglo XIX como de la *soap opera* que introdujo el vampiro en la televisión, *Dark shadows*. Gracias a esta serie y sobre todo, al personaje de Barnabas Collins, los años setenta se convirtieron en una década dorada para el vampirismo

23 En el capítulo de la segunda temporada *Querido niño (Dear Boy)*. El episodio de esa misma temporada *Sombras del pasado (Are you now, or have you ever been)*, que se desarrolla en el año 1952, es un homenaje directo al género.

literario, imprescindible para comprender la visión actual del género (Auerbach, 1995: 131). Sin Barnabas, sin su historia de amor trágico, no habrían llegado a existir los vampiros de la era *Crepúsculo*, criaturas que “hacen alarde de su inclinación natural hacia el bien, el amor y todos los sentimientos bondadosos que puede albergar un corazón, aunque éste haya dejado de latir” (Martínez Díaz, 2009). Desconocemos la influencia que el vampiro que aquí analizamos tendrá en el del mañana, pero aunque sólo sea por la cantidad de obras producidas, esta primera década del 2010 también puede calificarse como una nueva edad dorada de la ficción vampírica, especialmente en televisión, donde nunca antes habían coincidido tantas series protagonizadas por él.

Hay quien ya ha querido vislumbrar la decadencia de la moda del vampiro en la saturación de obras y la aparición de parodias como el *blockbuster* *Híncame el diente* (*Vampires suck*, 2010, Jason Friedberg y Aaron Seltzer)²⁴ que se burla de la hipersensibilidad y las historias de amor adolescentes que tanto abundan en la producción vampírica actual, y más concretamente en, como no, *Crepúsculo*. También autores como Guillermo del Toro se han manifestado en contra de la excesiva humanización del vampiro contemporáneo, pidiendo la vuelta de su papel de monstruo y villano²⁵. Sin embargo, a la fecha de escribir estas líneas, la oleada de vampirismo audiovisual capitaneada mayoritariamente por dicho vampiro humanizado aún no ha cesado de producir obras y algunas de las series que citamos se encuentran todavía en producción (concretamente *True Blood*, *Vampire diaries* y *Split*). Sin duda, llegará finalmente el momento en que de nuevo comiencen a mermar el número de apariciones del vampiro en la televisión y los chupasangre vuelvan a quedar en segundo plano. Pero sabemos que, desde sus primeras apariciones literarias, el vampiro, por su manera de afrontar las cuestiones existenciales que preocupan al hombre, desde la muerte a la sexualidad, siempre ha gozado de la simpatía del gran público (Bravo, 1996) y muy probablemente así continuará ocurriendo mientras sigamos siendo unos simples mortales.

Referencias bibliográficas

- Auerbach, Nina (1995): *Our vampires, ourselves*. University of Chicago Press, Chicago.
- Auerbach, Nina (1997): “My vampire, my friend: The intimacy Dracula destroyed” en Gordon, Joan y Hollinger, Veronica (Eds.) *Blood read: The vampire as metaphor in contemporary culture*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, pp. 11-16.
- Bravo, Víctor (1996): “El imaginario del vampiro”, en *Claves de razón práctica*. nº 59, 1996, pp. 75-77.
- Carter, Margaret L. (1997): “The vampire as alien in contemporary fiction” en Gordon, Joan y Beam, Christophery y Wilson, Chris, “The Garlic Years: When have we not been in the midst of a vampire craze?”, *Slate*, 23 de septiembre de 2009. [Consulta: 8.12.2010]: <http://www.slate.com/id/2228717/>
- 25 El director ha afirmado preferir el vampiro tradicional, “perverso y sin piedad, frente al “vampiro emo que está en un rincón llorando, porque lleva tantos años solo”, popularizado por el cine y la literatura actuales”. EFE, “Guillermo del Toro reivindica al vampiro sin piedad frente al “vampiro emo”, *Noticias Yahoo!España*, 28 de noviembre de 2010. [Consulta: 8.12.2010]: <http://es.noticias.yahoo.com/9/20101128/ten-guillermo-del-toro-reivindica-al-vam-6cd3e4e.html>

PREVIOUSLY ON

- Hollinger, Veronica (Eds.) *Blood read: The vampire as metaphor in contemporary culture*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, pp. 27- 44.
- Gomez, Jewelle (1997): "Writing vampire fiction" en GORDON, Joan y Hollinger, Veronica (Eds.) *Blood read: The vampire as metaphor in contemporary culture*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, pp. 85-92.
- Gordon, Joan y Hollinger, Veronica (Eds.) (1997): *Blood read: The vampire as metaphor in contemporary culture*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Davenport-Hines, Richard (1998): *Gothic: Four hundred years of excess, horror, evil and ruin*. Fourth Estate, Londres.
- Hollinger, Veronica (1997): "Fantasies of absence: The postmodern vampire" en Gordon, Joan y Hollinger, Veronica (Eds.) *Blood read: The vampire as metaphor in contemporary culture*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, pp. 199-212.
- Jacob, Benjamin (2005): "Los Angelus: The city of Angel" en ABBOTT, Stacey (Ed.) *Reading Angel: The tv spin-off with a soul*, Londres y Nueva York, I.B. Tauris, pp. 75-87.
- Kane, Tim (2006): *The changing vampire of film and television: A critical study of the growth of a genre*. MacFarland & Company, Jefferson.
- Llopis, Rafael (2004): "Los cuentos de terror" en VV.AA. *Antología de cuentos de terror*, 1. Madrid, Alianza/Taurus, pp. 9-13.
- Martínez Díaz, Alicia Nila (2009) "El consuelo de Crepúsculo" en *Espéculo. Revista de estudios literarios* nº 41, marzo-junio 2009. Madrid, Universidad Complutense de Madrid. [Consulta: 27.11.2010]: <http://www.ucm.es/info/especulo/numero41/crepuscu.html>
- Toledo, Javier y Acosta Bustamante, Leonor (2002): "Vampiros en la ficción: el largo camino desde la mitología clásica hasta la posmodernidad", en Vélez Núñez, Rafael (Coord.) *La imaginación mítica: Pervivencia y revisión de los mitos en la literatura en habla inglesa*. Cádiz, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz, pp. 169-186.
- Williamson, Milly (2005): *The lure of the vampire*. Wallflower Press, Londres.
- Zanger, Jules (1997): "Metaphor into metonymy: The vampire next door" en GORDON, Joan y Hollinger, Veronica (Eds.) *Blood read: The vampire as metaphor in contemporary culture*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, pp. 17-26.

Series Citadas

- Aguillaume, Rómulo (director-realizador) y Fernández, Yolanda (guionista) (2010): *No soy como tú*. España, Notro TV/Antena 3.
- Alon, Shira y Rozanfeld, Ilan (creadores y productores ejecutivos) (2009-presente): *Split*. Israel, Hot.
- Ball, Alan (creador y productor ejecutivo) (2008-presente): *True Blood (Sangre Fresca) (True Blood)*. EE.UU, HBO.
- Blye, Garry y Shekter, Mark (creadores) (2001-2002): *Vampire High*. Canadá, YTV.
- Cohen, Barney y Parriott, James D. (creadores) (1992-1996): *El señor de las tinieblas (Forever Knight)*. Canada/R.F.A., CBS.
- Curtis, Dan (creador) (1966-1971): *Dark shadows*. EE.UU., ABC.

PREVIOUSLY ON

- Greenwalt, David y Whedon, Joss (creadores y productores ejecutivos) (1999-2004): *Angel*. EE.UU, The WB.
- Illanes, Pablo (guionista) y Rencoret, María Eugenia (directora) (2009-2010): *Conde Vrolok*. Chile, TVN.
- Inoue, Toshiki y Yonemura, Shôji (guionistas) (2008-2009): *Kamen Rider Kiva*. Japón, TV Asahi.
- Kashikawa, Satoko y Toyofuku, Yoko (productoras) (2009): *Koishite akuma: Vampire boy*. Japón, KTV/Fuji TV.
- Koslow, Ron y Munson, Trevor (creadores y productores ejecutivos) (2007-2008): *Moonlight*. EE.UU, CBS.
- Mohan, Peter (creador y productor ejecutivo) (2007): *Blood ties. Hijos de la noche (Blood ties)*. Canadá, Citytv/Space.
- Plec, Julie y Williamson, Kevin (productores ejecutivos y adaptación del guión) (2009-presente): *Crónicas vampíricas (The vampire diaries)*. EE.UU, The CW.
- Robins, Danny y Tetsell, Dan (creadores) (2006-2008): *Young Dracula*. Reino Unido, CBBC.
- Whedon, Joss (creador) (1997-2003): *Buffy Cazavampiros (Buffy the Vampire Slayer)*. EE.UU., The WB y UPN.

El género negro se pasa a la televisión: *The Wire* y *The Shield*

Alberto Nahum García Martínez

En el cine negro el heroísmo es gris. *The Wire*: silban unas sirenas, murmura la radio del coche de policía y se dibuja un reguero de sangre. Apenas hay movimiento. Jimmy McNulty sabe que no es su turno, pero tiene ganas de meter el dedo en el ojo. Es su vida, aunque nunca gane. Las drogas en el lado oeste de Baltimore han convertido la ciudad en un vertedero. Reina el crimen; incluso gobierna. Y todo el mundo está obligado a jugar porque “esto es América, tío”.

El *noir* está marcado por un determinismo trágico. *The Shield*: Vic Mackey corre jadeando tras un delincuente. Lo atrapa después del mercado. Le baja los pantalones, le arranca la droga que lleva pegada al escroto y se guarda una bolsita en su chaqueta de cuero. Es que la policía en Los Ángeles está muy mal pagada. “He hecho cosas peores”, dirá. Sí. Ya le empieza a llegar la factura.

The Wire (HBO, 2002-08) y *The Shield* (FX, 2002-08) ejemplifican la revolución narrativa y estética que vive la televisión estadounidense, un éxito global que avalan series tan distintas como *The West Wing*, *The Sopranos*, *Battlestar Galactica*, *Lost*, *Mad Men*, *Breaking Bad* o *In Treatment*. Este artículo pretende, al hilo de esta edad dorada de la ficción anglosajona (García Martínez, 2008; Cascajosa, 2007), rastrear las características que ubican ambas series en el campo de juego del *noir*: una intriga criminal, la ambigüedad moral como motor de la historia, el realismo agobiante del paisaje urbano, la crítica política de un sistema infectado y la inevitabilidad del *fatum*.

Pero, ¿existe el género negro?

La literatura académica en torno al *noir* se caracteriza por la dificultad para fijar sus límites. No ya en elementos laterales o propuestas crepusculares, sino en la esencia misma del género, es decir, con respecto a algunas de sus características básicas. Las dudas llegan a salpicar a la pregunta central de si se trata de un género. Para Schrader (1996: 53) es un período de la historia fílmica, Hayward (2000: 129) lo cataloga de movimiento definido por un estilo visual y Spicer (2002: 25) argumenta que solo supone “una particular forma de mirar el mundo”.

Esta ambivalencia estructural ha llevado a Naremore (1998: 10) a admitir que “nada une todas las cosas descritas como *noir*: ni el tema del crimen, ni una técnica fílmica ni siquiera una resistencia a los relatos aristotélicos o a los finales felices”. Por eso nadie –prosigue Naremore– ha sido “capaz de encontrar la categoría indispensable y las características suficientes”, provocando “que muchas generalizaciones en la literatura crítica están abiertas a discusión”. Neale (2000: 173-174) es aún más tajante: “Como fenómeno individual, el *noir* nunca existió. Esa es la razón por la que nadie ha sido capaz de definirlo y por la cual los contornos del extenso canon *noir* en particular son tan imprecisas”.

Admitiendo dicha imprecisión, lo que Nino Frank (1946) acuñó como “género negro” en su seminal “Un nouveau genre ‘policier’: l’aventure criminelle” permanece vigente. Desde entonces, a pesar de su porosidad, existe consenso en acotar el canon: desde *The Maltese Falcon* (1941) hasta el welliesiano *Touch of Evil* (1958). A partir de ahí, la literatura académica ha identificado vueltas y revueltas del estilo y los temas fundacionales en obras de Scorsese, Lynch, Polanski, Scott, Mamet, Synger y un largo etcétera a quienes se ha agrupado bajo la etiqueta de *neo-noir* (Silver, 1996; Conard, 2007); un rótulo tan fértil que se ha aplicado con cierta indiscreción (Holt, 2008: 248).

Conard (2007: 2) marca las amplias reglas de juego: “El término *neo-noir* describe cualquier film posterior al período clásico del cine negro que contenga temas *noir* y una sensibilidad *noir*”. Y recuerda dos rasgos que singularizan la etapa post-clásica. En primer lugar, la consciencia de los nuevos realizadores de qué es el *noir*; en segundo, el derribo del Código Hays, de modo que el lema “crime does not pay” se libera en unas propuestas donde los “malos” ganan la partida con frecuencia²⁶.

En los sucesivos *revivals* del *noir*, ha habido algunos recursos que han dejado de ser definatorios: desde el punto de vista estilístico, las angulaciones forzadas, el blanco y negro o los juegos de claroscuro lumínicos; en el ámbito narrativo, las vueltas al pasado o la omnipresencia de la voz en *off*. Sin embargo, sí se mantienen otros muchos elementos como una trama laberíntica, el aliento realista, la denuncia social, la ambigüedad moral o los motivos existenciales que Porfirio (1996: 77-93) sintetizó en su “No Way Out”: un protagonista antiheroico y solitario, una atmósfera de pesimismo y alienación y la sensación desesperanzada de que no hay escape.

En consecuencia, sabedores de que el género negro conforma un concepto abierto –muchas veces de cruce e hibridación de géneros–, en este artículo lo emplearemos de forma inclusiva, como marco que contextualiza el renacimiento de algunas peculiaridades estéticas, temáticas y éticas en *The Wire* y *The Shield*, los más refinados y exitosos exponentes de la “sensibilidad *noir*” en la televisión reciente.

***The Wire*, *The Shield* y el TV-noir**

Aunque hayamos acudido a ensayistas centrados en el cine para la aproximación teórica, la categorización de género negro también ha sido empleada para relatos televisivos. De hecho, las dos series que centran este artículo culminan una genealogía del policíaco de calidad que pasa por *Hill Street Blues* (NBC, 1981-87), *Homicide* (NBC, 1993-99) o *NYPD Blue* (ABC, 1993-2005). Pero, además, existen otras obras que, desde géneros adyacentes, entran en la órbita de lo que se ha denominado “TV-noir”: los misterios sobrenaturales de *Twin Peaks* o *Carnivàle* o *The X-Files*, el cine de gánsters de *The Sopranos* y *thrillers* como *24* (Sanders y Skoble, 2008), dramas como *Dexter* (Peirse, 2010), la judicialización de *Engrenages* (García Martínez, 2009) o, incluso, el Londres perturbado de *Luther* (Vine, 2010).

26 Véase también Erickson (1996: 319-22).

Sin embargo, como justificaremos en estas páginas, ninguna ha alcanzado las cotas de excelencia *noir* que han cosechado *The Wire* y *The Shield*, dos productos complementarios, de recorrido similar²⁷. Ambas se emitieron durante la misma horquilla temporal (2002-2008) y las dos, a pesar de vivir ensombrecidas bajo el tremendo éxito de *Los Soprano*²⁸, han acabado convirtiéndose en emblemas de dos de las más exitosas cadenas del cable estadounidense: HBO y FX.

Inicialmente podría pensarse que tanto *The Wire* como *The Shield* entran en la generosa esfera del “drama criminal” o el “procedimental policíaco”. Pero en ambas series la necesidad del cable por distinguirse de la programación tradicional les incitaba a ofrecer historias que trascendieran –e, incluso, centrifugaran– un género tan recurrente en las grandes *networks*. En *The Wire* apostando por una narrativa expandida y un ritmo parsimonioso que desvelaba un solo caso criminal por temporada. En *The Shield* subiendo el envite de lo visible y mostrando una crudeza que ningún otro policíaco había exhibido antes²⁹. De hecho, uno de los creadores de *The Wire*, el experiodista del *Baltimore Sun* David Simon, llegó a referirse a las franquicias de *CSI* y *Law and Order* como “*horseshit procedurals*” y declaró que *The Wire* era “un tratado político enmascarado como *cop-show*” (en Gibb y Sabin, 2009). Por su parte, Shawn Ryan afirmaba – en una entrevista con Alan Sepinwall (2008)– cómo el equipo creativo se guiaba por la máxima de diferenciarse del procedimental, buscando “esas historias que podías ver en *The Shield* y no encontrar en ninguna otra serie”. Con solo visionar sus pilotos, cualquier espectador se da cuenta de lo lejos que están de los principios básicos del procedimental policíaco que sintetizó Stephen Stark:

Historias legales (...) que muestran claros ganadores y perdedores, escenarios estándar, personajes convincentes y villanos y héroes reconocibles. Además, los imperativos morales que la televisión, por lo general, ha insuflado en estos melodramas –respeto de la ley, el bien derrota al mal, el sistema funciona– va acorde con las empresas anunciantes que patrocinan la programación de la cadena (citado en McMillan, 2009: 52).

Este artículo pretende evidenciar cómo las dos series superaron el policíaco tradicional abrazando muchos de los principios específicos del *noir*: desde una densa trama criminal repleta de claroscuros morales hasta el destino elegíaco de uno personajes atrapados en una espiral de la que no pueden escapar.

“¿Cuánta memoria tiene esa cosa?”. El crimen en versión extendida

Al identificar las cualidades del género vigentes hoy, se puede comenzar por lo más básico: se

²⁷ En otro vaso comunicante entre ambas series, el actor y realizador Clark Johnson –uno de los protagonistas de *Homicide*– se encargó de dirigir tanto el piloto como el último capítulo de ambas obras.

²⁸ *The Wire* nunca obtuvo el apoyo masivo del público de la cadena y jamás se alzó con ningún Emmy o Grammy, a diferencia de la serie creada por David Chase. Por su parte, Shawn Ryan, creador de *The Shield*, admitía sus “celos” por la atención que recibían en comparación con *Los Soprano*, un *show* con el que muchos críticos les comparaban (en Sepinwall, 2008).

²⁹ Como ha explicado Malin (2010: 382), la estrategia de FX de apostar por una serie tan agresiva, masculina y de nicho le reportó excelentes resultados a pesar del boicot de algunos anunciantes.

aplica “esencialmente a un tipo de película de intriga criminal” (Holt, 2006: 24)³⁰. En la áspera *The Shield*, la trama se concentra en Farmington, una dura comisaría de Los Ángeles donde destaca el Equipo de Asalto liderado por el violento pero siempre eficaz Vic Mackey, un pitbull que domina la ciudad al grito de “mis calles, mis reglas” (3.9). El líder del *Strike Team* ha de contrarrestar las bandas callejeras de Los Angeles y neutralizar todo tipo de delincuentes: asesinos en serie, proxenetas, ladrones, timadores, traficantes, pedófilos... Al mismo tiempo, Mackey se enfrenta a sus superiores (en particular, el capitán David Aceveda), que investigan sus métodos poco ortodoxos y tratan de aclarar los rumores de que viola la ley en su propio beneficio.

La distinción del drama criminal al uso no se produce solo por la dureza de la acción y la brutalidad de su protagonista, sino también por elementos narrativos. *The Shield* inserta una potente trama serial que se expande a lo largo de las siete temporadas: la lucha interna del y contra el *Strike Team*. El pecado original –el homicidio de Terry Crowley en el primer episodio– provoca una huida hacia adelante donde la bola de nieve se va haciendo cada vez más grande e incontrolable. Tanto que, al comenzar su larga confesión absolutoria, Vic se refiere a la grabadora: “¿Cuánta memoria tiene esa cosa?” (7.12). El tren del dinero armenio, la descomposición de la cuarta temporada, el asesinato de Lemansky a manos de Shane o las piruetas para mantener el poder entre bandas son solo algunos de los atajos para lograr salir indemnes de la “marca de Caín”.

En paralelo a esa gran línea narrativa, la arquitectura de *The Shield* se sustenta con multitud de casos autoconclusivos –asignados habitualmente a Danny y Julien o a la dupla Dutch-Claudette–, así como historias de varios episodios que desarrollan la tensión dramática con los grandes malvados de la serie: Armadillo, Argos, Mitchell, Pezuela, Beltran... verdaderos antagonistas criminales del “Equipo de asalto”. Este triple nivel narrativo –la lucha interna del *Strike Team*, los casos independientes y los arcos argumentales de los villanos– acaba generando un enrevesado laberinto narrativo que proporciona una de las más depuradas muestras de la combinación de “serial” y “series” que autores como Kozloff (1992) o Nelson (1997) han estudiado.

The Wire, por su parte, es la prolongación audiovisual de los novelistas del XIX, un Balzac o un Dickens en versión catódica, con Baltimore y el narcotráfico como *backstage*. Sus cinco temporadas dibujan un fresco social del oxidado engranaje institucional y las miserias de la ciudad contemporánea, desde el crimen organizado al cataclismo educacional, pasando por la ética periodística, la desidia policial o la degradación política. *The Wire* resulta atractiva no solo por lo que cuenta, sino por cómo lo cuenta: cada entrega despliega un único caso criminal, adoptando un ritmo lento, detallista y minucioso, con una vocación omnisciente y casi dos centenares de personajes que convierten la serialidad en un *continuum* narrativo, en una auténtica novela-río visual. Además, en un inédito ejercicio de densidad narrativa³¹, cada tanda

30 Entre los autores de referencia, Schrader (1996: 54) disiente en este punto: “Una película de vida urbana nocturna no es necesariamente cine negro y un film *noir* no necesita necesariamente ocuparse del crimen y la corrupción”.

31 “Puesto que el programa abraza la serialidad en un grado tan alto, reclama que su audiencia no solo siga la pista de más hilos narrativos, sino que la audiencia siga más hilos narrativo que reemergen esporádica y tortuosamente tras grandes períodos de tiempo” (Nanicelli, 2009: 194).

de episodios abre un nuevo espacio –con sus personajes característicos, como es lógico– que se superpone a los demás: los *projects* y la comisaría (T1), el puerto (T2), la alcaldía (T3), la escuela pública (T4) y la prensa del *Baltimore Sun* (T5). De este modo, las “cinco temporadas, cada una de las cuales forma una unidad, juntas forman un supra-relato que muestra el paso del tiempo en una Baltimore ficcionalizada, pero ningún avance moral o narrativo claro. Cambian las caras (...) pero el problema de las drogas persiste” (Potter y Marshall, 2009: 9).

“Yo soy un tipo de policía diferente”. El gris moral

El cine negro, aunque pueda sonar contradictorio, siempre se ha coloreado de gris. El gris moral, un campo de juego impreciso donde las nociones de Bien y Mal se desdibujan y extraen carga dramática de su constante ambivalencia. En su análisis del período clásico, Borde y Chaumeton (1996: 21) ya lo apuntaban como instancia determinante: “El viejo lema (...) ‘el crimen no paga’ está aún a la orden del día y debe haber una retribución moral. Pero el relato se manipula para que en ocasiones los espectadores entiendan, se identifiquen con los criminales”. En *The Wire* y *The Shield* la confusión moral caracteriza a muchos de sus protagonistas que, como tantos otros del género, son lobos solitarios que sucumben a sus debilidades y se enfrentan por igual a peligros externos y demonios internos.

Así sucede con el “héroe” de *The Shield*: Vic Mackey. El capítulo inaugural describe una figura tremendamente eficaz combatiendo el delito que, sin embargo, es sospechoso de corrupción y despotismo policial. En una de las zonas más peligrosas de Estados Unidos, Mackey parece un mal menor, como le explica Claudette Wymys, brújula ética del relato, a David Aceveda:

Aceveda: ¿No te molesta? ¿Las cosas que hace?

Wymys: No juzgo a otros polis.

Aceveda: Mackey no es un poli. ¡Es Al Capone con placa!

Wymys: Al Capone ganó dinero dándole a la gente lo que quería. Lo que la gente quiere estos días es llegar a sus coches sin que les asalten. Regresar del trabajo y ver que su estereo sigue donde estaba. Oír sobre algún asesinato en el barrio y que al día siguiente la policía capturó al tipo. Si tener todas esas cosas implica que un poli dio una paliza a algún hispano o algún negro en el gueto... bueno, por lo que respecta a la mayoría de la gente, es un ‘mejor no preguntar para no saber’ (1.1).

Pocos minutos después de esa escena, Wagenbach y Wymys se muestran incapaces de quebrar a un sospechoso para conseguir la dirección donde un pedófilo tiene escondida a su víctima, una niña. Aceveda llama a Mackey para que aplique sus métodos. Ante la actitud chulesca del maleante, el personaje interpretado por Michael Chicklis le espeta antes de golpearle: “Lo del poli bueno y el poli malo se acabó por hoy. Yo soy un tipo de policía diferente”. Ahí se sintetiza la clave moral de buena parte de la historia. Como explica Poniewozik (2008), “Mackey, claramente, es un *mal* policía (...). Eso no sería interesante durante mucho tiempo si no fuera por el hecho de que Mackey es, también, un *muy buen* policía (...). Es un monstruo que derriba a otros monstruos, en nuestro nombre”. De ahí el título de la serie: el *Strike Team* es el “escudo” del ciudadano, no solo físico, sino también moral.

Por otra parte, el protagonista gana aristas puesto que con frecuencia se nos muestra en su vertiente personal, dispuesto a todo para proteger a su mujer y a sus hijos, dos de ellos autistas. Y, principalmente, se legitima ante el espectador por su fiereza para defender a los niños de crímenes horripilantes y castigar a sus agresores (Fuchs, 2005; Means Coleman y Cobb, 2007). Pero esta grisura ética no solo se aplica a Mackey. A lo largo de sus siete temporadas, en *The Shield* la ley es papel mojado y la corrupción un billete de ida y vuelta: se tortura a los acusados, se falsifican pruebas, los aspirantes a la alcaldía juegan sucio, se crea un baño de sangre entre bandas por motivos inmobiliarios, se obtienen “beneficios extra” (es decir, dinero) de las redadas y el sistema policial está contaminado por la chantaje, la traición y el delito interno. Hasta el capitán Aceveda, un personaje honesto dispuesto a limpiar Farmington en los albores del relato, acaba ennegreciendo su posición. Acaba aliándose con Vic para evitar la estafa mafiosa y mantener su ambición política. En el cierre, hasta se insinúa que podría haber mandado asesinar a Huggins, el nuevo líder político que denuncia su hipocresía. Su última conversación con Claudette resulta concluyente:

Wyms: He pillado tu rueda de prensa [tras el alijo de droga facilitado por Mackey]. Felicidades. Serás el próximo alcalde.

Aceveda: Bueno, aún queda el pequeño escollo de las elecciones.

Wyms: Estoy convencida de que eso no te detendrá... (7.13)

En el caso de *The Wire*, el protagonismo queda más repartido y, por ende, también la ambigüedad. La vaguedad moral salpica a todas las instituciones sociales, de modo que el verdadero heroísmo radica en la subversión controlada que supone enfrentarse a ellas. Como diría el metomentodo McNulty: “Pueden masticarte, pero tendrán que escupirte” (2.2). Éste conforma uno de los rasgos que más diferencia a *The Wire* del procedimental policíaco: “Su distinción héroe/villano ya no se cartografía en la oposición policía/criminal, buenos/malos u otro fácil dualismo. La dialéctica del heroísmo se materializa, en cambio, en las complejas relaciones entre las instituciones, sus jefes y aquellos sujetos a su disciplina” (McMillan, 2009: 62). En este sentido, Jimmy McNulty dista de ser un ejemplo moral tradicional (es alcohólico, adúltero y conflictivo) y, sin embargo, su insubordinación y sus ganas de hacer “verdadero trabajo policial” percuten la trama y sitúan a los delincuentes y a los corruptos contra las cuerdas. D’Angelo Barksdale, espejo de McNulty durante el primer año, se revela como un traficante lleno de buenos sentimientos y compasión, no solo hacia sus víctimas (el William Gant del piloto), sino también hacia subordinados como el joven Wallace; por eso acaba asesinado por “los suyos”. Algo similar le ocurre a Bodie, quien evoluciona de jovenzuelo sanguinario a héroe cansado. Su muerte entristece al espectador porque se ha ido humanizando, convirtiéndose en otro mártir más del sistema.

Omar, el Robin Hood de las calles, presenta un caso más complejo de ambigüedad moral. Es un delincuente inconformista y temible, seguidor de un férreo código de principios, que ha declarado la guerra a las bandas de traficantes. Que se erigiera en uno de los personajes más queridos por la audiencia –hasta Obama declaró su admiración por él – advierte de la atmósfera de valores en *The Wire*. El fracaso social y la podredumbre global de las instituciones posibilitan

que un personaje que se toma la justicia por su cuenta adquiriera todos los rasgos positivos del heroísmo.

“No es un mundo muy fragante, pero es en el que vives”. Paisaje urbano y realismo³²

El título del epígrafe corresponde a Raymond Chandler, uno de los padres de la novela negra estadounidense. Refleja el aliento realista, acorde con la dureza de unas tramas donde se reivindica la ciudad como escenario imprescindible del género. En este sentido, ambas series adoptan estrategias complementarias –una estética neorrealista en *The Wire*; una recreación del *cinéma-vérité* en *The Shield*– que otorgan un particular significado narrativo al paisaje urbano. Baltimore y Los Ángeles se retratan no solo como espacios físicos ruinosos y peligrosos, sino que los relatos televisivos también reflexionan sobre problemas políticos y sociales tales como la raza, la clase, la desintegración social, las disparidades económicas, las limitaciones del sistema de justicia y el naufragio del sueño americano.

El protagonismo físico del entorno urbano se privilegia desde la misma concepción de ambas series. *The Wire*, como anticipa Simon en el comentario del piloto, “fue filmada enteramente en Baltimore por un equipo artístico y sindicatos laborales de Baltimore”. Es un equipo que conoce la ciudad y logra embeber el crudo escenario –lleno de contrastes y desigualdades – en las historias de los personajes. Las calles, los muelles, las viviendas sociales, las fachadas de edificios públicos, el skyline financiero... El realismo se alcanza también mediante un *cásting* repleto de actores desconocidos, donde se insertan personalidades de Baltimore en irónicos papeles menores (García Martínez, 2010: 113).

Así, *The Wire* muestra una contención estilística que lo aleja de los cánones de otros *cop-shows*. Frente a la hipervisibilidad científica de *CSI* o al trepidante montaje de *24*, *The Wire* opta, como hemos apuntado, por un relato de cadencia lenta, sin énfasis formales (no hay música extradiegética, por ejemplo³³). Una historia lineal³⁴ que se detiene en la descripción física de los ambientes donde se desenvuelve la acción: es habitual exhibir a los personajes en planos medios y largos, de modo que se les vea interactuar con su entorno. Esta austeridad estética “esquiva cualquier efecto especial” e insiste “en la frontalidad, en el estar allí del sujeto” (Williams, 2008-09: 63). Por eso resulta tan relevante el rodaje en exteriores, en las avenidas Homer y Franklin, en las calles Fayette y Monroe, en las esquinas del verdadero lado Oeste. Porque son los espacios reales donde también se escenifica la acción.

Similar preeminencia del retrato urbano puede encontrarse en la serie de Shawn Ryan. Según Clark Johnson, director del piloto de *The Shield*, en el audiocomentario del DVD, “Los Angeles, en particular el área en la que rodamos –en Boyle Heights, Rampart, Downtown LA– realmente

32 La relación entre *The Wire*, el realismo y la ciudad la he trabajado de modo más extenso en un capítulo del volumen *Imaginar la realidad* (García Martínez, 2010), del que este artículo es deudor.

33 Salvo en las secuencias musicales que clausuran cada temporada y resumen los destinos de los personajes.

34 La única vuelta al pasado recuerda que el asesinato final es una represalia contra William Gant, testigo del caso D’Angelo (1.1). David Simon admite que fue un exhorto de la HBO, recelosa de que los espectadores no recordaran tal detalle.

es un personaje”. Filmada en 16 milímetros, con iluminación precaria, multitud de zoom, cámara al hombro y re-encuadres, *The Shield* recurre a un estilo *verité* para centrarse en barrios donde la efervescencia racial va de la mano del crimen. Esta estética documental se adapta como un guante a la temática ruda, de crímenes espeluznantes, de comisaría en medio de la selva. Una textura incómoda y verista que eleva el paisaje del cine negro a un nuevo nivel, acorde con la puesta en escena “anti-tradicional” que en el *noir* clásico servía para transmitir al espectador la desorientación de sus protagonistas (Place y Peterson, 1996: 68).

Mediante esta actitud documental, la ciudad se inmiscuye en la serie desde el proceso de producción. Scott Brazil, uno de los productores ejecutivos, se refiere en los extras del DVD al modo tan frenético de filmar que tiene la serie (un capítulo cada siete días) como “cine a la desesperada”: el equipo tiene que aprovechar edificios, comercios y todo su mobiliario real en lugar de construir decorados. Además, ruedan con los “dos ojos abiertos”, permitiendo así que lo incidental, lo espontáneo, se cuele en la diégesis. En este sentido, un caso paradigmático en la relación entre la ciudad real y la representada ocurrió durante la cuarta temporada. El equipo fue a grabar a una iglesia de la calle 77 de Los Ángeles. En el área, “feudo” de la banda criminal Swan Crisps, se había cometido un asesinato días atrás y había inquietud por la seguridad del equipo. En la ficción, la capitana Monica Rawlings (Glenn Close) explica a los ciudadanos las nuevas medidas que pretenden tomar para atajar el crimen en la zona... delante de 200 extras que eran ¡personas del propio distrito! Como recuerda el actor Jay Karnes: “Se estaba hablando a aquella gente de los problemas reales de su barrio” y eso se refleja en sus rostros.

De este modo, *The Wire* y *The Shield* consiguen que la estrategia de representación realista reproduzca la ambigüedad de lo real, es decir, del espacio y del tiempo, mediante una “narración fragmentada” –ese mosaico de historias, espacios, personajes y puntos de vista– que, como siempre ocurre en el cine negro según Dimenberg (2004: 6), “permanece bien armonizada con los espacios y tiempos violentamente fragmentados del mundo tardo-moderno”. En la mayoría de procedimentales policíacos de éxito (*CSI*, *Law & Order*, *Bones*, *The Mentalist* o *Lie to Me*) el paisaje urbano aparece solo como imagen de recurso, en ocasiones, de postal. Por el contrario, *The Wire* y *The Shield* se afanan en iluminar los contornos de las poblaciones donde se desarrollan sus historias, alentando su presencia realista en el primer plano de la narración.

“¡Esto es América, tío!”. El sueño americano y la crítica política

Knight y McKnight (2008: 161) recuerdan que el cine negro suele presentar un mundo distópico donde “o bien hay algo oscuramente corrupto en el corazón del orden social, o bien el orden social está amenazado por las acciones criminales o antisociales de algunos grupos o individuos”. Tanto en *The Wire* como en *The Shield* concurren ambas condiciones. Las ciudades de Baltimore y Los Ángeles se revelan como espacios caprichosos y temibles, donde la muerte puede asaltar en cualquier momento. Siguiendo la tradición elegíaca del género, *The Wire* y *The Shield* establecen una correlación entre la devastación de una sociedad amenazada por el delito y “las ruinas de la metrópolis industrial centripeta” (Dimenberg, 2004: 231), de modo

que ambas ciudades exhiben cómo “las relaciones de poder se inscriben en la aparentemente inocente espacialidad de la vida social” (Soja, 1989: 6).

The Shield se centra en el lado más desconocido y truculento de Los Ángeles: el patio trasero de Hollywood y Rodeo Drive, donde se sustituyen las palmeras de Beverly Hills y el glamour de Venice Beach por la sangre de las bandas de inmigrantes en Pico-Union. *The Wire*, por su parte, conduce esa deshumanización al extremo al retratar no solo las zonas más aplastadas y oscuras, sino al convertir literalmente el lado Oeste de Baltimore –a partir de la ola de asesinatos de la cuarta temporada– en un cementerio donde se sepultan cadáveres en casas vacías. Siguiendo las observaciones de Krutnik (1997: 88) acerca de la “noir city”, la visión de ambas series “hace alarde de las ambivalencias sobre la relación entre el individuo y la comunidad”, presentando la ciudad moderna como una amenaza a la “comunidad americana”. Esta idea –opuesta a la épica constructora del western– reafirma la “evaporización de las lealtades sociales” que caracteriza al cine negro. La ciudad, violenta, criminal, trágica en el sentido griego del término, queda retratada “como un vaso mezclador con elementos no-mezcables” (Gibb y Sabin, 2009). El sistema está podrido, la ciudad fraccionada, las razas enfrentadas y las clases inamovibles. La justicia es ineficaz y son imprescindibles “un tipo diferente de policía”, un “Al Capone con placa”.

A través de la representación realista de las calles como una amenaza cotidiana, las dos series activan una crítica social. En primer lugar, *The Wire* –“la ensoñación marxista de una serie de televisión” (Tucker en Sheehan y Sweeney, 2009)– impugna dos mitos interrelacionados, uno económico y otro sociopolítico: el del sueño americano, donde el trabajo duro lleva a la riqueza; y el de Estados Unidos como un lugar de inclusión en donde existe “un lugar para ti” (Ethridge, 2008: 154). Con respecto al primero, aunque *The Wire* no proponga soluciones a la crisis, sí remarca las razones ideológicas del desastre: “El Capitalismo –básico en el desarrollo de la metrópoli contemporánea– es el último dios en *The Wire*. El Capitalismo es Zeus” (Simon en Ducker, 2006). No en vano, el aparente vencedor en la batalla que se libra en *The Wire*, el emperador de la droga Marlo Stanfield, sucumbe ante los jefes del capital³⁵. Su propio abogado, Maurice Levy, se lo explicita en el último capítulo durante la fiesta con los promotores inmobiliarios, personificados en Krawczyk: “No te metas en una habitación a solas con él. ¡Me quieres ahí contigo, créeme, si no, tipos como ése te desangrarían! (5.10). Como concluye Clandfield (2009: 48), “el hecho de que *The Wire* deje floreciendo tanto a los personajes antagonistas como a un sistema viciado –mientras que los disidentes bienintencionados no salen tan bien parados– sugiere un inhóspito panorama de posibilidades para solucionar a largo plazo el problema urbano que la serie dramatiza”.

Mediante su retrato naturalista y la complejidad de su narrativa expandida, la idea que una y otra vez remarca la serie es que el capitalismo ha destruido el tejido social –la idea de comunidad– extendiendo el envilecimiento y el sálvese-quien-pueda. Esto deja a los personajes nostálgicos por un pasado donde, alguna vez, todo fue diferente. Así se comprueba, por ejemplo, en el

35 “Marlo no es un capitalista, como El Griego, o un pragmático, como Prop Joe, sino un producto puro, sin filtrar, de las calles” (Smith, 2010).

lamento de Bunk ante Omar: “Por muy duro que fuera aquel vecindario, teníamos una comunidad” (3.6). O, como los aciagos nuevos tiempos presagian, ya ni siquiera quedará la memoria: en la melancólica despedida de Mike y Dukie (5.9), el primero está ya tan cegado por la violencia que no puede ubicar los recuerdos felices de aquel pasado verano.

En cuanto al mito de América como espacio inclusivo, *The Wire* ofrece un relato que ilumina “la otra América”, el lado oscuro del sueño americano, un “juego amañado”, como se queja Bodie antes de ser aniquilado (4.13). Donde todo el mundo está obligado a jugar: “Si Snot Bogie siempre robaba el dinero –le pregunta McNulty al testigo del asesinato de apertura–, ¿por qué lo dejaban jugar?” “Teníamos que dejarlo. ¡Esto es América, tío!” (1.1). Así, la serie fotografía un país que da la espalda a los que se han quedado atrás, como denuncia expresamente el candidato Carcetti:

Lo que no podemos perdonar, lo que no puedo perdonar jamás es cómo nosotros, vosotros, yo, esta administración, todos nosotros, hemos dado la espalda a esas calles del lado Oeste de Baltimore. Los pobres, los enfermos, los crecientes desfavorecidos de nuestra ciudad, atrapados en las ruinas de barrios que hace tiempo estuvieron valorados, comunidades que hemos fracasado en defender, que hemos entregado a los horrores del tráfico de droga (3.12).

Según han escrito Sheehan y Sweeney (2009), “subyaciendo el arco argumental de *The Wire* está la convicción de que la exclusión social y la corrupción no existen a pesar del sistema, sino precisamente por él”. Por eso la cuarta temporada resulta la más demoledora: evidencia que la reforma es inalcanzable, que el propio sistema está enfermo y coagula cualquier intento de dejar pasar sangre nueva. De ahí que la trama se ubique en el inicio de cualquier pacto social: la escuela, el lugar donde, junto a la familia, se aprenden los valores básicos. En el gueto de Baltimore ya se sabe que la familia no existe: la droga y el crimen las han desestructurado, convirtiéndola en pantomima. El verdadero núcleo socializador es ahora la calle. Y, entonces, la escuela ha de cargar con un peso extra que apenas puede soportar sobre sus hombros.

“Y tienes que pagar algún tipo de precio”. La factura del crimen

La mayor diferencia política de la novela de la HBO con el agresivo policíaco de FX es que la última no eleva una crítica “sistémica” (Kinder, 2008-09: 51). En *The Shield* fallan las personas, no el sistema: “En un panorama radicalmente contrario a la posición de *The Wire* sobre la corrupción urbana –escribe Bellafante (2008)–, *The Shield* creía que las instituciones eran rescatables cuando gente decente se desempeñaba de forma competente”. Por eso, la reflexión ideológica de *The Shield*, desde una perspectiva más cercana a posiciones conservadoras, busca plantear, según cuenta su creador en el DVD, “cómo nosotros, como sociedad, estamos dispuestos a claudicar, en términos de derechos civiles, para incrementar nuestra propia seguridad personal”. *The Shield* muestra un Los Ángeles en efervescencia racial, dominado por el asesinato y el latrocinio, donde el multiculturalismo y la integración sí suponen un grave problema. En este entorno, ni la ley ni la moral pública son efectivas ni suficientes para combatir el crimen. Al contrario: se hace necesaria una suerte de justicia natural –las soluciones poco

convencionales de Vic Mackey– “como precondition esencial para la existencia de un orden social” (Chopra-Gant, 2007: 666), es decir, para el mantenimiento de la seguridad en las calles.

Pero su efectividad incita a reflexionar al espectador sobre cómo el ciudadano medio, más aún en el inseguro contexto posterior al 11-S, necesita que haya Mackeys por ahí fuera imponiendo sus normas en la jungla de asfalto, realizando el trabajo sucio para que la gente pueda dormir tranquila, consciente de que quien llama a la puerta a las seis de la mañana sea el lechero. Esta idea se plasma de forma muy gráfica en el espectacular montaje alterno que cierra el piloto. Por un lado, el *Strike Team* sale enfervorizado a la caza y captura de un traficante de droga. Sus imágenes en la camioneta o mientras llegan a la peligrosa mansión de Two-Time se combinan con escenas del resto de protagonistas en su esfera doméstica: Claudette es recibida por su perro, Dutch limpia su escritorio, Aceveda da un biberón a su hijo y Danny se repiensa su cita a ciegas antes de salir por la puerta.

Sin embargo, *The Shield* no permanece estática. Evoluciona y la madeja en la que se van enredando Mackey y los suyos, mentira sobre mentira, se convierte en un baldón infranqueable. La cuestión central de la serie cambia: “¿Cuál es el precio que paga la gente por haber torcido las reglas?” (Ryan en Murray, 2008). Es decir, las decisiones de Mackey acaban por pasar factura. Incluso Corrine le acusa de haberlos infectado con su maldad: “Te ayudaré una última vez y, después, los niños y yo estaremos fuera de tu vida. Ése es mi precio. ¡Y tú tienes pagar algún tipo de precio!” (7.8). Junto a este atisbo de justicia poética, el final de la serie propaga la idea de que las instituciones, en efecto, pueden funcionar: Claudette y Dutch, en cierto modo antagonistas morales del *Strike Team*, quiebran de nuevo al sospechoso sin incurrir en ilegalidades. Por tanto, ya sólo queda por cifrar, como veremos a continuación, a cuánto asciende la cuenta que los protagonistas han de pagar.

“Nadie gana. Un bando solo pierde más lentamente”. El destino elegíaco

Al igual que en el ciclo clásico, *The Wire* ostenta un aire existencialista, de destino funesto y fatalidad inminente:

Los modos y los temas del *noir* incluyen la desesperación, la paranoia, el nihilismo; una atmósfera de encerrona claustrofóbica; una sensación pesadillesca de soledad y alienación; un sinsentido albergado en parte por sentimientos de alejamiento del propio pasado incluso cuando uno parece ir directo a un enfrentamiento compulsivo con ese pasado (Sanders, 2006: 132).

Según Simon “*The Wire* es una tragedia griega en donde las instituciones posmodernas son las fuerzas del Olimpo. Es el departamento de Policía o la economía de la droga o las estructuras políticas o la administración de la escuela o las fuerzas macroeconómicas que están lanzando rayos y relámpagos y pateando el culo de la gente sin ninguna razón decente” (en Hornby, 2007). Ese capricho de los nuevos “dioses” se visualiza en el determinismo trágico de muchos personajes: el asesinato de D’Angelo o Wallace a manos de su propia gente, la muerte de Frank Sobotka por las huestes de un villano apodado nada casualmente “El Griego” o el juego de

espejos entre figuras como Duquan y Bubbles o Michael y Omar, que refuerzan la perpetuidad de los problemas institucionales que se describen. Porque “nadie gana. Un bando solo pierde más lentamente”, siguiendo la queja de Pryzbylewski (4.4). La misma imposibilidad suena como motivo recurrente en el tramo final, donde Snoop exclama que “merecerlo no tiene nada que ver con ello” antes de ser ajusticiada (5.9).

Como reiteran los fallidos experimentos –policíacos y docentes– de Colvin, la impotencia profesional de McNulty y Haynes o la frustración de las figuras paternas (Carver, Cutty, Pryzbylewski), “merecerlo no tiene nada que ver con ello”. Su destino no recompensa ni la integridad moral ni el celo con el que han aplicado en sus trabajos. Sin embargo, Burrell, Templeton o Levy triunfan precisamente por haber empeñado el sistema en su propio beneficio. Al igual que en la vida real, no rige necesariamente la relación causa-efecto. Por eso, algunos caracteres obtienen redención: Bubbles logra subir a casa de su hermana, Cutty escapa de la violencia callejera y Namond se convierte en un estudiante modelo. Mientras otros reinician el ciclo trágico donde no hay posibilidad de escape, envueltos en una lucha contra la droga que ni siquiera puede llamarse guerra³⁶: Duquan es pasto de la drogadicción y la marginalidad, Randy endurece su alma a base de palizas y el detective Sydnor deriva en un nuevo McNulty.

Por su parte, el cierre de *The Shield* también está atravesado por un *fatum* que, en un tropo característico del *noir*, se encarna en un pasado del que no se puede escapar (Porfirio, 1996). Como tantos perdedores clásicos, los protagonistas de la serie de FX cargan con el peso de una sentencia de muerte. Durante siete temporadas han intentado huir de aquel “acto imperdonable” y, sin embargo, han estado cavando su propia tumba. En el *Strike Team* ha ido fermentando la culpa, el remordimiento, la desconfianza y la traición... hasta que la llegada Kavanaugh precipitó los acontecimientos y provocó que el crimen inicial empezara a cobrarse su deuda interna.

Aunque Lemansky sea el primero en caer, todos los integrantes del Equipo de Asalto encuentran finales fatídicos: Shane –un personaje trágico– se suicida arrastrando consigo a su mujer embarazada y su hijo; Ronnie, engañado por Vic, va a prisión de por vida; y Mackey acaba incomunicado de su familia, a quienes supuestamente ha intentado salvaguardar durante todo el relato.

En este sentido *The Shield* ofrece una clausura acorde con la moralidad clásica del género. A pesar de evitar la cárcel al firmar un acuerdo con los federales como contraprestación por la droga de Beltrán, Mackey no sale indemne. Al contrario: los guionistas evitan su muerte violenta o la prisión condenándolo a una especie de muerte en vida. Ha perdido los dos motores que utilizaba para justificar sus actos: su trabajo y su familia. Porque “esto” lo que queda del héroe, como le increpa Claudette mientras le lanza a la cara la sangre de Shane y su familia:

36 Kim: Luchando en la guerra contra la droga. ¡Un caso de brutalidad cada vez!

Carver: Chica, ni siquiera puedes llamar “guerra” a esta mierda.

Herc: ¿Por qué no?

Carver: Porque las guerras terminan... (1.1)

Todas esas redadas. Todas esas confesiones que conseguiste en esta sala, ilegales o de otra manera. Todas las drogas que sacaste de las calles esta noche para el ICE [Immigration and Customs Enforcement]. ¡Debes estar muy orgulloso de ti mismo! ¡Esto es lo que queda del héroe al salir por la puerta! (7.13).

De hecho, Mackey abandona la comisaría como un apestado, bajo las miradas censuradoras de todos sus compañeros, con los gritos acusadores de Ronnie aún resonando en el *Barn*.

Pero, como en *The Wire*, quedan unos pocos personajes que sí acaban triunfando: aquellos que no se dejaron arrastrar por la viciada atmósfera moral del *Strike Team*. Con sus matices, Dutch, Danny y Julien obtienen un final feliz. Sin embargo, el destino elegíaco del género –el “nadie gana” de Prez– se ceba con Claudette: su victoria es amarga. Mackey se le escapa por muy poco, asume con melancolía la corrupción de Aceveda y sabe que el lupus la está devorando. Ahí va también su sentencia de muerte. Coincidimos con Poniewozik (2008b) en que ella es “la verdadera figura trágica de la serie”.

Conclusión

Tras los últimos acordes del “Way Down to the Hole”, el vencido Jimmy McNulty invoca un “volvamos a casa”. Al fondo, tras la autopista, se dibuja el contorno de Baltimore. Ha peleado a muerte. Tras cinco temporadas, todo sigue igual, todos en el juego. *Game over*. En el cierre de *The Shield*, Mackey, en su nuevo habitáculo, viste traje y deposita con suavidad las fotos de sus seres queridos, todos ausentes para siempre. Son planos larguísimos, gélidos, turbadores en su quietud. Opuestos a la visceralidad que ha dominado la serie durante 88 capítulos. El crimen y el castigo. *Rien ne va plus*.

Como este artículo ha tratado de demostrar, *The Wire* y *The Shield* se adaptan a muchas de las características propias del cine negro clásico. En ambos casos nos encontramos –desde ángulos complementarios– un afán extremadamente realista que sirve para presentarnos espejos deformados de la legalidad, antihéroes en busca de una imposible redención, males necesarios para mantener el orden de unas calles en guerra mientras el poder barre sus miserias debajo de las alfombrillas. Aunque la ficción anglosajona ha exhibido otros productos *noir*, ninguno ha alcanzado la influencia ni la calidad artística de estas dos monumentales crónicas de la ciudad y el crimen contemporáneos.

Referencias bibliográficas

- Bellafante, G. (2008) ‘*The Shield* Wraps Up, All the Bills Coming Due’, *The New York Times* [Online], 26 de noviembre, disponible; <http://www.nytimes.com/2008/11/26/arts/television/26shie.html> [5 Dic 2010].
- Borde, R. y Chaumeton, É. (1996) ‘Towards a Definition of *Film Noir*’, en Silver, A. y Ursini, J. (eds.), *Film Noir Reader* (pp. 17-26), Nueva York: Limelight.

Cascajosa Virino, C. (2007) *La caja lista: televisión norteamericana de culto*, Barcelona: Laertes.

Chopra-Gant, M. (2007) 'The Law of the Father, the Law of the Land: Power, Gender and Race in *The Shield*', *Journal of American Studies*, vol. 41, no. 3, pp. 659-673.

Clandfield, P. (2009) "We ain't got no yard": Crime, Development, and Urban Environment', en Potter, T. y Marshall, C. W. (eds.), *The Wire: Urban Decay and America Television* (pp. 37-49), Londres y Nueva York: Continuum.

Conard, M. T. (Ed.) (2007) *The Philosophy of Neo-Noir*, Kentucky: University Press of Kentucky.

Dimendberg, E. (2004) *Film Noir and the Spaces of Modernity*, Cambridge y Londres: Harvard University Press.

Ducker, E. (2006) 'The Left Behind. Inside *The Wire*'s World Of Alienation And Asshole Gods', *The Fader* [Online], 8 de diciembre, disponible: <http://www.thefader.com/2006/12/08/listening-in-part-iv/> [16 Jul 2009].

Erickson, T. (1996) 'Kill Me Again: Movement becomes Genre', en Silver, A. y Ursini J. (eds.), *Film Noir Reader* (pp. 307-330), Nueva York: Limelight.

Ethridge, B. D. (2008) 'Baltimore on *The Wire*: the tragic moralism of David Simon', en Leverette, M., Ott., B. L. y Buckley, C. L. (eds.), *It's not TV. Watching HBO in the Post-Television Era* (pp. 152-164), Nueva York: Routledge.

Frank, N. (1946) 'Un nouveau genre 'policier': l'aventure criminelle', *L'Écran Français*, vol. 61, 8-9.

Fuchs, C. (2005) 'Terrodome', *Flow TV* [Online], 1 de abril, disponible: <http://flowtv.org/2005/04/the-shield-kojak-police-drama/> [2 Dic 2010].

García Martínez, A. N. (2008) 'Diamantes en serie: el mejor cine se pasa a la televisión', *Nuestro Tiempo*, vol. 651, septiembre, pp. 18-33.

García Martínez, A. N. (2010) "This America, man! El realismo como crítica ideológica en *The Wire*", en Torregrosa Puig, M. (coord.), *Imaginar la realidad: Ensayos sobre la representación de la realidad en el cine, la televisión y los nuevos medios* (pp. 111-122), Sevilla y Zamora: Comunicación Social.

García Martínez, A. N. (4 de mayo 2009) '*Engrenajes*: los oscuros hilos de la justicia', *Diamantes en serie* [Online], 4 de mayo, disponible: <http://diamantesenserie.blogspot.com/2009/05/engrenajes-los-oscuros-hilos-de-la.html> [10 Dic 2010].

Gibb, J., y Sabin, R. (2009) "Who Loves Ya, David Simon?" Notes towards placing *The Wire*'s depiction of African-Americans in the context of American TV crime drama', *Darkmatter Journal. Issue The Wire Files* [Online], vol. 4, disponible: <http://www.darkmatter101.org/site/2009/05/29/who-loves-ya-david-simon/> [8 Nov 2010].

Hayward, S. (2000) *Key Concepts in Cinema Studies*, Londres: Routledge.

Holt, J. (2006) 'A Darker Shade: Realism in Neo-Noir', en Conard, M. T. (ed.), *The Philosophy of Film Noir* (pp. 23-40), Kentucky: University Press of Kentucky.

Holt, J. (2008) '*Twin Peaks*, Noir, and Open Interpretation', en Sanders, S. M. y Skoble, A. J. (eds.), *The Philosophy of TV Noir* (pp. 247-260), Kentucky: University Press of Kentucky.

Hornby, N. (2007) 'Police Show, Inverted. An Interview with David Simon', *The Believer* [Online], vol. 5, no. 6, disponible: http://www.believmag.com/issues/200708/?read=interview_simon [10 Nov 2009].

Kinder, M. (2008-09) 'Re-wiring Baltimore: The emotive power of systemic, seriality, and the City', *Film Quarterly*, vol. 62, no. 2, pp. 50-57.

- Knight, D. y McKnight, G. (2008) 'CSI and the Art of Forensic Detection', en Sanders, S. M. y Skoble, A. J. (eds.), *The Philosophy of TV Noir* (pp. 161-177), Kentucky: University Press of Kentucky.
- Kozloff, S. (1992) 'Narrative Theory and Television', en Allen, R. C. (ed.), *Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism* (pp. 67-100), Londres: Routledge.
- Krutnik, F. (1997) 'Something more than Night. Tales of the Noir City', en Clarke, D. B. (ed.), *The Cinematic City* (pp. 83-109), Londres y Nueva York: Routledge.
- Malin, B. J. (2010) 'Viral manhood: niche marketing, hard-boiled detectives and the economics of masculinity', *Media, Culture & Society*, vol. 32, no. 3, pp. 373-389.
- Mcmillan, A. (2009) 'Heroism, Institutions, and the Police Procedural', en Potter, T. y Marshall, C. W. (eds.), *The Wire: Urban Decay and America Television* (pp. 50-63), Londres y Nueva York: Continuum.
- Means Coleman, R. R. y Cobb, J. N. (2007) 'Training Day and The Shield: Evil Cops and the Taint of Blackness', en Norden, M. F. (ed.), *The Changing Face of Evil in Film Television* (pp. 101-123), Nueva York: Rodopi.
- Murray, N. (2008) 'Interview Shawn Ryan'. *A.V. Club* [Online], 24 de noviembre, disponible <http://www.avclub.com/articles/shawn-ryan,14336/> [5 Dic 2010].
- Nannicelli, T. (2009) 'It's All Connected: Televisual Narrative Complexity', en Potter, T. y Marshall, C. W. (eds.), *The Wire: Urban Decay and America Television* (pp. 190-202), Londres y Nueva York: Continuum.
- Naremore, J. (1998) *More than Night: film Noir in Its Contexts*, Berkeley: University of California Press.
- Neale, S. (2000) *Genre and Hollywood*, Londres y Nueva York: Routledge.
- Nelson, R. (1997) *TV Drama in Transition: Forms, Values and Cultural Change*, Londres: Palgrave MacMillan.
- Peirse, A. (2010) 'In a Lonely Place? Dexter and Film Noir', en Howard, D. L. (ed.), *Dexter: Investigating Cutting Edge Television* (pp. 189-204), Londres y Nueva York: I. B. Tauris.
- Place, J. y Peterson, L. (1996) 'Some Visual Motifs of *Film Noir*', en Silver, A. y Ursini, J. (eds.), *Film Noir Reader* (pp. 65-76), Nueva York: Limelight.
- Poniewozik, J. (2008a) 'A Fitting End for *The Shield*', *Time* [Online], 13 de noviembre, disponible: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1858899,00.html> [8 Sep 2010].
- Poniewozik, J. (2008b) 'Shield Watch: Time to Have that Talk', *Tuned In* [Online], 18 de noviembre, disponible: <http://tunedin.blogs.time.com/2008/11/19/shield-watch-time-to-have-that-talk/> [8 Sep 2010].
- Porfirio, R. (1996) 'No Way Out: Existential Motifs of *Film Noir*', en Silver, A. y Ursini, J. (eds.), *Film Noir Reader* (pp. 77-94), Nueva York: Limelight.
- Potter, T. y Marshall, C. W. (eds.) (2009) *The Wire: Urban Decay and America Television*, Londres y Nueva York: Continuum.
- Sanders S. M. y Skoble, A. J. (eds.) (2008) *The Philosophy of the TV Noir*, Kentucky: University Press of Kentucky.
- Sanders, S. M. (2006) 'Film Noir and the Meaning of Life', en Conard, M. T. (ed.), *The Philosophy of Film Noir* (pp. 91-106), Kentucky: University Press of Kentucky.

- Schrader, P. (1996) 'Notes of *Film Noir*', en Silver, A. y Ursini, J. (eds.), *Film Noir Reader* (pp. 53-64), Nueva York: Limelight.
- Sepinwall, A. (2008) 'The Shield: Shawn Ryan post-finale Q&A', *What's Alan Watching?* [Online], 25 de noviembre, disponible: <http://sepinwall.blogspot.com/2008/11/shield-shawn-ryan-post-finale-q.html> [8 Sep 2010].
- Sheehan, H. y Sweeney, S. (Primavera 2009) 'The Wire and the world: narrative and metanarrative', *Jump Cut: A Review of Contemporary Culture* [Online], disponible: <http://www.ejumpcut.org/currentissue/Wire/index.html> [16 Jul 2009].
- Silver, A. (1996) 'Son of Noir: Neo-Film Noir and the Neo-B Picture', en Silver, A. y Ursini, J. (eds.), *Film Noir Reader* (pp. 77-94), Nueva York: Limelight.
- Smith, M. (2010) 'The Wire re-up: season five, episode nine—deserve got nothing to do with it', *The Guardian* [Online], 13 de abril, disponible: <http://www.guardian.co.uk/media/organgrinder/2010/apr/13/wire-season-5-episode-9> [10 Dic 2010].
- Soja, E. W. (1989) *Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Social Theory*, New York y London: Verso.
- Spicer, A. (2007) 'Problems of Memory and Identity in Neo-Noir's Existentialist Antihero', en Conard, M. T. (ed.), *The Philosophy of Neo-Noir* (pp. 47-63), Kentucky: University Press of Kentucky.
- Vine, R. (2010) 'First Look: BBC1's Luther', *The Guardian* [Online], 27 de abril, disponible: <http://www.guardian.co.uk/tv-and-radio/tvandradioblog/2010/apr/26/luther-idris-elba-bbc1> [10 Dic 2010].
- Williams, J. S. (2008-09) 'The Lost Boys of Baltimore: Beauty and Desire in the Hood', *Film Quarterly*, vol. 62, no. 2, pp. 58-63.

State of Play: buenos tiempos para la conspiración

Rubén Romero Santos

Introducción

El título completo de *State of Play* es *State of Play, series 1*. No hay una “series 2”. El 8 de mayo, cuando todavía no se había estrenado la serie, la BBC propuso a su creador, el guionista Paul Abbott, una nueva entrega (Deans, 2003a). Hasta la fecha, dicho proyecto no se ha llevado a cabo, lo que nos dice mucho de lo coyuntural de su gestación. De la misma manera, cabe preguntarse por qué la BBC tenía tanto interés en renovar un producto que todavía no se había presentado en público. Cuando lo hizo, su éxito fue bastante relativo. El día de su estreno, la noche del 18 de mayo de 2003, *State of Play* obtuvo 5,2 millones de espectadores, frente a los 8,4 millones del líder de esa noche, la serie criminal *Blue Murder*, en ITV1 (Deans, 2003b). En su desenlace, el 22 de junio, logró 5 millones de espectadores y un share del 23%, derrotada, en esta ocasión, por la reposición del filme de la franquicia Bond *El mañana nunca muere*, en ITV1, con 6,8 millones y un share del 35% (Deans, 2003c). Sin embargo, su segundo capítulo, emitido en adelanto por el canal de Freeview (el equivalente a nuestra TDT) BBC4, sí que tuvo una audiencia más que notable: 500.000 espectadores decidieron seguir la miniserie en la plataforma digital, la mayor hasta la fecha desde que BBC4 inició sus emisiones en marzo de 2002. Una cifra más que considerable si se tiene en cuenta que hasta entonces, los programas estrella de dicha cadena, como *Horizons* o *Great Britons*, apenas sí llegaban a los 30.000 espectadores (Deans, 2003b).

Muy diferente fue la recepción de una crítica que, en su mayoría, se mostró entusiasmada con la miniserie. Así, Gareth McLean en *The Guardian* afirmaba al respecto: “si puedes contar las buenas series de los últimos años con los dedos de ambas manos, es el momento de que te crezca un nuevo dedo”; Paul Hoggart, en *The Times*, resaltaba: “posee un turbulento dinamismo creíble y adictivo”; y James Walton, de *The Daily Telegraph*, aunque mostraba sus reparos acerca del “lado doméstico y humano”, reconocía que “es suficientemente buena como para esperar que no caiga [en ese defecto] y estad seguros de que la próxima semana estaré frente al televisor para comprobarlo” (Deans, 2003b). Curiosamente, en todas las críticas se hace hincapié en el trabajo como guionista de Paul Abbott, siguiendo así la tradición británica de análisis televisivo centrada en el guionista como autor. A este respecto, no conviene olvidar que el director de la serie fue David Yates, célebre hoy por haberse ocupado de la franquicia más rentable de la historia: Harry Potter. Yates se hizo cargo de la adaptación de Rowling en *Harry Potter y la Orden del Fénix* (2007) quinta entrega de la saga, y desde entonces ha filmado *El misterio del príncipe* (2009) y las dos aventuras finales *Las reliquias de la muerte. Parte 1 y Parte 2* (2010 y 2011, respectivamente).

El prestigio también llegó de la mano de diferentes galardones. La lista es una heterogénea mezcla que demuestra el aprecio tanto por el fondo como por la forma. En el mercado doméstico, fue nominada a 7 premios BAFTA, y se alzó con tres de ellos: Actor (Bill Nighy, por su papel como

el director de diario Cameron Foster), Montaje (Mark Day) y Sonido (Hokin, Hilliker, McFee y Boxshall); la Asociación de Periodistas Británicos le concedió el premio al Mejor Actor (de nuevo Nighy) y al Mejor Guión (Paul Abbott); la de Directores, reconoció el trabajo de David Yates; la Royal Television le otorgó el premio a la Mejor Ficción, al Mejor Guión (Paul Abbott) y a la Mejor Iluminación (Chris Seager). En el mercado internacional, también recogió un buen puñado de galardones: Premio Edgard Allan Poe a la mejor miniserie en EE UU, hecho que se repetiría en el Banff canadiense y en el Festival de Colonia alemán; y Ninfa de Oro al Mejor Guión en Montecarlo. Pero también, y quizás el más importante reconocimiento, fue su emisión en otros países no anglosajones, como fueron Finlandia, Noruega, Suecia, Dinamarca, Canadá o Francia, lugar en el que tuvo un éxito especialmente notable, siendo emitida por el canal Jimmy (2005) y repuesta por Arte (2008).

Con el tiempo, el prestigio de *State of Play* no ha hecho sino crecer. Robin Nelson decidió titular su obra sobre la ficción británica contemporánea con su nombre (*State of Play: Contemporary "High-end" TV Drama*). En 2008 se estrenó su adaptación cinematográfica, dirigida por Kevin McDonald y protagonizada por dos miembros del *star system* hollywoodiense como los oscarizados Russell Crowe y Ben Affleck. Todavía el pasado año, sin ir más lejos, ha formado parte del festival organizado por el British Film Institute, titulado *Second Coming. The Rebirth of TV Drama*, que ha seleccionado lo mejor de la década.

El contexto de producción: La BBC del siglo XXI

A principios del milenio, la cadena de televisión pública BBC vivía momentos críticos. En su revisión de la década, Mark Duguid afirma que, a pesar de ser un periodo fértil, “la ficción luchaba para mantener su estatus en un panorama televisivo en constante mutación, con las cadenas (y las audiencias) favoreciendo cada vez más los formatos ‘reality’” (Duguid, 2010). En el caso concreto de la BBC, no se trataba únicamente de una cuestión de géneros, también había un frente tecnológico y empresarial. La renovación de la Carta de la BBC en 1996, hecha según criterios thatcheristas y bajo el conocido como *Informe Peacock* (1986) abogaba por la libertad de elección del espectador y sostenía que “en la era digital del ‘amplio espectro’ había poca o ninguna necesidad de una emisora pública financiada por un impuesto regresivo como el canon” (Smith, 2000: 162). Grosso modo, la carta otorgaba la licencia para la televisión por satélite a Sky y de la TDT a ITV (ambas de pago). En abril de 2002, ITV se declaraba en bancarrota con unas pérdidas de 1.000 millones de libras. Había perdido “la batalla de la televisión” con el todopoderoso magnate Rupert Murdoch, propietario de Sky y dueño de los derechos de gran parte de los programas que emitía ITV. Ahora bien, como la implantación de la TDT había fracasado, el gobierno se volvió hacia la BBC “para dirigir el paso a la televisión digital en el Reino Unido y para hacer que el ‘apagado’ analógico fuera una opción política realista” (Íbid: 163). En octubre de 2002, la TDT británica fue relanzada como servicio gratuito ofreciendo cerca de 30 canales bajo el estandarte de Freeview, una iniciativa dirigida por la BBC que incluía también BSkyB y Crown Castle. Freeview era una oportunidad única para demostrar que el canon (y por ende, la BBC), por más que lo negara el *Informe Peacock*, todavía tenía

razón de ser. A pesar del rápido éxito de Freeview, el 18 de mayo, cuando se estrenó *State of Play*, cerca de 6 millones de hogares británicos recibían la televisión digital a través de Sky Digital que seguía disponiendo de mucho más capital que la televisión pública, con lo que la BBC no podía competir en las pujas por las series extranjeras. No es de extrañar, pues, que las dos series norteamericanas “políticas” más exitosas del periodo, *El Ala Oeste de la Casa Blanca* y *24*, fueran emitidas por Sky1 (la BBC perdió los derechos de emisión de esta última a partir de la segunda temporada). A la BBC no le quedaba más remedio que producir sus propias ficciones para dotar de contenidos a sus nuevos canales. Este contexto explica, así mismo, por qué, con la salvedad del primer y último episodio, el grueso de la serie fue estrenada en la BBC4 (canal de TDT) antes que en BBC1.

Como quiera que Jane Tranter fue la responsable directa de encargar a Paul Abbott la redacción de *State of Play* (Deans, 2000b), debemos detenernos en su figura. Cuando fue nombrada Programadora de Ficción (Head of Drama), Tranter venía avalada por un buen puñado de exitosas producciones y, lo más importante, de lo más eclécticas. Mientras que *David Copperfield* o *All the King's Men* explotaban “la marca BBC” normalmente asociada a adaptaciones literarias y/o de época (el conocido género *heritage*), otras resultaban mucho más contemporáneas: la multipremiada *Warriors* versaba sobre la vida de los soldados británicos en Bosnia, y *Pure Wickedness* hablaba del adulterio en un Londres actual. El inicio de esta última es sintomático de lo que la BBC probablemente quería que hiciera Tranter al designarla para el cargo: los títulos de crédito se suceden al ritmo del *I've Got You Babe*, de UB40 y Chrissie Hynde, para dar paso a una mujer caminando por el Londres del momento. Nada que ver, desde luego, con Dickens, Austen y demás. Por si quedaba alguna duda, el día de su nombramiento Jane Tranter dejó claras sus líneas maestras en declaraciones recogidas por *The Guardian*: “Hay que fijarse en las series que han hecho grande a la BBC: *Z Cars*, *Edge of Darkness*, los primeros *Bergeracs*, *Boys from the Blackstuff* [...] (Influencias) que yo llamo ‘retro-modernas’: debemos analizar lo mejor que hemos producido para mejorar lo que hagamos ahora”. (Brown: 2000)

Nótese la presencia en esta lista de dos series como *Edge of Darkness* y *Boys from the Blackstuff*. desde presupuestos completamente diferentes (el “eco-thriller” y el realismo social), ambas eran altamente críticas con la política neoliberal de Margaret Thatcher. Algo que parecía haberse perdido con el tiempo. Los dirigentes y partidos en el poder habían cambiado, y el reflejo del laborismo durante el primer mandato de Blair había sido, según recoge Duguid (2010), “prácticamente inexistente”, pero todo eso estaba a punto de cambiar. La BBC anunció en un comunicado de prensa, con fecha de 28 de mayo de 2002, la producción (ya bajo el mandato de Tranter) de cuatro importantes series políticas. A saber: *The Project* (escrita por Leigh Jackson y dirigida por Peter Kosmininsky) que, según la cadena versa sobre “la ascensión al poder del Nuevo Laborismo”; *Jeffrey Archer. The Truth is a Satire* (a cargo de Guy Jenkin) sobre el político *tory*; *The Key*, de Donna Franceschild, sobre el movimiento obrero en Escocia y... *State of Play* (BBC: 2002).

El contexto político: La Tercera Vía

McCaffrey: ¡Encabezas el nuevo amanecer de la democracia, no jodas!

Collins: ¡Eso es exactamente lo que hago!

McCaffrey: ¡Bastardo prepotente!

State of Play. Capítulo 1.

En su estudio sobre *Edge of Darkness*, relevante por compartir formato (miniserie) y género (*thriller* conspirativo) con *State of Play*, John Caughie (2007: 30) argumenta que “el estatus de clasicismo se otorga a textos que hablan especialmente del momento en el que han sido realizados, permitiéndonos acceder a una historia que va más allá de la evolución de la televisión o de sus formas”. En este apartado intentaremos justificar el porqué, así como *Edge of Darkness* está íntimamente ligado al Thatcherismo, lo mismo puede decirse de *State of Play* y el Nuevo Laborismo.

Pierre Bourdieu, en un artículo incendiario publicado en 2000, identificaba al Reino Unido de la época con “ese caballo de Troya con dos cabezas, una política y la otra intelectual, en la dualidad de Tony Blair y Anthony Giddens, “teórico” autoproclamado de la “tercera vía” (*‘La nouvelle vulgate planétaire’*, 2000). La Tercera Vía, el Nuevo Laborismo, propugnaba un nuevo centrismo situado entre el thatcherismo y el viejo socialismo y capaz de superar ambas o, en sus propias palabras “un camino de renovación y éxito para la moderna democracia social” (Blair, 1998). Blair presentó la Tercera Vía como un “Modelo para el siglo XXI”, con promesas que calaron en la población del tipo “trabajo para los que puedan trabajar” y “seguridad para aquellos que no pueden”.

El personaje de Stephen Collins (interpretado por David Morrissey) encarna a la nueva hornada de políticos nacidos bajo este modelo: joven, idealista, podríamos incluso hilar más fino en la comparación: tanto Collins como Blair tienen hijos adolescentes con problemas de alcoholismo (Louis en la ficción, Euan en la vida real), están imbuidos de cierta “pureza” o “candidez” política al no ser de Londres y no haber sido intoxicados por el ambiente burocrático de la capital, iniciaron su carrera en 1994 (la serie se estrenó en 2003 y en el capítulo 3, Cal McCaffrey nos hace saber que conoce a Collins, “desde hacer nueve años”) y su programa político pasa por mejorar “escuela, sanidad y seguridad”. Este último punto fue especialmente polémico. Los políticos de la Tercera Vía eran amantes de los eslóganes fáciles de recordar y definitivos, siendo uno de los que más irritaban a los votantes de izquierda el que decía: “seremos duros con el crimen y con las causas del mismo”, sentencia pronunciada por Tony Blair en 1994. Para Duguid (2009: 48), dicha frase “era astuta y pomposa ya que, a la vez que proporcionaba seguridad a los miembros de su propio partido, que veían el crimen como un problema fundamentalmente relacionado con la pobreza, la desigualdad y la miseria, también sugería que las víctimas del crimen (la mayoría de ellos, igualmente desfavorecidos y pobres) merecían ser protegidos”. El trabajo de Duguid versa sobre la serie *Cracker*, y los sentimientos de indignación que albergaba el guionista Jimmy McGovern por lo que el autor define como “la criminalización de la clase

obrero” (Íbid: 49). Resulta relevante, sin embargo, porque Paul Abbott, amén de trabajar con McGovern en *Cracker* (produjo la segunda temporada y escribió tres guiones de la tercera), compartía con su colega un mismo extracto social (muy humilde y familia numerosa), una misma procedencia (norte de Inglaterra) y un mismo interés por un retrato de la clase obrera “idealizado” en el ejercicio de su profesión (*The Lakes* y *Hillsborough* en el caso de McGovern; *Linda Green* y, muy especialmente, *Clocking Off* en el caso de Abbott).

El mensaje sobre inseguridad ciudadana se centraba en un mayor control de los adolescentes. En *La Tercera Vía, una democracia social moderna*, un artículo firmado por Tony Blair que apareció en numerosos diarios en 1998 y que pretendía condensar su pensamiento, este punto quedaba diáfano: “La Tercera Vía persigue la consolidación de un nuevo equilibrio entre derechos y deberes no sólo en la esfera del sistema de protección social, sino también desde un tratamiento más riguroso de la delincuencia juvenil, y un énfasis mucho mayor en los deberes de los padres” (Blair, 1998). “Tratamiento riguroso de la delincuencia juvenil” y “ser duros con el crimen y con las causas que lo producen”... En último término, *State of Play* puede entenderse como una negación de dicho planteamiento: el viaje que realiza un crimen común (un pequeño hurto del descuidero Kelvin Staggs, de color para más añadidura) a la más alta esfera del poder británico: la Cámara de los Comunes. De hecho, el montaje en paralelo de los cinco primeros minutos de la serie relaciona estos dos espacios de manera impecable.



Capítulo 1. Escena 1. El viaje del crimen: de un callejón del centro de Londres a la Cámara de los Comunes.

La lucha por la Verdad como protagonista

El contexto en el que se desarrolla la trama de *State of Play* son las relaciones entre el poder político y la prensa. Que Paul Abbott eligiera para su crítica del Nuevo Laborismo dicho terreno de juego no es para nada casual. El día de la renuncia al cargo de Tony Blair, el 8 de julio de 2008, Andrew Marr escribió en la BBC: “el Nuevo Laborismo ha sido el gobierno más obsesionado por los medios de comunicación que ha tenido Reino Unido en los tiempos modernos” (Marr, 2008).

Blair llegó al poder en 1997 con una victoria jamás vista. Tras 18 años en la oposición, los laboristas lograron 179 diputados, el mayor número desde el Gobierno Nacional de 1935 y el mejor resultado en la historia del partido. Los analistas dedujeron que gran parte de su victoria se debía a cómo habían desarrollado su campaña. El director de prensa de la misma, Peter Mandelson, ex trabajador de la BBC, fue el hombre clave ya que “cualquier historia del Partido Laborista estaría incompleta sin él y fue el primero en Reino Unido en ser apodado ‘spin doctor’”

PREVIOUSLY ON

(Esser, 2000: 220). El término 'spin doctor' fue acuñado por en un editorial del *New York Times* tras un debate entre Reagan y Mondale (Andrews: 2006, 31), pero no recibiría su significado actual hasta Mandelson, quien fue descrito por William Ress-Mogg en *The Times* como “el mayor 'spin doctor' desde Goebbels” (31 de marzo de 1997) y “el segundo hombre más poderoso de Reino Unido” por *Sunday Telegraph* (16 de marzo de 1997, ambos titulares recogidos en en Esser, 2000: 220). Mandelson cayó en desgracia al poco de llegar al poder por dos escándalos prácticamente sucesivos, lo que puso de relieve la importancia de un tercer hombre, también fundamental en la política comunicativa del Nuevo Laborismo: Alastair Campbell. Si Mandelson tenía un pasado televisivo, Campbell provenía del mundo de los tabloides, concretamente del *Daily Mirror*. Su trabajo fue fundamental para que Tony Blair obtuviera el apoyo, jamás logrado por un líder laborista con anterioridad, de la mayoría de la prensa diaria y, especialmente, de la sensacionalista. Según Esser (2000: 219), 6 de los 10 diarios nacionales mostraron su apoyo a Blair, lo que suponía un total de 21,6 millones de lectores en comparación con los 10,6 que apoyaron a John Major. Era una cifra apabullante que demostraba que prensa y política (por lo menos laborista) nunca habían estado tan de la mano. “Gracias a los contactos de Campbell con los tabloides, los artículos firmados por Tony Blair se convirtieron en habituales en diarios como *The Sun* o *News of the World*”. Un hecho todavía más destacable si cabe ya que “ambos diarios tenían una larga tradición de derechas y pertenecían a Rupert Murdoch” (Íbid: 220).



Periodismo frente a política: la redacción del Herald prepara su exclusiva mientras los asesores de George Fergus, en la clandestinidad de una habitación de hotel, ultiman su respuesta.

No parece pues, casual, que en *State of Play* cada vez que se nombra un tabloide se haga con desconfianza. Los ejemplos son numerosos: empezando por el primer capítulo cuando, tras volver de vacaciones, la mesa de redacción valora la posibilidad de publicar la muerte de la colaboradora de Stephens, a lo que McCaffrey objeta: “¿Hemos reducido el formato del diario mientras yo estaba de vacaciones?”, en alusión peyorativa al tipo de noticias tratadas por la prensa sensacionalista; al visitar a la familia Stagg, ante la ira de estos por la información publicada acerca de la muerte de Kelvin, se defiende: “no soy de ese diario”; Helen Preger, la experta en política, aborda a Anne Collins ofreciéndole su ayuda “antes de que los tabloides la hagan papilla” (cap. 2). Cameron acusa al Inspector Bell de inculco y “lector de la tercera página del diario”, donde *The Sun* pone una foto erótica.



La prensa sensacionalista frente a la de calidad: los lloros de Collins en un tabloide (Daily Mirror) y la página en blanco censurada de The Herald.

Tras la victoria, Campbell se convirtió en un personaje terriblemente popular en su papel de Secretario de Comunicación. “Los corresponsales políticos lo acusaron en repetidas ocasiones de engañarlos en reuniones con *lobbys* y conferencias de prensa” (Esser, 2000: 221). Algo que también recogen otros autores, que recogen la práctica habitual de Campbell de introducir noticias, *below the line*: “el *kite flying* (colocación de historias a través de determinados periodistas) y *throwing out the bodies* (emisión de malas noticias cuando lo más probable es que los periodistas estén ocupados con otras nuevas)”. (Smith, 2010: 159).

Algunas de las actividades más reprobables de Andrew Nichols, el ‘spin doctor’ de la serie, interpretado por Michael Feast, son sospechosamente similares a las desarrolladas por Campbell. En una biografía no autorizada de Alastair Campbell escrita por Peter Osborne (2004), se nos narra cómo, cuando el matrimonio del Ministro de Asuntos Exteriores Robin Cook entró en crisis, Campbell le llamó para comunicarle que debía elegir entre su mujer y su amante para evitar que el asunto se descontrolara en la prensa. Esta invasión por parte del ‘spin doctor’ de la esfera privada del político queda meridianamente reflejada en la escena en la que, tras conocerse la muerte de Sonia Baker, Andrew Nichols se pone en contacto con la mujer de Collins, Anne, para comunicarle la noticia antes de que lo haga su propio marido y “salvaguardar el trabajo de la Comisión”.

Ubicuo y omnipotente a lo largo de toda la serie, Nichols es el auténtico villano de la misma, la encarnación de la mentira, de la falacia comunicativa laborista. A menudo lo vemos en un segundo plano, fuera de foco, pero siempre presente. Tras conocerse la noticia de la muerte de Sonia Baker, aparece en el despacho de Collins. Sin mirarlo, el político le afea a su secretaria el haberle hecho saber a Nichols lo sucedido: “Se lo has contado a él antes de contármelo con mí”; tampoco hay que ser especialmente severo con la secretaria, Nichols parece saberlo todo antes de que suceda, como la exclusiva que va a publicar el *Mail* acerca de que Collins pensaba dejar a su mujer (cap. 2) antes de que vaya a imprenta. Buena parte de su información la debe a sus fenomenales contactos: así, en el cuarto episodio, promete al Ministro de Energía “poner a alguien a husmear en *The Herald*”; tras la violenta discusión con Collins del mismo episodio, le lanza una pregunta en forma de amenaza: “¿¡Quieres saber lo que yo sé!?”, para después exclamar: “¡¡Yo soy el limpiador!!”... Aunque lo cierto es que está pluriempleado: hace las veces de abogado cuando Stephen Collins es interrogado por la policía (cap. 3); y es el encargado de

abrir la puerta máxima del poder, la del número 10 de Downing Street al mismísimo Ministro de Energía (cap. 4)



El 'spin doctor' Andrew Wilson. La reencarnación del "Gran Hermano": "¿¡Quieres saber lo que yo sé!?"

El personaje de Nichols no es el único encargado de introducir comentarios sobre la situación política del momento, que se filtra en cada escena, en sutiles y a veces imperceptibles frases. Para justificar un desembolso a todas luces excesivo, McCaffrey ironiza: "¿De los tíos que construyeron el Dome? ¡No me jodas!" (cap. 1); Collins asiste ensimismado en sus pensamientos a una sesión de los Comunes cuyo ruido de fondo es el problema de la vivienda y la especulación (cap. 2), o a otra en la que se habla de los fondos para servicios sociales (cap. 5). Pero, probablemente, la referencia más evidente al primer mandato de Blair tenga que ver con el petróleo.

Sangre por petróleo

Para alguien tan preocupado por la opinión y la imagen pública como el Gobierno de Blair, las encuestas sobre popularidad eran fundamentales. Durante su primer mandato, su peor momento se debió a "la crisis de la gasolina" durante el verano de 2000 (Murphy y Foggo, 2000). Un grupo "relativamente pequeño" (Hetherington y Denny, 2000) de piquetes bloqueó el país como protesta por el aumento del precio del combustible. Cuando la policía controló las estaciones de servicio, las compañías petroleras "no las suplieron de suministro" (Íbid). Los protagonistas de *State of Play* parecen no dejar de hacer referencia a este suceso. Así, en el cuarto episodio, Collins confiesa a McCaffrey sobre su labor en la Comisión de Energía: "Nadie quería que pasara lo mismo que en EE UU, con la industria del petróleo decidiendo qué gobierno cae o permanece". En el quinto capítulo, tras una violenta discusión entre Collins y Wilson, en la que el primero golpea al segundo, este le dice:

Wilson: El informe de la Comisión de Energía es más importante que vosotros dos.

Collins: Solo pondrá firmes a las petroleras.

Wilson: Poner firme a las petroleras es poner firme al gobierno.

George Fergus, Ministro de Energía encarnado por James Laurenson, comparte la opinión de Wilson poco después, cuando cuenta a Collins que "Sabemos por experiencia que no se juega con la industria petrolera [...] Tuvimos una crisis energética que casi nos costó el gobierno".

A nivel visual, la gasolina está igualmente presente durante toda la serie. En el audiocomentario del piloto, David Yates remarca el que la redacción de *The Herald* esté rodeada de cristaleras “por donde no dejan de pasar coches”. Pero va más allá. Todos los personajes importantes de la trama aparecen, en un momento u otro, en el interior de un automóvil. Los coches se convierten, según las necesidades, en confesionarios, en lugares donde amar o, como en el caso de Siegler, donde morir. No es de extrañar que la última imagen que veamos de Collins sea, precisamente, subiendo a un coche de la policía.



El automóvil como espacio de revelación y confesión... y como herramienta de muerte en el caso de Richard Siegler.

Acerca del género: el ‘thriller’ conspirativo

State of Play es un *thriller* conspirativo. Al menos, así lo publicitó la BBC. A pesar de ello, como afirma Nelson, la trama se inicia dentro del género criminal (Nelson, 2007: 201). “*State of Play* es en un principio un ‘quién lo hizo’, un *thriller* político sobre la misteriosa muerte de una joven”. La fallecida es Sonia Baker, miembro del equipo del parlamentario Stephen Collins, presidente de la Comisión de Energía que está a punto de publicar un informe vinculante sobre la política medioambiental de las petroleras. Sin embargo, pronto el ‘quién’, pasa a ser menos importante que el ‘por qué’ (de hecho, el asesino muere justo en el ecuador de la trama, en el tercer capítulo). La respuesta a esta última pregunta se desarrollará en una estructura multitrama que dará origen al “*thriller* conspirativo”.

Género en auge en los últimos tiempos, el principal problema para el análisis televisivo del *thriller* de conspiración tiene que ver con la herencia que la sociología ha dejado en el mismo. Así como el *western* siempre se relacionará con “la frontera”, o “la conquista de la naturaleza”, las asociaciones del *thriller* conspirativo son más peyorativas. Resulta imposible hablar de “teorías de la conspiración” sin referirnos al influyente ensayo de Hofstadter, *The Paranoid Style in American Politics*, escrito en 1964, en el ambiente inmediatamente posterior a la Caza de Brujas y cuyo adjetivo en el título ya rebela parte de su contenido. Del mismo modo, existe un argumento de autoridad contra las teorías de la conspiración: el recelo que despertó en alguien tan prestigioso como Karl Popper. En *La sociedad abierta y sus enemigos*, el filósofo austriaco afirmaba que la teoría conspirativa era “el resultado típico de la secularización de una superstición religiosa” y la definía como “la teoría equivocada de que todo lo que ocurre

en la sociedad –especialmente los sucesos que, como la guerra, la desocupación, la pobreza, la escasez, etc., por regla general no gustan a la gente– es resultado directo del designio de algunos individuos y grupos poderosos” (Popper, 1992: 280). El pensador no negaba la existencia de las conspiraciones, pero su crítica, así como su idea, ampliamente extendida, de que a través de ella sólo se llegaba al totalitarismo, realmente creó escuela. Fredric Jameson ha ido más allá en el desarrollo de esta visión. Como señala Mason, para Jameson, la teoría conspirativa “es el mapa cognitivo del pobre en la era postmoderna; es la imagen degradada de la lógica total del capitalismo último, un intento desesperado por representar el sistema de este último” (Mason, 2002: 40).

Quizá quienes mejor han resumido la influencia de Jameson y Popper en el estudio del *thriller* conspirativo han sido Wexler y Havers:

El tratamiento de la conspiración como narrativa dramática y social plasma, de dos maneras diferentes pero interrelacionadas, el nexo entre la conspiración y los grupos de tensión. Por un lado, en la tradición postmodernista (Geddes, 2001; Harvey, 1990; Jameson, 1991; Rengger, 1996), la explicación conspirativa se presenta como una manera poco ortodoxa de dotar de sentido a la realidad, que ayuda a los ciudadanos a aprehender la naturaleza fragmentada de la vida social en tiempos de incertidumbres impredecibles. Por el otro, basado en una tradición proveniente del estudio psicológico de la paranoia (Marcus, 1999; Pipes, 1999; Robins & Post, 1997; Wulff, 1987), con raíces en la noción del “estilo paranoico” de Hofstadter, se apunta a la conspiración como una narración paranoica adaptada a un contexto cultural propicio (‘Conspiracy, a dramaturgical explanation’, 2002).

En el terreno audiovisual, podemos situar el nacimiento del *thriller* de conspiraciones moderno en la década los 70: “Facilitado por fenómenos contemporáneos como el escándalo del Watergate, la desilusión que siguió a Vietnam y el escepticismo cada vez mayor del público hacia el informe de la Comisión Warren [...] El ciclo de *thriller* de conspiraciones reflejó la tendencia del periodo a interiorizar el foco de la paranoia política contra las instituciones fundamentales de los Estados Unidos” (Rubin: 2000, 185).

Si los 70 fueron campo abonado para las teorías conspirativas, el inicio del milenio en Reino Unido no le iba a la zaga. Existía una mezcla de hechos conocidos por la opinión pública internacional, como la “paranoica” crisis de “las vacas locas”; las amistades de Blair con el magnate de la fórmula 1 Bernie Ecclestone; y, por encima de todo “la Guerra al Terror” en la que Reino Unido se alió con EE UU; y otras domésticas, como la intención de Blair de cambiar a dos presidentes laboristas de sendas comisiones del parlamento en contra de la opinión de su propio partido, el despilfarro en la construcción del Dome, o la dimisión del político Stephen Byers y de su ‘spin doctor’, Jo Moore, tras descubrirse que este último había enviado un e-mail alabando la oportunidad del atentado de las Torres Gemelas ya que “serviría para tapar otros asuntos” (polémica que, dicho sea de paso, volvió a poner de relieve el excesivo protagonismo de estos peculiares asesores).

Desde un punto de vista televisivo el *thriller* conspirativo era muy bien visto en Reino Unido, ya que “El Watergate, y sus reverberaciones en el cine, establecieron no sólo una narrativa de

PREVIOUSLY ON

conspiración e investigación sino también un tono de paranoia en el que el poder es 'rizomático', una red de intereses en los que no se puede identificar una sola fuente, y en la que la revelación de lo oculto significa conectar cabos aparentemente sueltos. Es esta forma narrativa y tono la que se convirtieron en géneros, instituyendo un género del thriller que se estableció en cine y televisión, convirtiéndose en un hito de la ficción de calidad, desde *Tinker, Taylor, Soldier, Spy a Spooks*". (Caughie, 2007: 73). De nuevo, como en los ejemplos anteriores, el *thriller* conspirativo es un intento de racionalizar la paranoia, por definición irracional. Eso sí, Caughie introduce un concepto importante, la concepción rizomática del género. En el mismo sentido, y aplicándolo a nuestro objeto de estudio, Robin Nelson (2007: 201) identifica hasta cuatro estratos sociales interconectados en *State of Play*: "Se mueve entre los reinos de las comunidades negras urbanas y marginales, los grandes negocios (las multinacionales del petróleo), los ambientes de clase media londinense de la redacción de un diario (algo así como *The Guardian*), las zonas residenciales de Manchester donde se desarrolla el drama de la desmembración familiar y el interior sagrado de la Cámara de los Comunes". Tal vez fuera interesante también apuntar el de la intelectualidad, representada por dos académicas: la "experta independiente" Profesora Tate (Madeleine Potter), en el capítulo 2 y la ex profesora de Dan y actual miembro del lobby Warner-Schloss Susan Sagattcheam (Susie Porter), en el capítulo 4, ambas atractivas e inteligentes profesionales a sueldo de la multinacional petrolera U-Ex y, por tanto, cómplices del poder económico.



Belleza y currículum académico al servicio de las multinacionales: la experta independiente Tate y la ex profesora y miembro del lobby Warner-Schloss, Susan.

Cuando se estrenó por primera vez en BBC America, el crítico de *The New York Times* escribió que "era injusto considerar a *State of Play* como la versión inglesa de *24*" (Stanley: 2004). Sin embargo, el hecho de que la compararan con las aventuras de Jack Bauer, puede servirnos como punto de partida para analizar las similitudes y diferencias entre una y otra. Por empezar con las primeras, desde el minuto uno hay una intención por parte de los creadores de producir, a través de la forma, un ritmo trepidante similar al de la serie de Fox: no existe cartelera, y el espectador debe enfrentarse *ab ovo* con un diálogo contextualizador de cada episodio durante tres minutos antes de que aparezca, por espacio de unos breves segundos, el título de lo que está viendo: "*State of Play by Paul Abbott*".

La primera secuencia de la serie reúne dos recursos formales que se repetirán durante el resto

de episodios: el montaje en paralelo (en este caso, de la persecución de Kelvin Stagg y la llegada a su oficina de Stephen Collins), y el empleo de la ‘cámara al hombro’. El montaje en paralelo servirá para despertar las habilidades deductivas del espectador, que debe atar los cabos al mismo tiempo que los periodistas, que suelen llevar dos investigaciones independientes por capítulo (por ejemplo: las conversaciones con Dominic Foy y Richard Siegler). La cámara al hombro era una técnica muy popular en la época tras el empleo que de ella realizó Paul Greengrass en *Bloody Sunday* (2002), curiosamente, el director que iba a “reinventar” la forma del *thriller* conspirativo en su tratamiento de la saga Bourne; se emplea en persecuciones, interrogatorios y, muy especialmente, para reflejar los movimientos de los periodistas por la redacción del *The Herald*, normalmente a la carrera por exigencias de un guión que, desde luego, no les da respiro. Y es que Abbott trufa todo la serie de *cliffhangers*, doblando su presencia mediante la hibridación de dos géneros: el *thriller* (la investigación periodística propiamente dicha) y, de manera más sorprendente, la *soap opera* (las sorpresas en las relaciones humanas de los protagonistas).

La conspiración de *State of Play* debe ser puesta al descubierto por un grupo de periodistas. Caughie considera como factor decisivo en el auge del género la propia dinámica de la profesión:

Gran parte del aumento de las teorías conspirativas se debe al cambio en el papel de la prensa, a su ‘pérdida de respeto’ y la competencia por el lector tras la postguerra. El drama de la exclusiva, la comprensión de complejas relaciones en las noticias de primera plana y el interés de los diarios por mantener las historias vivas el mayor tiempo posible –en concreto, la serialización de la exclusiva que atrape al lector– pone en juego un conflicto de intereses: el interés de los ‘conspiradores’ por ocultar y el del ‘periodismo de investigación’ por la revelación noticia a noticia. Esta lucha entre prensa y política será, precisamente, la que se encuentre en el corazón, y sea maravillosamente plasmada, en la serie conspirativa para la BBC de Paul Abbott, *State of Play* (Caughie, 2007: 72).

El *cliffhanger* muta así en “exclusiva” más revelada que publicada, hasta el punto de que el propio periodista Cal McCaffrey se convierte en noticia cuando es encarcelado al final del segundo episodio. El mejor ejemplo del empleo narrativo del periodismo como vehículo de suspense lo tenemos en el capítulo 5: empieza y acaba con Cameron Foster intentando publicar el reportaje en el que la plantilla de *The Herald* ha estado trabajando durante los cuatro episodios anteriores, sin que el espectador sepa nunca si va a tener éxito o no. A diferencia de los tabloides, el periodismo “serio” que enarbola *The Herald* no puede publicar la noticia hasta que no tenga la completa seguridad de que sus suposiciones son ciertas. Y, cuando la tenga, se deberá enfrentar a las presiones empresariales. Del mismo modo que no sabemos cuándo se descubrirá el misterio detrás del asesinato de Sonia Baker, también desconocemos si dicha revelación podrá ser publicada. Un momento de alta tensión ilustra este aspecto: la reunión en la que esa especie de socios de Rupert Murdoch que es Bob Coutts, presidente de Media Group, avisa a Cameron Foster de que está yendo demasiado lejos y, mientras se pasa calderilla de una mano a otra afirma: “no podemos molestar al gobierno cuando va a conceder las licencias de radio. Es un mal momento”.

Martin Rubin, hablando del cine, ha argumentado que “el thriller puede ser conceptualizado

como un “metagénero” que engloba a otros géneros bajo su manto y como una banda en el espectro que colorea a cada uno de esos géneros particulares” (Rubin, 2000: 12). En televisión, dicha característica es todavía mayor debido a que la propia naturaleza del medio tiende a “la hibridación” (Turner, 2003: 8). En el caso que nos ocupa, el thriller queda teñido con el inefable color de la popular *soap opera*.

La mezcla de géneros fue un hallazgo feliz que tenía que ver con el talento de Abbott y con su propio pasado. El creador ya había comprobado, junto a Jimmy McGovern, la validez de los códigos narrativos de la *soap opera* en otros géneros, concretamente el crimen, en *Cracker*. Hablando de la generación de Paul Abbott, Duguid nos dice: “los escritores que llegaron a la televisión desde principios de los años 80 en adelante tuvieron que buscar oportunidades en otros lugares (por la desaparición del formato ‘the single play’). Cada vez más, no procedían de dramas antológicos sino de formas más populares: la televisión para niños y, especialmente, las *soap operas*” (Duguid: 2009, 10). Con 24 años, Abbott fue el ‘script editor’ más joven del buque insignia de las *soap operas*, *Coronation Street*, y esa influencia es claramente visible en su trabajo en *State of Play*. Estilísticamente, tanto el *thriller* como la *soap opera* buscan el realismo, a través del estilo documental (McCarthy, 2001: 64), potenciado aquí por la citada ‘cámara al hombro’ y por el deseo de retratar a los personajes en lugares habituales de la *soap opera*, como pueden ser los interiores domésticos (hay un completo repertorio de cocinas) o los pubs. Como en el *thriller*, en la *soap opera* el *cliffhanger* es un elemento esencial, y Abbott lo exprime hasta sus últimas consecuencias en el triángulo amoroso entre Collins, McCaffrey y la mujer del primero, pero también en la revelación de la paternidad de Cameron, el embarazo de la difunta Sonia Baker, o la homosexualidad de Syd... temas todos ellos propios de la *soap opera* más convencional pero que combinados con el *thriller* mantienen al espectador en constante tensión.



Escenas de soap opera: el triángulo amoroso y la relación padre e hijo.

Un ejemplo típico de lo comentado anteriormente lo tenemos en la secuencia con la que se inicia el tercer capítulo: Cal McCaffrey está en comisaría, donde se ve sometido a un durísimo interrogatorio (que sirve de recordatorio de los capítulos anteriores y lanzamiento de nuevas dudas), por parte del Inspector Bell (Philip Glenister), para cuyas preguntas sólo tiene una respuesta “tengo derecho a una llamada”, cuando finalmente se le permite usar el teléfono, lo hace para dejar un mensaje amoroso en el buzón de voz de Anne Collins: en cinco minutos y en una misma secuencia, se lanzan las tramas del *thriller* y de la *soap opera* que estructurarán todo el capítulo. Otro ejemplo similar puede verse al final del segundo capítulo: la consumación del

adulterio de Anne Collins con Cal McCaffrey (en un nuevo montaje en paralelo en el que vemos a Stephen Collins explicándose a sus hijos), proveerá al periodista de una pista fundamental: la carta anónima recibida por Anne en la que se detallaba la infidelidad de su marido y que permite a los periodistas llegar hasta Dominic Foy.

Por último, existe otro elemento característico de la *soap opera* que se funde con el *thriller* en *State of Play* y tiene que ver con el protagonismo de la serie. Obviamente, el peso de la trama recae sobre Cal McCaffrey (interpretado por John Simm). Poco sabemos de su pasado: trabajó en la campaña para que Stephen Collins llegara al Parlamento... y poco más. Por los carteles revolucionarios que decoran su casa sabemos que es de izquierdas, posible razón del enfriamiento de su relación con Collins. No considera al político su amigo, pero sí que quiere creerlo. En un momento dado, llega a afirmar que fue muy fácil llevarlo hasta el Parlamento: "Porque la gente quería confiar en ti" (Cap. 5). No es el único: Abbott juega con el espectador en este sentido. A pesar de que desde el principio, cuando confiesa su adulterio, sabemos que Collins es un mentiroso, sentimos empatía hacia él porque creemos que su destino está regido por fuerzas superiores y poderosas, por el Mal encarnado por una multinacional petrolera. Lo vemos atrapado, al borde de la desesperación, lloros, humillado, traicionado por su mejor amigo, su mujer, su secretaria y su partido. Mientras Collins es una versión sui generis del "falso culpable" hitchcockiano, McCaffrey es, a menudo, más antipático que el político: desprecia a sus compañeros, antepone la exclusiva a la seguridad de su compañera Della Smith y está a punto de enviar el trabajo de la redacción al garete por su relación personal con Anne Collins. Collins y McCaffrey son dos caras de la misma moneda: Anne Collins lo verbalizará en el último episodio: "sois dos guisantes pegados en el fondo de una lata", pero algo habíamos intuido con anterioridad: Cameron le plantea la misma pregunta a McCaffrey sobre Anne que él le hizo a Collins sobre Sonia: "¿es sólo sexo o hay algo más?". Sin embargo, nos equivocaríamos si atribuyéramos a McCaffrey el papel de "protagonista".



Collins, acosado: encerrado en espacios claustrofóbicos, es a la vez objeto y sujeto de la conspiración.

A diferencia del *thriller* convencional pongamos por caso de *24* (si algo así puede decirse), en *State of Play* el héroe no es individual, sino que se trata de un colectivo que es algo más: una comunidad. "Para las *soap operas* británicas, especialmente en el caso de *Eastenders* y *Coronation Street*, la extensión de las relaciones familiares en la comunidad es muy importante, ya que permite permanecer unidos a un grupo de personas que, de otra manera, estaría dividido por conflictos de edad, sexo y clase" (Geraghty, 1999: 84). La redacción de *The Herald* está

PREVIOUSLY ON

formada por un grupo heterogéneo en lo profesional (corresponsales políticos, de sucesos, expertos informáticos, becarios, *free lance*...) y lo personal (mezcla de razas, de condiciones sexuales y de procedencias, como demuestra el marcadísimo acento escocés del personaje de Della Smith interpretado por Kelly MacDonald). Las relaciones que se establecen entre ellos distan mucho de ser idílicas (McCaffrey rechaza la colaboración de otros compañeros, celoso de su exclusiva), y sus métodos no son para nada ejemplares: emplean la manipulación, el chantaje, y la amenaza. Incluso la policía se muestra impotente ante sus artimañas: “No somos como vosotros –le objeta el Inspector Bell a Della en el capítulo 4–. Nosotros tenemos que justificar nuestros actos”. Su villanía llega al máximo en su trato a Dominic Foy: “si los tabloides intentan asustarte, llámanos”, le dice Dan... justo cuando inician un plan para llevar al relaciones públicas al borde del colapso nervioso.



Los largos tentáculos del poder rizomático: el jefe de policía Janson; y el magnate de la información Bob Coutts, entorpeciendo la investigación.

Por otra parte, la plantilla del *Herald* no es la única que lucha por esclarecer la verdad. En clara analogía con Cameron, el inspector William Bell colabora más allá de lo legal con la redacción, y también él tiene la oposición de sus superiores; la familia Stagg hace lo propio, poniendo en contacto a McCaffrey con la novia de Kelvin. Nelson concluye que el desenlace de la serie pretende hacernos reflexionar acerca de que “la culpa de Stephen Collins [...] se asienta en la sociedad que lo ha fabricado” (Nelson, 2007: 211). También cree que busca retratar lo “turbio” del momento. En nuestra opinión, sin embargo, la serie propugna un levantamiento de la sociedad civil frente a la manipulación informativa llevada a cabo por ciertos políticos. La construcción de una comunidad se vertebra en torno a la misión conjunta de colaborar para cambiar el estado de cosas (Cameron, en un momento del cuarto episodio le dice a McCaffrey: “Tienes que hablar con Collins... Por el grupo”). Dicho aserto implica que, realmente, las cosas pueden y merecen cambiarse por el bien del colectivo, a pesar de las pérdidas personales. Della Smith se jugará la vida, Cameron pondrá en juego su futuro y la salud de su mujer, Helen perderá su casa, McCaffrey renunciará a la persona que ama... En este sentido, podemos concluir que Abbott fue capaz de captar el sentir de los tiempos (y no solo de los británicos) de una manera admirable. El 15 de febrero de 2003, un millón de británicos se manifestaron en Londres contra la Guerra de Irak, uno de los lemas más coreados fue “no blood for oil” (no a la sangre por petróleo). No fue un movimiento aislado. Millones de personas hicieron lo mismo en todo el planeta en una movilización ciudadana sin precedentes. Apenas dos meses después, el 18 de mayo, la BBC estrenaba *State of Play*, un thriller político en el que un político se veía sometido a las presiones

de las multinacionales petroleras.



La rebelión de la sociedad civil: el pacto entre policía y periodistas y la denuncia de Helen Preger del comportamiento de su superior.

Epílogo: la capacidad prospectiva de State of Play

State of Play es una serie plagada de referentes sociopolíticos locales. Ahora bien, las dos principales denuncias de Abbott (el poder de los ‘spin doctors’ y las presiones de las petroleras) no se circunscribían ni mucho menos al Reino Unido. Esser (2000) ha descrito cómo la victoria de 1997 de Blair fue analizada y mimetizada por sus colegas europeos, en especial por el socialdemócrata alemán Gerhard Schröder. El Nuevo Laborismo había impuesto una nueva forma de comunicar y de relacionarse con la prensa que tendría, en la Guerra de Irak, una prueba de fuego.

Robin Nelson afirma que uno de los grandes méritos de la serie consiste en “borrar las fronteras entre realidad y ficción”. Tras los primeros “bombardeos preventivos” realizados en febrero por parte de EE UU y Reino Unido sobre suelo iraquí, el 24 de septiembre de 2002, el gobierno de Tony Blair publicaba un dossier del servicio de inteligencia que llevaba por título *Las armas de destrucción masiva de Iraq: la evaluación del Gobierno Británico*. En él se afirmaba que Irak poseía armas de destrucción masiva y que podía emplearlas en 45 minutos. El argumento de los 45 minutos “fue inmediatamente aprovechado por algunos partidarios del Gobierno entre la prensa. El titular del *Evening Standard* de Londres aquel día era “45 minutos para atacar” y al día siguiente *The Sun* comenzó con “Él las tiene... vayamos a por él” (Smith, 2010: 159). La BBC no aceptó el informe con tanto entusiasmo. Es más, el 29 de mayo, el experto en asuntos de defensa de la cadena, Andrew Gilligan, puso en tela de juicio dichas conclusiones en el programa *Today* y afirmaba que el gobierno había retocado algunos informes para hacer más “atractivo” el ataque a Irak y forzar a Naciones Unidas a firmar la resolución 1441. El ‘spin doctor’ Alastair Campbell puso el grito en el cielo y acusó a la cadena de mentir. Poco después se descubrió que la fuente de Gilligan era el científico asesor del Ministerio de Defensa, David Kelly. Kelly se suicidó, incapaz de soportar la presión. Fue un 18 de julio. 22 de junio, Richard Sieglar, la garganta profunda de *State of Play*, se suicidaba haciendo chocar su coche contra un camión de combustible de la multinacional U-Ex Oil.

El escándalo, además de revelar las tensiones entre prensa y poder, acabó por llevarse por

delante a la cúpula de la BBC. El director general Greg Dyke, presentó su dimisión como consecuencia de las conclusiones de la investigación posterior, conocida como *Informe Hutton*. Cuando el 18 de abril Abbott tomó la palabra en la ceremonia de entrega de los Premios Bafta, “la frontera entre realidad y ficción” de la que hablaba Nelson acabó por desdibujarse del todo: en el estrado, el guionista mostró su público apoyo a Dyke (Wells, 2004). Resulta asombrosa la coincidencia entre ficción y realidad, lo que debería inducir a pensar que, tal vez sea necesario replantearse el *thriller* conspirativo como se ha visto hasta ahora, y reivindicarlo como medio de comprensión y explicación del mundo tan válido como cualquier otro.

Durante este capítulo, a menudo nos hemos visto en la necesidad de utilizar *24*, como comparación de *State of Play*. Todo lo que tiene la serie de Fox de reflejo paranoico, de *thriller* de conspiraciones “convencional”, en el sentido de que expresa la inseguridad de la sociedad, puesta en manos de un héroe sobrehumano, ayudado de *gadgets* tecnológicos nunca vistos, que se enfrenta a situaciones inverosímiles, lo tiene *State of Play*, justamente, de lo contrario. La trama es de un realismo escalofriante y la explicación es absolutamente verosímil, visto lo que ocurrió después; los protagonistas son héroes a su pesar, llenos de defectos, que se enfrentan con papel y lápiz a la conjura de los poderosos y, lo más importante, el mensaje que llega al espectador no es del miedo, sino el de la esperanza en las posibilidades de la sociedad civil. A la luz de dichas características, resulta evidente que es necesaria una nueva taxonomía para un subgénero, el del *thriller* de conspiraciones, del que cada vez existen más y mejores ejemplos en el audiovisual.

Referencias bibliográficas

- Andrews, L. (2006) ‘Spin: from tactic to tabloid’, *Journal of Public Affairs*, Vol. 6 nº1, pp. 31-45.
- BBC (2002) ‘The Project - written by Leigh Jackson and directed by Peter Kosminsky’, Press Release, 25 de mayo. Disponible en www.bbc.co.uk/pressoffice/pressreleases/stories/2002/05_may/28/the_project.shtml
- Blair, Tony (1998) ‘La Tercera Vía, una democracia social moderna’, *El País*, 21 de septiembre.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2000) ‘La nouvelle vulgate planétaire’, *Le monde diplomatique*, mayo, pp. 6-7. Disponible en www.monde-diplomatique.fr/2000/05/BOURDIEU/13727
- Brown, M. (2000) ‘If I say it will happen, it will happen’, *The Guardian*, 16 de octubre. Disponible en www.guardian.co.uk/media/2000/oct/16/mondaymediasection.bbc
- Brunsdon, C. (1998) ‘Structure of anxiety: recent British television crime fiction’, *Screen*, Vol. 39, nº3, otoño, pp. 223-243.
- Caughie, J. (2007) *Edge of Darkness*, Londres: British Film Institute.

- Creeber, G., ed. (2001) *The Television Genre Book*. Londres: British Film Institute.
- Deans, J. (2003a) 'BBC puts faith in State of Play', *The Guardian*, 9 de mayo. Disponible: www.guardian.co.uk/media/2003/may/09/bbc.broadcasting
- Deans, J. (2003b) 'BBC1 thriller beaten by Bond ambition', *The Guardian*, 23 de junio. Disponible en: www.guardian.co.uk/media/2003/jun/23/overnights?INTCMP=SRCH
- Deans, J. (2003b) 'Thriller hits high for BBC4', *The Guardian*, 19 de mayo. Disponible en www.guardian.co.uk/media/2003/may/19/digitaltv.bbc
- DeWaard, A. (2007) 'The Global Social Problem Film', *Cinephile*, Vol. 3, nº1, Primavera/Verano, pp. 12-17.
- Dresser, D. (2003) 'Global Noir: Genre Film in the Age of Transnationalism', en *Film Genre Reader III*. Ed. Barry Keith Grant. Austin: University of Texas.
- Duguid, M. (2009) *Cracker*, Londres: British Film Institute.
- Duguid, M. (2010) 'TV drama in the 2000s', BFI. Disponible en www.screenonline.org.uk/tv/id/1394013/index.html
- Esser, F., Reinemann, C. y Fan, D. (2000) 'Spin Doctoring in British and German Election Campaigns: How the Press is Being Confronted with a New Quality of Political PR', *European Journal of Communication*, Vol. 15, nº2, pp. 209-239.
- Geraghty, C. (1991) *Women and Soap Opera*, Cambridge: Polity.
- Hetherington, P. and Denny, C. (2000), 'Oil giants accused of collusion', *The Guardian*, 13 de septiembre. Disponible en www.guardian.co.uk/uk/2000/sep/13/oil.business8
- Hofstadter, R. (1964) 'The Paranoid Style in American Politics', *Harper's Magazine*, noviembre, pp. 77-86. Disponible en http://karws.gso.uri.edu/jfk/conspiracy_theory/the_paranoid_mentality/the_paranoid_style.html
- Inglis, F. (2001) 'Citizenship and the media', *European Review*, Vol. 9, nº. 3, pp. 257-268.
- Marr, A. (2007) 'How Blair put the media in a spin', *BBC News*, 10 de mayo. Disponible en http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/6638231.stm
- Mason, F. (2002) 'A Poor Person Cognitive Mapping', en *Conspiracy nation: the politics of paranoia in post war America*, Ed. Fred Knight, Nueva York: New York University Press.
- McCarthy, A. (2001), 'Realism and Soap Opera', en *The Television Genre Book*, Ed. Glen Creeber, Londres: British Film Institute.
- Murphy, J. y Foggo, D. (2000) 'Labour poll lead collapses in wake of petrol crisis', *The Telegraph*,

17 de septiembre. Disponible en

www.telegraph.co.uk/news/uknews/1355767/Labour-poll-lead-collapses-in-wake-of-petrol-crisis.html

Neale, S. (2000) *Genre and Hollywood*. Nueva York: Routledge.

Nelson, R. (2007) *State of Play: Contemporary "High-end" TV Drama*, Manchester: Manchester University Press.

Popper, K. R. (1992) *La sociedad abierta y sus enemigos*, Barcelona: Ed. Planeta.

Pratt, R. (2003) 'Theorizing Conspiracy', *Theory & Society*, Vol. 32, nº2, pp. 255-271.

Rubin, M. (2000) *Thrillers*, Madrid: Cambridge University Press.

Smith, P. (2010) 'Renovación de la Carta de la BBC y 'crisis' del servicio público', *Infoamérica, El futuro de la televisión pública*, nº3-4, mayo-octubre, pp. 155-171.

Stanley, A. (2004) 'On the Case With Brains, Not Beauty', *The New York Times*, 16 de abril. Disponible en: www.nytimes.com/2004/04/16/movies/tv-weekend-on-the-case-with-brains-not-beauty.html

Turner, G. (2001) 'Genre Hybridity and Mutation', en *The Television Genre Book*, Ed. Glen Creeber, Londres: British Film Institute.

Wells, M (2004) 'Dyke joins attack on BBC governors', *The Guardian*, 19 de abril. Disponible en: www.guardian.co.uk/media/2004/apr/19/huttoninquiry.broadcasting

Wexler, M.N. y Havers, G. (2002) 'Conspiracy, a dramaturgical explanation', *International Journal of Group Tensions*, Vol. 31, Nº. 3, otoño, pp. 247-266.

Migración de la fórmula *Expediente X* al producto de *sci-fi* televisivo *Fringe*

Cristina Pérez de Algaba Chicano

“When you open your mind to the impossible,
sometimes you find the truth.”

Dr. Walter Bishop en *Fringe*

Fox: el reciclaje del discurso audiovisual. Dos relatos, ¿un mismo producto?

La migración de motivos -temáticos y/o estructurales- dentro del discurso audiovisual es uno de los recursos más característicos en el ámbito cinematográfico y televisivo. Ambos medios han ido conformando un imaginario colectivo al que los profesionales del proceso creativo no pueden evitar remitirse, esforzándose por innovar y no caer en la reproducción del mismo bien por contraposición o reactualización del imaginario existente o por el contrario, decidiendo modificar o reciclar lo que hasta ahora ha resultado efectivo. Este aspecto, unido a la progresiva hibridación genérica y transmedialidad³⁷ que se ha ido dando en gran parte de los productos pertenecientes al denominado postmodernismo televisivo, ha ido diluyendo las fronteras entre la realidad y la ficción, involucrando al telespectador en este juego entre lo creíble y lo increíble.

De este modo, el reality-show no ha sido el único formato dedicado a la representación de una realidad entremezclada con la ficción televisiva. Lograr que el telespectador cuestione los parámetros que hasta ahora han regido su mundo e instarle a reflexionar y participar en las ficciones que se le plantean en la pequeña pantalla es el punto de partida de determinadas series televisivas de la última década, siendo un referente en la materia J.J. Abrams, uno de los creadores junto a Jeffrey Lieber y Damon Lindelof del fenómeno *fandom* de estos últimos años: *Perdidos* (*Lost*, 2004-2010).

El impacto generado por la serie motivó a J.J. Abrams a crear, junto a Alex Kurtzman y Roberto Orci, *Fringe* (*Al Límite*)³⁸ (2008-), producto estrenado en la cadena norteamericana Fox, híbrido entre el género de investigación policial y el de ciencia ficción. La presencia en la serie de una pareja dedicada a la investigación de crímenes y misterios paranormales en una subdivisión especial dentro del Departamento de Seguridad Nacional denominada “Fringe Division” nos remite ineludiblemente hacia la obra de Chris Carter, *Expediente X* (*X-Files*, 1993-2002), nombre con el que se designaba a aquellos casos que escapaban de los procedimientos habituales de indagación policial por su extraña naturaleza y que eran depositados en el marginado departamento que dirigía Fox Mulder junto con su compañera Dana Scully. Toni de la Torre (2010:

37 El concepto de transmedialidad es entendido según la definición de Alfonso Toro (en Guarinos (coord.), 2007: 27), quien la considera como “un proceso o estrategia” cuyos elementos “implican un proceder transcultural, transtextual y transdisciplinario porque se alimentan de diversos sistemas y subsistemas”. Este fenómeno es importante en la actualidad dada la cada vez más frecuente relación de convergencia entre la serie televisiva y otros medios como el cine, literatura e Internet, vías alternativas y a su vez complementarias para captar y fidelizar a los seguidores de un determinado producto.

38 El título original de la serie ha sido traducido en España como *Fringe* (*Al límite*); una vez especificado su nombre en castellano, se utilizará a lo largo del capítulo *Fringe*, título original de la obra y de menor longitud.

113) señala como J.J. Abrams admite la influencia de esta serie sobre su proyecto, comparativa que deslustró la expectación generada por la campaña de promoción llevada a cabo por la cadena Fox, mismo ente televisivo que lanzara en la década de los noventa *Expediente X* y concedora del interés y consecuente popularidad, que esta combinación genérica despertaba entre su audiencia.

Analizar las similitudes y diferencias que presentan ambos productos así como señalar el posible reciclaje de un producto televisivo efectivo y su readaptación para satisfacer las inquietudes y preocupaciones del telespectador actual, serán los principales objetivos que persiga el presente capítulo, ejemplificando de este modo las características de la televisión postmoderna, sintetizadas por Marc O' Day (en Hodges, 2008: 237) en los siguientes términos clave: "a high degree of excess, fragmentation, heterogeneity, hybridization, aestheticization, stylization, intertextuality, recycling, bricolage, self-referentiality, and parody and pastiche".

Con la observación y estudio de los elementos anteriores se pretende dar respuesta a dos interrogantes que nos surgen al respecto: ¿al analizar dos relatos audiovisuales independientes podemos encontrarnos ante un mismo producto televisivo? En este caso, ¿en qué sentido repercute sobre este nuevo producto la migración de una determinada fórmula televisiva?

El *paranormal detective* dentro de la ficción televisiva del siglo XXI

La presencia de la temática sobrenatural es una constante dentro de los orígenes del medio televisivo. A partir de la década de los sesenta, los fenómenos paranormales obtuvieron una mayor presencia dentro de la ficción norteamericana televisiva, medio que destinó una parte de su producción a la realización de programas protagonizadas por extraños seres y fenómenos científicamente inexplicables situados en el limbo existente entre los géneros de terror y ciencia ficción, ambos gestados dentro del macrogénero fantástico y que hasta el momento habían ocupado el imaginario literario y cinematográfico.

En la década de los cincuenta, el género fantástico y en concreto las series televisivas de ciencia ficción, habían mezclado temáticas características de las denominadas *pulp magazines* con reminiscencias de los seriales de los años treinta y cuarenta, tendencia que se mantendrá a lo largo de la historia de este género dentro del medio.

El inesperado éxito del programa *Dimensión Desconocida* (*The Twilight Zone*, 1959-1965), ideado por Rod Serling y emitido por la CBS, demostró que una parte de la audiencia se interesaba por una reorientación de esta temática, llegando a convertirse su creador y presentador en un icono cultural dentro de la historia del medio televisivo. Según señala Concepción Cascajosa Virino (2005: 26), "aunque por su género se puede considerar que el programa satisfacía una ambición escapista, el programa se hacía eco de temas perfectamente identificables". El tono oscuro de su discurso y su progresivo distanciamiento de la estética *pulp* unido a la utilización, por parte de Serling y de su equipo de guionistas, de los distintos elementos del universo fantástico para reflexionar sobre determinados aspectos de la realidad norteamericana, nos introducía en una nueva aproximación a la temática fantástica y de ciencia ficción dentro del medio televisivo.

En respuesta al éxito alcanzado por *Dimensión Desconocida*, la cadena ABC apostó por el lanzamiento de *En los límites de la realidad* (*The Outer Limits*, 1963-1965), programa que contó con menos audiencia que su contemporáneo pero que se convirtió en un referente del género de ciencia ficción de la época junto a *Star Trek*, prolífica *space-opera* ideada por Gene Rodenberry en 1966 y que actualmente sigue creando productos para los seguidores de la serie.

Durante la década de los setenta, la temática presente en el género fantástico y concretamente, en la ciencia ficción televisiva, estará en estrecha vinculación con las obras cinematográficas producidas a lo largo de ese periodo. J.P. Telotte (2008: 18) subraya la positiva influencia de la película *Star Wars* (George Lucas, 1977) dentro del género, motivando dentro del panorama televisivo norteamericano la creación de series de mayor presupuesto y consecuente despliegue de efectos especiales como *Battlestar Galactica* (1978-1980). Otros filmes de la década, como *Kolchack: El vampiro de la noche* (*Kolchak: The Night Stalker*, 1971), realizado para televisión por John Llewellyn Moxey y su secuela, *Kolchack: El estrangulador nocturno* (*Kolchak: The Night Strangler*, 1973), sería convertido en serie por la cadena ABC durante 1974-1975 y ejercería en Chris Carter, como se detallará más adelante, una importante influencia para la puesta en marcha de su proyecto televisivo *Expediente X* junto con la serie *Cazadores de sombras* (*Shadow Chasers*, 1985-1986).

En la década de los ochenta, al igual que la temática de la invasión alienígena en los años cincuenta, la representación de la figura del extraterrestre será una constante dentro del género a través de películas como *Alien* (Ridley Scott, 1979), *E.T., El Extraterrestre* (*E.T., The Extraterrestrial*, Steven Spielberg, 1982), *Depredador* (*Predator*, John McTiernan, 1987) o *Alien Nation* (Graham Baker, 1988), emitiéndose de esta última una serie en Fox durante 1989-1990, recién nacida cadena que escépticamente apostaría por la emisión en la década de los noventa de *Expediente X*, producto televisivo que retomaría la temática alienígena con una aproximación similar a otras obras precedentes como *V, Los visitantes* (*V: The Series*, 1984-1985), serie que trataba sobre el plan y traición a la confiada raza humana llevado a cabo por “Los Visitantes”, reptiles de origen extraterrestre, cultivando de esta forma la paranoia popular ante este icono de la ciencia ficción.

Expediente X, en antena durante casi una década, es considerada una de las obras televisivas clave de la denominada “*cult televisión*”, habiéndose convertido en un referente dentro de las series de detectives con temática paranormal, formato seriado que hibrida el género de investigación policial con la presencia de elementos o personajes relacionados con el mundo de lo sobrenatural. Lacy Hodges (en Telotte, 2008: 232-233) compara esta hibridación entre lo fantástico y lo real como forma de enfrentarse a las ideologías dominantes dentro de la industria cultural, con la fórmula utilizada por la obra del director de cine David Lynch *Twin Peaks* (1990-1991), quien trasladó su estilo visual y argumental al medio televisivo, no contando con una gran aceptación entre la audiencia por la excesiva presencia de elementos oníricos y místicos “para la investigación de un caso real que nunca es resuelto satisfactoriamente”. La conexión que busca el telespectador con la realidad es según Hodges (2008: 233), lo que

falla en esta serie con respecto a la narración de *Expediente X*, cuyo equilibrio entre elementos reales y fantásticos dentro de la narración, es mayor que el utilizado por su predecesora. Esta consecución del pacto de ficcionalidad con su audiencia es un elemento clave en las series de investigación policial realizadas a partir del nuevo siglo.

La gran acogida de productos como *C.S.I.: Las Vegas* (*C.S.I.: Crime Scene Investigation*, 2000) y sus dos spin-off, *C.S.I.: Miami* (2002) y *C.S.I.: Nueva York* (2004) o la serie a tiempo real emitida por la Fox, *24* (2001-2010), muestran la efectividad de este tipo de narraciones, donde el grado de hiperrealismo que alcanza la recreación de los hechos y distintas fases que conlleva una investigación conecta con una audiencia cada vez menos impresionable.

Dentro de la ficción televisiva del siglo XXI y en continuación con los productos diseñados a finales del siglo anterior, debe señalarse el auge de la temática paranormal como eje central de una producción importante dentro del medio, con series de gran acogida entre el público como *Buffy Cazavampiros* (*Buffy the vampire slayer*, 1997-2003) o *Embrujadas* (*Charmed*, 1998-2006), narraciones donde sus protagonistas, mujeres con algún tipo de poder sobrenatural, luchan contra el mal o ayudan a resolver sucesos acontecidos en su entorno, como es el caso de las féminas de *Entre fantasmas* (*Ghost Whisperer*, 2005-) o *Medium* (2005-2010) y de la pareja masculina de *Sobrenatural* (*Supernatural*, 2005-2011).

En este tipo de producciones se puede apreciar una renovación o modificación de los elementos clásicos de la serie procedimental de carácter policial o detectivesca, formato que es combinado con personajes o rasgos de lo fantástico, género que incrementa la curiosidad del telespectador y cuya efectividad entre la audiencia se percibe en el auge actual de series televisivas pobladas por seres clásicos del género de terror como vampiros y fantasmas o de aquellos relacionados con el desarrollo tecnológico actual, como los robots u organismos creados por un avance científico desmesurado, en detrimento de la aparición de la figura del extraterrestre. De este modo, se han originado productos que nos remiten en mayor o menor medida a fórmulas televisivas anteriores, que hibridan en ocasiones, varios estilos que han funcionado bien dentro del medio. En el caso de *Fringe*, como se analizará a continuación, puede apreciarse la aplicación de ciertos elementos presentes en la fórmula *Expediente X* pese a que sus narraciones y personajes hayan evolucionado para satisfacer las nuevas inquietudes de la audiencia.

El legado de Expediente X en el Sci-Fi televisivo Fringe

La fórmula *Expediente X*, lejos de ser una idea completamente original, reside meritoriamente en la puesta en marcha de un producto que reelabora y recicla tanto en su narrativa como en su “televisualidad”, ideas que habían resultado efectivas o que poseían cierto potencial dentro del ámbito audiovisual.

En *Guía secreta de los Expedientes X*, Eusebio R. Arias (1996: 8-9) enumera los referentes que le sirvieron de inspiración a Chris Carter para la creación de la serie, habiendo sido algunos citados anteriormente como las historias fantásticas planteadas por el programa *Dimensión desconocida* o las series *Kolchak: El vampiro de la noche* y *los Cazadores de Sombras*, donde

sus protagonistas se dedicaban a investigar fenómenos paranormales o en el caso de Carl Kolchack, encontrándose con seres sobrenaturales mientras intentaba desempeñar su labor periodística. Por otra parte, el éxito de la película *El silencio de los corderos* (*The Silence of the Lambs*, Jonathan Demme, 1991) inspiró a Carter a trasladar el mundo del F.B.I. a este tipo de tramas fantásticas, de modo que los personajes no se tropezaran con estos seres sino que investigaran “los encuentros de otros”. Con respecto a su estilo visual, el bajo presupuesto de la serie obligó a que ésta fuera rodada en Vancouver (Canadá), lugar cuyo clima lluvioso le proporcionó un oscuro tono visual semejante a la serie *Twin Peaks*, obra de la que según Cascajosa Virino (2005: 67), Carter tomó la idea de introducir “un misterio como eje de la serie”.

Por su parte, J.J. Abrams, Alex Kurtzman y Roberto Orci, creadores de *Fringe*, trasladan a este nuevo producto la experiencia profesional que los tres tienen dentro del medio televisivo, habiendo colaborado Kurtzman y Orci en la serie de Abrams, *Alias* (2001-2006), obra cuya temática, centrada en la doble identidad de dos agentes de la CIA infiltrados en una organización criminal y la lucha del mundo terrorista por conseguir una serie de artilugios creados por un científico del siglo XV, nos remite a una parte de la trama principal de *Fringe*, donde la apropiación de las invenciones del Doctor Walter Bishop así como de los fragmentos extraídos de su memoria, son de gran relevancia para los personajes del Universo Paralelo.

Centrándonos en la comparación establecida entre la obra de Abrams y la serie de Carter, hemos enfocado nuestro análisis en la observación de una serie de elementos estructurales comunes aunque su contenido haya sido modificado para la readaptación a las nuevas necesidades y requisitos del medio televisivo y de su audiencia.

A continuación nos adentramos en tres aspectos que hemos considerado de gran importancia dentro del discurso audiovisual de ambas series y que suponen un papel clave en la creación y consolidación de su identidad dentro del universo narrativo de la ficción televisiva: los elementos que conforman sus cabeceras, las tramas principales, generadoras de la “mitología” de ambos relatos así como los personajes principales que pueblan ambos mundos ficcionales.

La cabecera como generadora de identidad

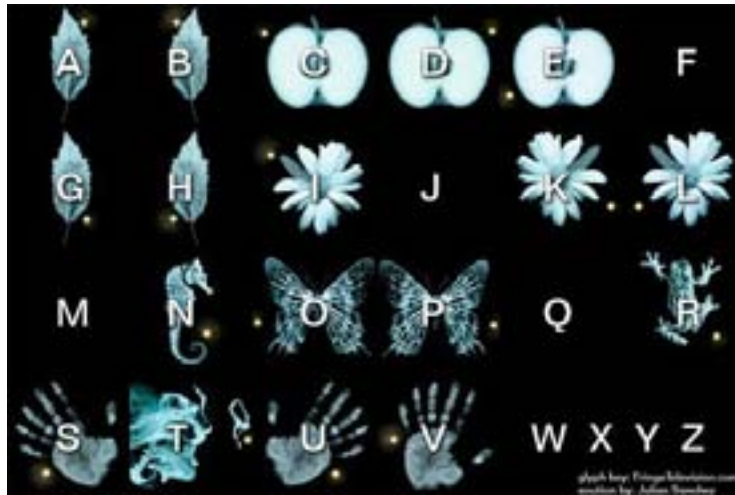
Realizar una primera aproximación a la iconografía, música y líneas textuales que conforman las cabeceras de los dos relatos televisivos es una buena forma de ir familiarizándonos con los elementos identificativos de ambos universos de ficción. Su análisis nos ayudará a determinar qué elementos han sido destacados para mostrarle al telespectador la esencia de la serie que se dispone a ver. Pese a que este recurso suele ser modificado a lo largo de la emisión del programa, incorporando aquellos cambios o novedades –narrativas o estéticas– que van siendo introducidas en las distintas temporadas o buscando darle un aire de renovación al producto, sólo han sido analizados los genéricos de la primera temporada, contenedores de la primera percepción experimentada por el receptor de las dos series seleccionadas.

La cabecera, entendida como un símbolo perpetuador de la identidad de un producto audiovisual, cumple dicha misión en la serie *Expediente X*. Dos elementos son la clave: la perturbadora

música instrumental compuesta por Mark Snow y Jeff Charbonneau y la frase de la imagen final: *The Truth is Out There*, texto que variará en determinados capítulos a lo largo de las distintas temporadas pero que se ha consolidado como lema de la serie, recogiendo la esencia de la misma, al invitar al telespectador, al igual que su protagonista masculino, a replantearse la verdad que hasta ahora creía conocer.

La aparición de las tarjetas identificativas del F.B.I. de Dana Scully y Fox Mulder le presentan al telespectador a los dos protagonistas de la serie, haciéndole intuir el tipo de profesión que desempeñarán en la misma. Esta información es combinada con la alternancia de imágenes relacionadas con el universo de lo paranormal, abriéndose la cabecera con una fotografía sobre un avistamiento OVNI que parece real por incluir la fecha en la que fue tomada. Este archivo, junto a las tres frases que salen a lo largo de la presentación, *Paranormal Activity*, *Government denies knowledge* y el citado lema de la serie, *The Truth is Out There*, resumen la temática que primará en la serie: la Ufología y todo el universo que rodea a esta pseudociencia, incluida la introducción al telespectador de un primer atisbo de desconfianza sobre lo que el Gobierno admite o no saber sobre este tema.

La cabecera de *Fringe* por su parte, prescinde de imágenes sobre la serie o de sus personajes. La animación va alternando imágenes con rótulos que citan nueve inventos o “superpoderes” clásicos del universo de la ciencia ficción –algunos desarrollados en la actualidad por el hombre como la Inteligencia Artificial, la Nanotecnología o la Cibernética- resaltándose dos elementos relacionados con la trama de la serie: el teletransporte y el poder de la precognición o clarividencia. Las imágenes con las que se va combinando el texto representan una serie de símbolos como una media manzana cuyas semillas son dos embriones, un caballito de mar que en su cola contiene la matemática Espiral de Fibonacci, una margarita en la que un ala de libélula conforma uno de sus pétalos o la huella de una mano con seis dedos. Estas imágenes serán introducidas como *glyphs*, elementos de escritura, junto con un punto amarillo antes de cada corte publicitario. Julián Sánchez, editor para Washington de *Ars Technica*, portal de noticias relacionadas con el ámbito científico y tecnológico, descifró parte de este código, pudiendo de este modo los seguidores de la serie averiguar la palabra que se iba formando en cada capítulo, correspondiéndose con el nombre de alguno de los personajes de la serie o con una palabra clave relacionada con su trama narrativa.



Código glyph de la serie *Fringe*, descifrado y publicado por Julián Sánchez en el fan site www.fringetelevision.com³⁹.

Por último, destacar que las cabeceras de las dos series presentan tres elementos comunes. En primer lugar, el símbolo de la huella de la palma de la mano con uno de los dedos resaltados en un color distinto al resto nos remite a un determinado misterio vinculado a la trama principal de la serie: en *Expediente X* relacionado con el experimento que combina el ADN humano con el alienígena y en el caso de *Fringe*, la presencia de los extraños eventos vinculados al Patrón y la búsqueda de la conexión que este establece entre los mismos.

Otro aspecto en común a destacar, es la aparición de un pregenérico o introducción previa a la cabecera de ambas series que nos presenta el planteamiento o prólogo del episodio y que generalmente, se corresponde con el caso que tendrán que investigar sus parejas protagonistas. En *Fringe*, previo al prólogo y a la cabecera, se suele introducir una sucesión de fragmentos de capítulos anteriores que resumen lo acontecido en la trama principal.

El tercer elemento que comparten ambas cabeceras es la presencia de sus creadores en el rótulo final de la misma, detalle que refleja el progresivo reconocimiento de la figura del autor dentro de la creación televisiva.

Para Chris Carter, poco conocido por los telespectadores, su firma en la cabecera de *Expediente X* supondría la familiarización de los seguidores de la serie con el nombre de su creador y la instauración de un determinado sello de autoría dentro de la historia del drama televisivo. En *Fringe*, la aparición de sus tres creadores, J.J. Abrams, Alex Kurtzman y Roberto Orci, consolidadas figuras dentro del medio, se torna en un reclamo publicitario para aquella parte de la audiencia que rinde culto a las producciones de determinados profesionales dentro de este ámbito. Mark Jancovich y James Lyons expresan al respecto lo siguiente:

Contemporary television has witnessed the emergence of “must see TV”, shows that are not simply part of a habitual flow of television programming but, either through design or audience response, have become “essential viewing”. These programmes have also been referred to as “date” or “appointment” television, and they are distinguished by the compulsive viewing practices

of dedicated audiences who organise their schedules around these shows. (2003:2).

Expediente X y *Fringe* han conseguido atraer a este tipo de público, convirtiéndose de este modo en “must see programmes” durante sus distintos periodos de emisión. Debe ser destacada la ventaja adicional que ha supuesto en *Fringe* -cuya acogida inicial no fue la esperada-, la presencia de Abrams entre sus creadores, autor de culto televisivo y elemento de reclamo junto con las campañas promocionales llevadas a cabo por la cadena Fox, principalmente a través de Internet, de una audiencia ávida de series que generen universos a los que rendirles culto.

Tramas narrativas: la colonización alienígena vs. el bioterrorismo

Las tramas principales de *Expediente X* y *Fringe* son una muestra de la influencia que ejerce el contexto que rodea a la obra sobre el espacio de la misma, correspondiéndose lo señalado con dos modelos opuestos de espacio que Francesco Casetti y Federico di Chio distinguen con los términos de “heterorreferencial”, para referirse a las circunstancias exteriores a la obra y “autorreferencial”, para aludir la representación espacial dentro de ella. En los casos analizados, observamos que pese a compartir una temática común -la investigación de crímenes y misterios de naturaleza paranormal-, los temas incluidos dentro de los mismos han sido seleccionados en función de las inquietudes y temores compartidos por el público de la época en que fueron gestadas cada una de las dos series.

El universo narrativo de *Expediente X* gira en torno a dos ideas principales: la ocultación por parte del Gobierno norteamericano de la existencia de vida extraterrestre -incluida la información sobre los experimentos realizados entre la población norteamericana- y el plan de colonización de la raza humana por los extraterrestres. Esta invasión es llevada en secreto y cuenta con la colaboración de ciertos grupos formados por personalidades influyentes y poderosas, situándose en la cúspide de la jerarquía los miembros del “Sindicato” o “Consortio”, encargados de las negociaciones para el control de “Pureza” o “Cáncer negro”, un virus alienígena utilizado como arma biológica para la conversión de los humanos en esclavos y su posterior transformación en huéspedes para repoblar la Tierra con especies extraterrícolas. La invasión planteada por la serie se aleja del cliché representado en gran parte de las películas de ciencia ficción, donde la batalla con los humanos justificaba la presencia de un amplio despliegue de efectos especiales o cierto efectismo visual con el fin de impactar al público y resaltar la superioridad de la raza humana, que salía victoriosa tras la lucha contra aquellos seres.

En *Expediente X*, esta supremacía no alude a la totalidad de la población, que permanece ajena a la invasión que está sufriendo, sino a aquellos grupos colaboradores con la especie alienígena que traicionan a la humanidad a la que pertenecen a cambio de gozar de una situación poderosa dentro de ese “Plan Maestro” y de la obtención de determinados intereses económicos y materiales, pudiéndose establecer un paralelismo con la sociedad norteamericana de la época, donde la concentración del poder, al igual que en otras sociedades regidas por el neoliberalismo económico, reside en una minoría.

Este enfoque sobre la temática extraterrestre tiene sus raíces en dos aspectos vigentes en la

sociedad norteamericana de la época: el polémico caso Roswell (Nuevo Méjico, 1947) y el auge de las teorías conspirativas que según el teórico John F. Moffitt (2008: 292), se convierten en la fe secular del momento tras la caída del comunismo y la aceptación del capitalismo como sistema consolidado en la sociedad occidental. *Expediente X* aúna ambos aspectos provocando un resurgimiento de la “conspiranoia”, concretamente de aquella que Moffitt (2008: 290) denomina “SPEE, el Síndrome de la Paranoia del Espacio Exterior” y potenciando la desconfianza hacia las instituciones gubernamentales, escepticismo suscitado por la escasa transparencia en investigaciones como el incidente acontecido en Roswell, el asesinato del presidente Kennedy o el escándalo Watergate durante el gobierno de Richard Nixon en la década de los setenta, siendo este último para Chris Carter (citado en R. Arias, 1996: 8) “el suceso más formativo de mi juventud” y volviéndose un escéptico de la veracidad de la información emitida por las entidades del Gobierno. Este escándalo reabriría el caso Roswell, incidente aéreo que había suscitado cierta polémica por la naturaleza de los restos encontrados. A finales de los setenta, se empezarían a realizar publicaciones con entrevistas y testimonios como el del astronauta del Apolo 14 Edgar Mitchell, quien afirmaba haber visto los expedientes secretos OVNI, donde se demostraba que en Roswell se había producido un contacto con extraterrestres, información ocultada por la supuesta existencia de una organización independiente dedicada a la investigación y experimentación con tecnología alienígena, declaraciones que nos remiten ineludiblemente a la ficción de Carter, quien volvería a reimpulsar el fenómeno OVNI, satisfaciendo con las teorías planteadas en la serie las creencias de los seguidores de esta “religión” e impulsando nuevas especulaciones conspiracionistas sobre el tema.

Por otra parte, es importante mencionar como esta invasión extraterrestre refleja los miedos de la sociedad norteamericana con respecto a la figura del otro y la posible inestabilidad que el contacto puede causar en los valores y pilares principales sobre los que se sustenta su población. Como señalamos anteriormente, la clásica batalla que enfrenta directamente a los humanos frente a los “otros”, argumento muy utilizado en las películas realizadas durante la Guerra Fría, se representa en *Expediente X* como una guerra encubierta que los ciudadanos norteamericanos desconocen –a excepción de su Gobierno y los cooperantes con la raza alienígena- convirtiéndonos en víctimas y no en sujetos activos frente a esa colonización. El “Cáncer Negro” será el encargado de ir “conquistando” a sus enemigos –los humanos- y deshumanizándolos hasta transformarlos en uno de los suyos, en la mayoría de las ocasiones sin que los infectados sean conscientes de la victoria extraterrestre. Este aspecto resulta relevante para destacar una de las diferencias que se aprecian con respecto a los distintos enfoques que se dan de la figura del “otro” en las dos series analizadas. En *Expediente X*, como subraya Susan Sontag (2008: 45) que sucede en las obras clásicas de ciencia ficción de extraterrestres, la culpa de esa deshumanización encubierta que va sufriendo la raza humana “se desplaza a la influencia de un “aquello” extraño”, culpando al ser de fuera de dicho efecto sobre la civilización, aunque debemos señalar, que en la serie de Carter un grupo de humanos colabora en ese proceso. En *Fringe*, sin embargo, los extraños casos paranormales que investigan sus protagonistas son el resultado de una experimentación científica deshumanizada que persigue atentar contra su propia raza, siendo el mundo para estos científicos y entidades como un gran laboratorio. La amenaza proviene de

la soberbia de la raza humana en el caso de los científicos, que disfrutaban transgrediendo las leyes naturales y la falta de legislación dentro de este ámbito y por otra parte, de la lucha de grupos minoritarios por superar al resto en la carrera armamentística y atentar contra los que consideran distintos, utilizando este desarrollo con un fin destructivo. Es este propósito el que recoge el manifiesto denominado ZFT o Destrucción por el avance de la tecnología, manual que anticipa las nefastas consecuencias que acarrea este desarrollo y la imposibilidad de la supervivencia conjunta de dos universos paralelos, debiendo entrar en guerra para determinar quien debe sobrevivir. Este aspecto consideramos que puede generar una doble interpretación en relación al espacio heterorreferencial de la serie. Por una parte, la existencia de un universo paralelo habitado por personajes iguales que los del primer mundo mostrado en la serie pero con vidas distintas, nos insta a reflexionar sobre los distintos caminos que puede tomar el devenir del Hombre y las debilidades que pueden surgirle ante la no aceptación de quién es, como es el caso de Olivia Dunham cuando conoce a su carismática doble del otro lado o del destino que nos ha tocado, ejemplificado en la alteración que hace el Dr. Walter Bishop de un trágico suceso de su vida con el consecuente “efecto rebote” por hacer de Demiurgo de una realidad que debería haber aceptado. La segunda interpretación, relacionada con esta acción del Dr. Bishop y vinculada a la temática terrorista que reside en la trama principal de la serie, muestra como una determinada acción puede volverse contra el individuo o trasladándolo al espacio exterior de la obra, contra toda una sociedad, remitiéndonos esta intervención a la implicación de la CIA en la creación de la figura de Osama Bin Laden, responsable de los trágicos atentados del 11-S, acontecimiento mencionado en el universo paralelo pero con la conservación en ese mundo de las Torres Gemelas, construcción simbólica de la lucha contra la actividad terrorista y que hace eco de esa presencia del terrorismo en la ficción televisiva norteamericana, a nivel iconográfico y temático, tras los atentados del 11-S. En la representación de esta problemática, la ciencia ficción ha sido una vía alternativa para reflexionar sobre ella sin arriesgarse a herir directamente a una población muy sensibilizada con el tema. Jan Johnson-Smith (en Cascajosa Virino, 2005: 191) señala como la amplitud temática y espacial de este género de ficción permite “sacar los asuntos contemporáneos de nuestra sociedad” para poder analizarlos con “menos prejuicios y subjetividad” además de poder alcanzar su discurso narrativo un nivel de crítica mayor sobre la reacción de las instituciones gubernamentales y de la población ante un determinado momento de crisis.

Cascajosa Virino (2005: 194) ejemplifica la representación de este fenómeno con la versión más reciente de la serie *Battlestar Galáctica* (2003-2009) y *Perdidos*, siendo esta última, como citáramos anteriormente, del mismo creador que *Fringe*, y compartiendo con este producto el reflejo de esta temática de una forma más metafórica. En las dos series, una catástrofe aérea será el detonante del caos que subyacerá bajo la trama principal. En *Perdidos*, los extraños fenómenos sobrenaturales de la isla donde están atrapados los supervivientes al accidente aéreo se convertirán en una amenaza que generará entre los personajes un clima de miedo y desconfianza que metafóricamente nos remite a los efectos emocionales del terrorismo sobre sus afectados. En el caso de *Fringe*, el accidente aéreo del vuelo 627, provocado por el virus que porta uno de sus pasajeros, será el que abra a su protagonista, Olivia Dunham, el

oscuro mundo del bioterrorismo y los simulacros experimentales que este lleva a cabo entre la población, actividad cuyo avance es extremadamente superior a los medios existentes para la protección ciudadana, rompiendo con la seguridad y confianza que la agente tenía depositada en la institución para la que trabaja. Esta visión crítica de las entidades gubernamentales y de aquellas encargadas de velar por la seguridad nacional, es también mostrada en la serie *Expediente X*, en la que miembros del Gobierno y del Pentágono participan activamente en el plan conspiratorio. Hodges (2008: 232) subraya como este escepticismo hacia determinadas instituciones, también presente en *Fringe*, es contrario a las series policiales realizadas durante el mismo periodo, como *Ley y Orden (Law&Order, 1990-2010)* o *El ala oeste de la Casablanca (The West Wing, 1999-2006)*, centradas en mostrar una cierta idea de realidad sobre el funcionamiento de las estructuras autoritarias pero de una forma que ennoblezca al Gobierno o a los organismos representados.

Pese a los distintos temas tratados, observamos como ambas tramas presentan la misma actitud crítica con respecto al mundo que les rodea, siendo este un elemento clave en la creación de un universo propio poblado de teorías sobre la presente o futura realidad del telespectador, estableciéndose de este modo, un feedback proactivo con su audiencia, que se involucra directamente con lo que la serie le plantea, mostrando su apoyo a estas ideas o generando teorías alternativas.

La dualidad o tema del doble como constructor de personajes

John Fiske (1997: 170) señala como los personajes desempeñan un papel fundamental en materia de fidelización e identificación de los telespectadores con el producto televisivo, vinculación que la audiencia establece generalmente, de forma involuntaria. Pese a que el grado de detalle del perfil del personaje suele ir establecido en función del mayor o menor nivel de protagonismo que este ocupa dentro de la serie, la figura del secundario ha ido alcanzando un mayor grado de elaboración, tornándose en un recurso que permite ampliar la información relativa a los personajes principales y generando tramas subordinadas o complementarias a la historia principal. Las dos series estudiadas, *Expediente X* y *Fringe*, presentan ciertos rasgos similares en la construcción de algunos de sus personajes, elementos no sólo característicos de ambos productos televisivos pero que dentro de sus tramas actúan como un gran refuerzo positivo. Esta construcción de los distintos personajes, como señala Hamos (en Fiske, 1997: 158) se basa en su relación con el resto, bien basada en complementariedad, similitud, oposición o disposición dentro de la jerarquía establecida dentro del universo de ficción, interrelaciones que serán apreciadas por su audiencia, que vivirá el día a día con aquellos personajes que aparezcan inmersos dentro de la rutina de la serie, cotidianeidad que parecerá pertenecer a la misma escala temporal que la del telespectador (1997: 150).

A grandes rasgos, observamos como los personajes de ambas series están contruidos esencialmente a partir de esquemas binarios, recurso muy utilizado dentro del género de ciencia ficción, donde al bien se le opone el mal, al orden el caos o a la normalidad la monstruosidad. Sin embargo, frente a esa binariedad claramente perceptible dentro de una narrativa clásica, nos

encontramos con personajes que representan esa progresiva pérdida que se ha ido produciendo en la demarcación de los valores y realidades de la sociedad postmoderna, etapa en donde la realidad vs. la ficción, lo verdadero vs. lo falso y el bien vs. el mal, son valores opuestos diluidos en los distintos discursos y representaciones elaborados durante este periodo. La traslación de este aspecto a la personalidad y forma de actuar de los personajes ha generado una atmósfera de confusión e incertidumbre entre el telespectador, antes acostumbrado a distinguir el bando de “los malos” y “buenos”. De hecho, como señalan Ramón Freixas y Joan Bassa (1993: 42-44), esta dualidad no es siempre cierta, correspondiéndose con una proyección de nosotros mismos plasmada, siguiendo distintas perspectivas, en personajes como los mutantes, monstruos o alienígenas, seres que pueblan los universos de *Expediente X* y *Fringe*. Sin embargo, en otras ocasiones, como señalamos anteriormente, será representada a través de la figura del “otro”, relegando en él toda la responsabilidad sobre el deterioro de nuestra sociedad o del cambio generado en ella.

Esta contraposición de elementos y valores por lo tanto, no sólo será una herramienta eficaz para la construcción de los distintos caracteres y puntos de vista de los personajes de la serie sino también, para la recreación de un universo propio, reflejo de la sociedad en la que se encuentra inmersa su audiencia.

A continuación se detallarán los principales rasgos comunes y diferenciadores que pueden apreciarse en los personajes de las dos series. Debido al gran reparto coral de ambas, donde los personajes secundarios desempeñan un papel importante en el desarrollo de las tramas principales, hemos considerado necesario acotar nuestro campo de observación al análisis de las parejas protagonistas⁴⁰ y de los personajes secundarios más carismáticos y relevantes dentro de las dos ficciones televisivas.

El antagonismo dentro de la pareja protagonista como generador de TSNR

La dualidad masculino-femenina ha sido una constante a lo largo de nuestra historia así como la representación de las diferencias existentes entre ambos géneros, explotadas en sus diferentes facetas desde los primeros relatos literarios y dentro del medio cinematográfico y televisivo. Centrándonos en los casos estudiados, ha de señalarse como las protagonistas femeninas de las series *Expediente X* y *Fringe* se enfrentan, cada una dentro de las posibilidades que sus creadores les permiten, a la estructura patriarcal imperante en los géneros que conforman su producto televisivo -investigación policial, terror y ciencia ficción-, géneros donde el papel desempeñado por la mujer solía ser, generalmente, el de “damisela en apuros” a la que el héroe masculino debía rescatar o proteger frente al enemigo o por el contrario, como objeto de deseo del hombre, sensualidad utilizada en gran parte de la producciones de estos géneros como elemento de traición por parte del antagonista, a excepción de determinados productos que hacían el amago de dotarla de cierta autonomía con respecto al hombre como *Superagente 86 (Get Smart, 1965-1970)* o *Los Ángeles de Charlie (Charlie’s Angels, 1976-1981)*.

⁴⁰ En el caso de *Fringe*, la pareja protagonista está integrada por un tercer miembro, el Doctor Walter Bishop, de esencial importancia para el desarrollo narrativo de la serie y que será analizada en el subapartado 3.3.2.

Las agentes Dana Scully y Olivia Dunham, protagonistas femeninas de *Expediente X* y *Fringe* respectivamente, desempeñan dentro de ese universo masculino el rol de mujeres fuertes e independientes que luchan por lo que creen y consideran correcto, al margen de que sus puntos de vista les supongan una confrontación con el de sus compañeros de trabajo. Ataviadas con trajes generalmente de corte masculino, Dana Scully y Olivia Dunham adoptan una actitud que Fiske (1997: 167) calificaría con el término “real strong lady”, haciendo con ello referencia a un discurso que “consciously opposes and exposes both the explicit and the implicit patriarchy of “sexiness” and “femininity”.

Este rol de “mujer fuerte” se debilita en determinados momentos de las dos tramas para ampliar la información sobre el ámbito familiar y afectivo que rodea a las dos protagonistas, funcionando la relación que mantienen con sus compañeros de trabajo, Fox Mulder y Peter Bishop, como un recurso dentro de la trama narrativa para desarrollar esta faceta afectiva de sus personajes pero imperando cierto tono aséptico que impide que lo personal prevalezca sobre las tramas conspiratorias o los casos investigados en cada episodio.

En relación a *Expediente X*, Hodges (2008: 235-236) define la pareja formada por Mulder y Scully como una “odd-couple buddy-cop pairing”, relación donde sus distintos puntos de vista con respecto a los casos investigados suele generar una confrontación entre ambos pero que también les hace complementarios, oposición de caracteres que ha sido utilizada anteriormente en populares series de investigación policial como *Starsky y Hutch* (1975-1979) o *Corrupción en Miami* (*Miami Vice*, 1984-1990). Sin embargo, el hecho de que los “colegas de trabajo” sean un hombre y una mujer introduce una tensión sexual poco frecuente en este tipo de género centrado en los “buddy-cops” masculinos. Pese a que la intención inicial de Carter era potenciar la relación platónica que iría surgiendo entre ambos personajes, las presiones de los ejecutivos de la cadena Fox y de los seguidores de la serie motivaron a que se fuera incrementando la tensión sexual entre los dos agentes (1996: 9). No obstante, la química que va surgiendo entre ambos reside en gran medida en los diálogos que mantienen, encargados de reflejar el grado de intimidad que va alcanzando su relación, pudiéndose apreciar en Scully un progresivo cambio de actitud hacia la de su compañero, quien va transformando su escepticismo y razonamiento científico inicial hacia la implicación en las teorías que este defiende aunque manteniéndose durante toda la serie, lo que Rhonda Wilcox y J.P. Williams (en Bertsch, 1998: 110) definen como una inversión de los roles tradicionales masculino-femenino, en donde “Scully representa el punto de vista racional frecuentemente asociado con los hombres” y Mulder suele “defender explicaciones sobrenaturales y confiar en una intuición tradicionalmente conectada con las mujeres”.

Esta inversión puede también apreciarse en la serie *Fringe*, donde el fuerte carácter de su protagonista femenina y su excesiva dedicación al trabajo exigen que Peter Bishop, su compañero, sea el punto de apoyo emocional de la agente, siempre disponible, como lo estuviera antes la clásica “ama de casa”, para recibirla a la llegada del trabajo o apoyarla en sus investigaciones. En este producto sin embargo, se invierte en los personajes la confrontación de las dos actitudes

que muestran Mulder y Scully, siendo un escéptico Peter Bishop progresivamente introducido en el universo científico creado por su padre.

La intensidad de los diálogos de la pareja es menor en la serie de Abrams que en la de Carter, primando la acción introducida en la trama personal, que nos muestra de una forma más abierta los sentimientos de Olivia Dunham ante su relación con el agente John Scott y posteriormente, Peter Bishop.

Puede apreciarse por lo tanto, como la dualidad e inversión de lo masculino vs. femenino y de la fe vs. escepticismo, conforma el esqueleto principal sobre el que son construidos los personajes protagonistas de ambas series, oposición importante como elemento de juego para la potenciación de la tensión sexual entre ambas parejas.

La introducción del mysterious man como propulsor de la trama narrativa

La presencia de la dualidad en la construcción de un personaje, especialmente en lo referente a la lucha interior entre el bien y el mal que sufre todo individuo, es transformada en un elemento perturbador cuando se introducen en la trama narrativa personajes cuya postura ética trasciende esta binariedad de valores, cayendo en una ambigüedad potenciada por la falta de información sobre su pasado y de las acciones que efectuaría en determinados momentos de la historia.

En *Expediente X* y *Fringe*, la presencia de este tipo de personajes es claramente apreciable, incrementando el misterio de la trama principal y por lo tanto, la incertidumbre sobre en qué medida colaboran o han colaborado en el desarrollo de las acciones conspiratorias que las series plantean. De entre los personajes secundarios que se ciñen a este perfil, han de ser destacados dos cuyo carisma ha generado una relación directa con sus seguidores, alcanzando a lo largo de la serie un mayor protagonismo. En el caso de *Expediente X*, varios son los personajes ayudantes o enemigos de su pareja protagonista, que parecen esconderle al telespectador información sobre la verdad encubierta que Mulder intenta desentrañar, debiendo ser destacada la figura de “El Fumador” como uno de los personajes más carismáticas dentro de la serie. Miembro del “Sindicato”, “El Fumador” es un amplio defensor de evitar que la verdad sobre el contacto con extraterrestres salga a la luz por lo que él considera el bien común, siendo encargado de observar y obstaculizar la investigación de Mulder sobre esa realidad encubierta. La enemistad con el protagonista masculino de la serie es combinada con un halo de misterio sobre la relación que le une realmente con el agente, al mostrar una cierta actitud paternal hacia el protagonista en determinados momentos de la trama. La metafórica cortina de humo que supone la figura de este personaje en el descubrimiento de la verdad nos remite al Doctor Walter Bishop, científico que ayuda a la agente Dunham en la serie *Fringe* a esclarecer los extraños casos que debe resolver junto a él y su hijo Peter Bishop. En este caso, la cortina de humo sobre el descubrimiento de los distintos interrogantes que rodean a la trama principal y a sus protagonistas ha sido creada en torno al Dr. Bishop, quien no puede recordar parte de su pasado por tener tres partes de su memoria extraídas además de haber pasado diecisiete años en una institución mental, etapa que le ha hecho desarrollar extrañas pautas de conducta. A medida

que la serie de Abrams se ha ido consolidando, este personaje ha cobrado mayor relevancia, siendo sus recuerdos un elemento clave para esclarecer la trama principal y el pasado de su pareja protagonista. La figura del “científico loco” ha sido un arquetipo muy frecuente dentro del género de ciencia ficción, conformando las excentricidades del Dr. Bishop la parte cómica de la serie y por otra parte, gran parte de las escenas dramáticas. El tono tragicómico del personaje, que vive la ciencia con pasión, olvidando en ocasiones los horrores en los que ésta deriva, muestran la progresiva deshumanización de una sociedad con ansias de progreso. Sin embargo, el personaje de Walter Bishop abre un atisbo de esperanza ante la posibilidad de modificar esta conducta procedente de la soberbia del ser humano. La búsqueda de redención del personaje por los “pecados” cometidos en nombre de la ciencia, actitud que le hace enfrentarse con William Bell, el que fuera su compañero de laboratorio y fundador de Massive Dynamic, hará que el telespectador empatice y sienta compasión por este “Doctor Frankenstein” reformado, cuya pasión por la ciencia y cordura han sido víctimas de los intereses políticos y económicos de las instituciones militares, encargadas en teoría de velar por la seguridad ciudadana.

Conclusiones

Centrándonos en el producto más reciente, la serie televisiva *Fringe*, hemos de concluir cerrando los dos interrogantes planteados al inicio de este capítulo.

En primer lugar, la consideración de las dos series estudiadas como un mismo producto carece de sentido no sólo por estar construidas en base a dos relatos distintos, sino porque ambas presentan un diseño narrativo diferente acorde con la evolución que se ha producido en el medio televisivo en la última década. De este modo, una vez comparados ciertos elementos de las dos ficciones, hemos de señalar la progresiva consolidación del postmodernismo televisivo, donde la hibridación entre géneros y la fragmentación del relato en diferentes subtramas es una constante dentro de la producción para este medio, habiéndose convertido la novedad de la traslación de fórmulas de productos anteriores y el reciclaje de tramas efectivas en una constante dentro del medio.

Por último, destacar la reactualización de la fórmula *Expediente X* en la serie *Fringe*, donde la estructura episódica seguida por la primera, caracterizada por la alternancia de episodios independientes con otros sobre la trama conspirativa, es unificada en el producto de J.J.Abrams, donde a la estructura de la serie procedimental se le une el desarrollo simultáneo de la trama principal reflejándose con ello, la necesidad de satisfacer las nuevas inquietudes de una audiencia consumidora no sólo de un producto de entretenimiento sino también de todo el mundo simbólico del mismo, estableciéndose como señala Gérard Imbert (1999: 4-5), un “discurso común” entre la serie y sus seguidores que solo puede ser descodificado por aquella parte de la audiencia que haya entrado a formar parte del universo narrativo de la misma.

Referencias bibliográficas

- Bassa, Joan y Freixas, Ramón (1993): *El Cine de Ciencia Ficción. Una aproximación*. Ediciones Paidós, Barcelona.
- Bertsch, Charlie (1998): "The personal is paranormal": Professional Labor on The X-Files", en *American Studies* 39:2, pp. 107-127.
- Cascajosa Virino, Concepción (2005): *Prime Time. Las mejores series de tv americanas. De C.S.I. a Los Soprano*. Calamar Ediciones, Madrid.
- Casetti, Francesco y Di Chio, Federico (1999): *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Paidós, Barcelona.
- de la Torre, Toni (2010): *Las series que no me dejan dormir: más de 100 recomendaciones para serieadictos con insomnio*. Ed. Ara Llibres, Barcelona.
- Fiske, John (1997): *Television Culture*. Routledge, London [etc.], (9ª edición).
- Hodges, Lacy (2008): "Genre, Hybridity and Postmodernism in The X-Files". En Telotte (ed.), (2008), pp. 231-245.
- Imbert, Gérard (1999): "La hipervisibilidad televisiva: Nuevos imaginarios/nuevos rituales comunicativos". *Textos de las I Jornadas sobre Televisión*, Universidad Carlos III de Madrid/Université de Paris-Sorbonne.
- Jancovich, Mark y Lyons, James (2003): *Quality popular television: cult TV, the industry and fans*. British Film Institute, Londres.
- Moffitt, John F. (2006): "Alienígenas cinematográficos". En Navarro (ed.), (2008), pp. 275-29.
- R. Arias, Eusebio (1996): *Guía secreta de los Expedientes X*. Nuer Ediciones, Madrid.
- Sontag, Susan (1966): "La imaginación del desastre". En Navarro (ed.), (2008), pp. 21-49.
- Telotte, J.P. (2008): "The Trajectory of Science Fiction Television". En Telotte (ed.), (2008), pp. 1-34.

IV. Authorship.

***Deadwood* and *John From Cincinnati*: Societies of Faith and the Incognito God**

Andrew Russ

*"Hawthorne said that man's accidents are God's purposes.
We miss the good we seek and do the good we little sought"
"...if you bring the right arc to it, any word can be the path to God."*

David Milch

David Milch's HBO series *Deadwood*, (and even more obviously *John From Cincinnati*), provide us with an exploration of the possibilities of social redemption through emotional chaos; of faith as the primary organising principle of social life, before abstract codes of law and order supplanted the binding functions of love and grace. This was Milch's stated aim, having been so rehearsed and learned with the vicissitudes of law and order in his previous cop shows, *Hill Street Blues* and *NYPD Blue*, he wished to show a society that organises around other signs and motive powers. Television has not seen a writer who speaks so candidly about society as a "cohabitation of the spirit", who speaks about God's power as carried through words, and words as paths to God without our knowledge, and who spurns the modern belief in the isolated self as "fundamentally an illusion".

This chapter will explore *Deadwood*, *John from Cincinnati*, and David Milch's own testimony in articles, interviews, lectures and DVD commentary, on his aim of demonstrating to his audience the idea that society gains strength from faith, not law, and is the disguised workings of a power we have come through obscure acknowledgment to call "God" or "Spirit". It is essentially a look at Milch's masterful and entertaining exploration of how faith harnesses and orientates the energies, talents, faults and purposes of individual people into a body politic, how they come to "rest transparent in the spirit which gave them rise".

Reconnoitering the Rim

"a genuine option as one that is live, forced, and momentous, as opposed to dead, avoidable and trivial."
(Slater, 2009: 103)

"But will our faith in the unseen world similarly verify itself?... I confess that I do not see why the very existence of an invisible world may not in part depend on the personal response which any one of us may make to the religious appeal. God himself, in short, may draw vital strength and increase of very being from our fidelity."(Ibidem)

The title for the third episode of *Deadwood*, "Reconnoitering the Rim" is a most apt description for the general situation that the show initiates its viewers into. The Black Hills of the future Dakota Territory are a dangerous borderland that is being coaxed into the nation's fold by curious soul's both brave and desperate. A dissolute and seething settlement is formed on the outer rim

of civilisation. Tantalisingly beyond civilisation's grasp, its inhabitants are natives of nowhere, surveying the brute, raw aspects of their unhinged existence. While *Deadwood* itself is pushing at the contours of a civilisation and nation, its denizens are also exposing their own psychical and physical contours to the push and pull of unknown forces. What few boundaries are found here are usually discovered at the violent birth of their founding. Sometimes it is the threatened animal snarl of a combative that draws a line in the sand, but most often it is the expiration of a life that sauntered unthinkingly close to someone's unseen preconscious defences, only to become a deadly warning to others. Whatever the boundaries are, they are at their most elemental¹. They surround individuals of pure will, and whatever circle of influence they can sustain via that agency. In the truest sense of the word, this is a land of egos. Egos in competition, one against all. Not orbiting any power, law or order beyond themselves, each individual becomes their own orbit. And at the limits of experience, orbits brutally collide. Everyone is reconnoitering their own rim in a Hobbesian state of nature².

Whether it be the megalomaniac out to see how far their mania for power can expand (Swearengen, Toliver), the down-on-their-luck misfit seeking to carve out an incorruptible corner of the earth for themselves (most prospectors), the dissolute who seek to see how far they can dissolve themselves in their own self indulgence (the drunks and dope-fiends), or those burdened by conscience who seek a land where that responsibility will melt away (Bullock, Hickok), all have come to test the limits of themselves, and hopefully forge themselves anew in the lawless atmosphere.

...one of the things that really drew me to the story was the fact that *Deadwood* had no law. I had been writing shows, mostly cop shows which had to do with the intersection of law and order or the failure to intersect, and I was interested in what it would be like to examine a society where there was order more or less, but no law whatsoever (David Milch, Commentary, "Deadwood," (1.1) *Deadwood: The Complete First Season DVD box set*)

Whatever order there is, it is provisional, dependent only upon how well people keep out of each other's way. Each man's plot is his own. "Enter at your own peril", seems to be the guiding principle. With nothing to temper retribution, affront, threat or insult every inhabitant can bring about a moment that is 'live, forced and momentous'. As opposed to the civilised expanses of the American continent, whose day to day moments are 'dead, avoidable and trivial' (notice how the trifling, flippant, and needless figure of New Yorker Brom Garret, is murderously dispensed with in the early episodes, recognised as the superfluous, inauthentic presence he is by the genuine *Deadwood* residents) the wild badlands of America's west paradoxically set up genuine options

1 "Mining law said that you owned a claim only as long as you were on it and working it, and if you've left for three days, whoever came could take it from you, so you had to be willing to resort to violence... Obscenity was used as a way of announcing, 'don't come in here with any weak stuff'. Any question potentially had lethal implications."

Television's Great Writer, Filmed interview with David Milch for the MIT Communications Forum, April 20, 2006, <http://mitworld.mit.edu/video/383>.

2 In mentioning the war-like Hobbesian nature of *Deadwood*, it is worth noting that other great English contractarian thinker John Locke, who believed that ownership of property was in the application of one's labour to the land, and that such ownership preceded government and law. The gold prospectors of *Deadwood* fit this category, but the anxiety felt across the series about ownership and right of title, suggest that *Deadwood* is a conflation of a Hobbesian and Lockean states of nature, where tenuous pre-social ownership is guaranteed only by brute force and violence.

for the entrance of the spirit and openness to the religious appeal³. Deadwood's existence upon the limits of life, means that whatever genuine human bonds are forged will be full, animate and pregnant with possibility, as opposed to exhausted, anodyne and withdrawn.

St Paul's First Epistle to Deadwood

The climactic event of the first season of Deadwood is the cowardly murder of the world-weary gunslinger, Wild Bill Hickock, by his resentful poker rival, Jack McCall. And his funeral provides the pulpit for the show's fundamental teaching, that the individualism and separateness of existence is a delusion. A demented preacher, a tumour pressing on his brain, delivers a reworded formulation of St Paul's Epistle to the Corinthians.

Reverend Smith: St. Paul tells us from one spirit are we all baptized into one body, whether we be Jew or Gentile, bond or free, and have all been made to drink into one spirit. For the body is not one member but many. He tells us: 'The eye cannot say unto the hand, I have no need of thee; nor again the head to the feet, I have no need of thee.' Nay, much more those members of the body which seem to be more feeble . . . and those members of the body which we think of as less honorable—all are necessary. He says that there should be no schism in the body but that the members should have the same care one to another. And whether one member suffer all the members suffer with it. (Episode 4, Season 1, Deadwood: The Complete First Season DVD box set. (HBO Home Box Office, Inc, 2004)

In the aftermath of the funeral, the preacher falls into a physical paroxysm in his tent, which mirrors the psychical paroxysm that descends on Seth Bullock (the former sheriff, masquerading in Deadwood as a hardware salesman), who rants sarcastically on the preacher's message while revealing a deeper awareness that it was spoken to him, imploring him to take part in the body of the camp.

Seth Bullock: What is my part, and your part, what part of my part is your part, is my part your knee, what about your ear, what the fuck is that!...I'm not supposed to do anything, lets agree to that, there's not one fuckin thing I don't decide I'm gonna. (Ibid)

His rant ends with the last gasp of his individualism and separateness from the world, as he then proceeds immediately to ride out to pursue the coward Jack McCall, and thereby take his 'part' in the proceedings of justice, thereby becoming a 'part' of the whole. The speech pricked at his instinct for justice, and he harkened to the call. Previous to this individual epiphany, the camp had joined together in a farcical mock trial to bring justice for the slain Hickock. But fearful that the ruminants of working justice would spook a US commonwealth to descend avariciously upon the not yet assimilated Black Hills, Al Swearengen, owner of the Gem saloon (the site of the trial) and machiavellian Deadwood patriarch, scuttles the proceedings. The scene is underscored with the delicious words of the stool pigeon magistrate who directs, "The jury will now retire to the whore's quarters to deliberate". It is ultimately a counterfeit assembly and denotes a counterfeit

³ The impulse to open this section with quotes from, and thoughts of, William James, and to direct this subsequent discussion along these lines was supplied by David Milch's quoting of William James from *The Varieties of Religious Experience* (which will be quoted later in the chapter). Milch also disclosed that he had worked on a project with R. W. B. Lewis centred on the James brothers. So Milch was obviously highly familiar with William James' thought, and to the extent that so much of Milch's own testimony on Deadwood resonates with James' religious thought, this seemed a particularly fruitful avenue for delineation of the present themes.

community. Having only come together as a ‘body’ in bad faith, Bullock is spurred beyond his naked self-interest to begin the work of redeeming the sham association of Deadwood.

And while it may seem that Bullock’s act is a lone act of redemption and rectification in a community baulking hard against what it sees as the imposition of such necessary community acts, the fact is that this sets in train a litany of such genuine coming togethers. The show is literally weaved together of such acts of communion and the dramatic consequences that ensue from them. For the show makes us mindful that acts of faith, communicative deeds and the entrance of cooperative spirit is no self-satisfied, fatuously-smiling, hymn-singing, holding of hands, but is a brutal, confused, frightening and ultimately miraculous occurrence. It seems precipitated by necessity, and its fount seems a mystery only because we are ‘absolute mysteries’ to ourselves (Singer, 2010)⁴.

Deadwood literally begins to “civilise” despite itself. Each episode chronicles the settlement coming to terms with the necessities of human co-habitation and the small miracles, gifts of spirit and unpleasant obligations that it requires. From the vast communal act of setting up a “pest tent” by the camp “elders” to combat a smallpox plague, to the more intimate communal act of propping up a barely pardonable scoundrel to help him pass kidney stones, Milch attempts to show that “in apprehending for just a moment the suffering of others... the minute one person is brave (in the face of that suffering) the spirit comes alive.”(Ibid)

It is the mystery behind every cooperative act, the unseen coming together that we observe in Deadwood. Happening despite the individual wills of the participants, the ego’s of individuals never really enters into the social equation, and even if their egos bring them to the moment of communion, they must be shed for the communion to be genuine. What Milch requires of his characters is a kind of renunciation remarkably similar to that which he subjects himself to when writing for them.

To gain access to the characters, Milch says, his strategy is to make himself disappear. Citing William James in “The Varieties of Religious Experience,” he asserts that “all apprehensions of the deity have in common ego suppression at depth. James said that every vision that ever came to anyone is prefaced by a sense of dissolution of the self,” he said. “It’s the fragmentation of ego that allowed what he called the oceanic sense to flow in. I find that when I’m merely thinking about a scene I’m in an egoist state, which is the opposite of the state of being where you suppress the ego and go out in spirit to the characters. What writing should be is a going out in spirit. And my idea of storytelling is—I wouldn’t say it’s religious but I would say it’s spiritual. (Ibid)

Milch’s writing shares with his characters, in their extraordinary moments of forgetfulness from grim avaricious grasping, the paradoxical state of kenosis. Kenosis is that vacancy of self. Seen

⁴ In a New Yorker article written by Mark Singer, Milch discussed the psychology behind the seemingly inexplicable behaviours that many people find themselves the author of. “So Bullock, as an exemplar of the law, would have had to be a particular kind of person. Psychologists talk about the binding of one thing to another, taking a feeling that is absolutely unacceptable and suppressing it by binding it to another feeling which is completely acceptable... For Bullock, the law was a binding against his impulse to violence... Darwin wrote about accidents of evolution—he called them ‘sports’—species which turned out to be superadaptive in whatever environment they discovered themselves in. In social terms, those are civilizers... Bill Hickok was another guy like that, men who were absolute mysteries to themselves.”

Mark Singer, *The Misfit*, New Yorker article from February 14, 2005, accessed from http://www.newyorker.com/archive/2005/02/14/050214fa_fact_singer?currentPage=all, on November 29, 2010.

from the angle of the self it is mere emptiness, irresolution and failure, but seen from the angle of spirit it is the possibility of astonishing plenitude. The kenotic self is emptied of its solipsistic props, and instead of being left defenceless, it finds that it is open to being vulnerably sustained by others. It is a psychological state of going out to others without just assurance of reciprocation. It draws out unnoticed reserves of faith. That this state besets Milch's character's so often without their warrant, understanding or premeditation is what makes his characters mysteries to themselves. From the most central to peripheral of characters, all are beseeched to draw upon unnoticed reserves of faith. Perhaps one of the most timorous but instructive of such connections is that between Charlie Utter, the hesitant wagon-train driver/cum/businessman and Joanie Stubbs the newly emancipated prostitute.

Charlie, having just opened his new freighting enterprise and wearing the entrepreneur's attire foreign to his tastes and inclinations, and Joanie, having mustered the courage to scout the town for the premises of her own brothel, meet each other on the street unsure of themselves and each other. They tentatively and nervously assay each other, and inexplicably begin to confess to each other their involuntary behaviors, despite being total strangers. Charlie begins by sheepishly trying to explain his frock-coat to one who requires no such explanation, and in so doing admits to the unknown quality of his trust in his uncharacteristic conduct.

Charlie Utter: I'm a considerable hand at the freight business, but as far as leasing this building before knowing what the traffic's going to bear, I don't know what possessed me. I do well at a camp, or a settlement, or a township, but that don't make me a camp, or settlement, or township type. This is the attire for that type... of type.⁵ It is as much a gracious invitation to Joanie to disclose and reveal herself, as it is a candid exhibition of his own neediness. And Joanie recognises the twin purpose behind the exposure, as she is put at ease in her own disquiet and worry, while also offering to Charlie the knowledge that he is not alone. And all this is done by the simple act of admitting to her own similar fears and the unconsciousness of her motivation. She reciprocates;

Joanie Stubbs: Far as being ready run a place and stand up to all you have to stand up too, I don't know what got into me.

Charlie Utter: I tell you what, if something's ready for you to do something, don't seem to matter if you're ready or not.

Joanie Stubbs: Better lift your skirts and jump, huh?

Charlie Utter: That's what's coming to mean to be true. (Ibid)

As this scene plays out we see two strangers, unsure of their place and motives, relinquish their gathering fear of the feeling that they are not the sole authors of their actions. A 'cohabitation of the spirit' is at once the incognito force that drives them into unknown territories, but then also offers them together the cessation of their fears about their suitability and readiness for the tasks that they find themselves submitting to. In Charlie and Joanie's cases the hour and place found them. They did not actively and consciously seek their futures, but were drawn ineluctably to them, led by a necessity that they did not fully comprehend. They do not recognise themselves in their actions, but in that lack of self-identification they are able to recognise themselves anew

5 Episode 9, Season 1, *Deadwood: The Complete First Season* DVD box set. (HBO Home Box Office, Inc, 2004)

in each other.

But the show's most wilful and astute character, Albert Swearingen, whose identity and selfhood loom so large over the camp, is often able to divine the coming hour with astonishing precision. And he almost preternaturally knows what is required of him in that moment. But even in those moments he recognises that the hour calls for a shedding of the self, not only of himself, but of all those that seek the cooperative option. When a treaty with the native American's of the area is about to be signed, clearing the way for the annexation of the camp into the United States, Swearingen quickly realises that the bounty that it may bring will require he and his adversary of equal wilfulness and selfhood, Seth Bullock, see beyond themselves and ignore their natural inclination to clash. Cooperation in this case hinges on a wilfull suspension of the self. They had known that the hour would come, and on its arrival they agree to pay it its dues by consciously enacting kenosis.

Al Swearingen: I wanted to show you my bona fides, for cooperation, if the treaty is signed, it would be wise for you and me to paddle in the same direction; ticks or habits or behaviour either finds dislikable in the other, gotta be overlooked or taken with a grain of salt... the oath stands as a gesture to you. (Ibid)

That it is wilful and conscious does not lessen the need for faith to underpin its operation. This is evidenced by Swearingen's almost confessional desire to show his "bona fides", or good faith. To use a gambling metaphor that seems appropriate to the setting, Swearingen shows Bullock his hand, and in this weakened state of exposure they are able to forge a stronger, more fulfilling bond. Swearingen is engaged in the act of confiding to Bullock, "con" meaning together and 'fide' meaning faith. By displaying their vulnerability in an act of faith they can work together; a possibility that would remain disallowed if they were to retain the barriers and secrecies of their isolated selfhood. The word 'gesture' in the context is also instructive, meaning not just a movement of meaningful communication, but also being derived from Latin "gestus" meaning to bear, carry and bring forth. Through the cooperation they help bear and carry the weight of things, and also bring forth new possibilities and plenitude. All of this requires that they forget each other's "ticks, habits and dislikable behaviours".

This of course correspondingly requires them to forget themselves, to cast off their typical stock of instinctive responses to others and the world. Such a moment occurs when the camp finds itself in its most endangered and precarious position. Awaiting the wrath of the humiliated mining magnate George Hearst, who threatens to wipe the whole camp from the map in a violent conflagration, the camp elders meet at Swearingen's saloon to discuss the hiring of guns to protect themselves. In a baffling but touching scene, the camp elders decide to publish a consolatory letter written by Bullock to the family of a Welsh miner murdered by George Hearst. This, they conclude, will constitute their rebuttal to his awesome challenge. Their natural instinct for violence, too organise a brutal strike before they themselves are struck, is mollified by the reading of the humane letter. Their purely animal, fierce intuition of the situation is replaced by a benevolent one precipitated by a confraternity of spirit. The lamb lies down with the lion, and yet all the characters leave the town meeting thoroughly mystified by their benign response to the

dire situation. Confused by the mild contrariness of their act of defiance, they are nevertheless strangely proud of, and surprised by, the humanity that it reveals.

In fact, the polarising figure of George Hearst at once shows the viewer what exactly is at stake. He is both the figure that threatens to obliterate the cohabitation of spirit that animates Deadwood, but is also the mouthpiece for the highest social organising principle that Milch wished to articulate with the series. Musing on Hearst's unfathomable actions in the camp, and his psychopathic strategies for dominance, Swearingen echoes the sermon of the Reverend Smith about the 'baptism' of all the parts and members into a common spirit.

Al Swearingen: Plans keep coming to the cocksucker, but their final sum is this; but for what brings income to him, break what he can, what he can't, set those parts against themselves to weaken... the why's what fuckin' confounds me... what's in his head I cannot fuckin find in mine." (Episode 5, Season 3, *Deadwood: The Complete Third Season* DVD box set. (HBO Home Box Office, Inc, 2007)

Swearingen, in stark contrast to his former calculated psychopathy and vigilant promotion of self-interest, wonders aloud and angrily at the mentality of someone who seeks to wreak the hard won spiritual commonwealth of a society through separating the fused parts of the whole against each other. This deliberate echo from the Reverend's epistle to Deadwood does suggest that George Hearst could be the greatest threat to the body politic of Deadwood. He does seem sent by Milch in order to test the Reverend's prophecy, that the whole is greater than the part. He is the agent that tests the dictum 'that there should be no schism in the body'. But paradoxically, Milch also gives to George Hearst the speech that encapsulates the sum of the wisdom that Deadwood has come to stand for. In this speech with his Negro cook's banished son, he shows how a mere symbol can coordinate and synthesize the energies of all, (even allowing for a black man and white man to saunter the streets together smoking cigars, flaunting the common custom), and reveals to us how we 'have all been made to drink into one spirit'.

George Hearst: Gold is everyman's opportunity, why do I make that argument? Because every defect in a man, and in others way of taking him, our agreement that gold has value, gives us power to rise above... That is our species, that uniformly agreeing on its value, we organise to seek the colour. (Episode 7, Season 3, *Deadwood: The Complete Third Season* DVD box set. (HBO Home Box Office, Inc, 2007)

Hearst sees himself as an agent of this transformative power of symbols, and how it asks of its participants that they contribute their power to the common cause. When pitching the show to HBO, David Milch had originally sought to exemplify this principle with a series on the formation of the early Christian congregations of ancient Rome. But since the network had already commissioned a show on ancient Rome, Milch was asked to reinterpret the idea into another historical context. In a lecture Milch explained the kinship between his original subject matter, and its eventual material outcome.

Gold is something that has no internal meaning at all, it has no use. Gold is an illusion agreed upon, in the same way that the cross is a symbol whose meaning is agreed upon, and the agreement on the meaning of the symbol liberates energy, and the liberation of the individual's energy so that

PREVIOUSLY ON

he or she can participate, and begin to find his or her identity in the collective, is the beginning of society as we understand it. (David Milch tutorial to a USC class, COMM 426, "Religion, Media and Hollywood" on January 24, 2008)

This idea of explaining the origins of our social being in our ability to symbolise was Milch's purpose with *Deadwood*. But the space is not available here to look at all the myriad acts within the series that illustrate Milch's 'cohabitation of the spirit' concept in all of its permutations and eccentricities. But one should pause to look at what is perhaps the series' apothegm. In episode 3 of the third season, entitled 'Full Faith and Credit' we witness the opening of the first *Deadwood* bank. A space for the accumulated wealth and materialised hard work of the *Deadwood* residents to be collected in common holding, thus providing the settlement with a monetary foundation upon which to provide credit. A. W. Merrick, the town's newspaperman, shouts out to the assembled outside, "Trust, gentlemen and ladies, we live in faith!" (Episode 3, Season 3, *Deadwood: The Complete Third Season DVD* box set. (HBO Home Box Office, Inc, 2007) And while it is a mercantile faith, and seems odd to place credit and faith in the same breath, the point is apposite, for only faith can provide us with credit, in whatever form that credit may take and be conferred. Even the concept of an afterlife, is no more than the belief that extra credit will be installed in death for having shown faith in the small fraction of life that is given to you. Show faith, and allow it to direct you, and an as yet unknown bounty will be yours. *Deadwood's* accumulated faith, its cohabitation of spirit, bestows on its residents full character, good standing and the prize of abundance. Ultimately this faith resides in a symbol. And while that symbol is simply a shiny piece of metal, it displays all the creative promise and omnipotence of a god. It is the incognito God of the modern world, or as David Milch would say it, gold is just a 'synonym' for God.

Art... storytelling, I believe is the dynamic process which embodies spirituality even in a seemingly Godless society. God is just a name for whatever is the spirit that has given us rise. And whatever that spirit is, I think we can all agree something gave us rise... In this formulation the Big Bang is a synonym of God. (David Milch tutorial to a USC class, COMM 426, "Religion, Media and Hollywood" on January 24, 2008.)

This of course raises many questions about what sort of symbols/Gods can orient our powers and energies, and whether they unleash good or bad powers and energies, and what sort of society is organised under their watch. It also raises very interesting questions about art, so conceived by Milch as the capability to symbolise. Milch would try and answer these questions with his next series *John from Cincinnati*. But before we turn to this, we should try and delineate further Milch's understanding of art, society and the religious impulse in his own words and the words of his influences.

The Osmosis of Being and the Power of Art

In a number of fora, but most illuminatingly in a seminar given to a USC class entitled "Religion, Media and Hollywood", Milch talked of the driving ambitions behind his art. He admitted that *Deadwood* began its life as a pitch to HBO executives for a story about soldiers in ancient Rome and their arrest of St Paul. In it he hoped to show how a community of faith blossoms by

“agreement of a meaning of a symbol” (Ibid). In the case of his proposed Roman series, that symbol would be the Cross and the Christ, but since HBO had already commissioned a show that season on ancient Rome, he set about recasting the idea into the American West, and recast the symbol of the Cross to that of Gold. He cursorily and coolly saw no real difference between the two, as they were both symbols that could prompt the same spiritual camaraderie between humans if seen in the right light. According to Milch there is a divinity in all symbols, but the symbols have responsibility to us because they are created; they are beholden to us as much as gain energy from our fealty to them.

Milch chose to clarify the power of symbolization to his students with a pithy but illustrative reference to baboons. The difference between baboons and humans resides solely in the unique human ability to symbolize. Milch claimed that baboons in the wild are only able to congregate in groups no larger than 44, for the reason that all the members of the community must be able to see their leader at all times. Any congregation of baboons larger than 44 makes this visual requirement an impossibility.

This natural limit is something transcended by humans because of our ability to symbolize the leader. Symbolising the leader in a “crown”, “throne”, or any number of other ciphers, prompts greater, extended and prolonged organization, beyond the physical limitations of a flesh and blood leader. It frees us from our natural limitations and liberates new energies and possibility. This is simply one symbolic example of many that could be advanced, the point being that the cornucopic range of human symbols all expand our capabilities in time and space. And when we submit ourselves to a collectively agreed-upon symbol, we position ourselves in an entity larger than our individual selves.

In the seminar, Milch attempts to give voice to what this positioning might be with a passing reference to Soren Kierkegaard. Seeming to thumb through *The Sickness Unto Death*, he reads a passage that in a more modern prosaic translation reads; “This then is the formula which describes the state of the self when despair is completely eradicated: in relating to itself and in wanting to be itself, the self is grounded transparently in the power that established it.” (Kierkegaard, 2004: 44)

Milch’s rendition/translation is read more poetically and spiritually as; “the absence of despair, which is the transcendent state of being, in that state, the self rests transparently in the spirit which gave it rise.” (David Milch tutorial to a USC class, COMM 426, “Religion, Media and Hollywood” on January 24, 2008)

Milch is here describing that state of being when a congregation of selves, emptied of the jagged contours of their individual personalities (kenosis), experience grace (absence of despair) by feeling at home in the collective symbol/s they have created. The created symbols provide a ‘ground’ or ‘rest’ for the self, but in a larger sense they also create the self by “establishing it” or “giving it rise”. The power to symbolise is so mysterious because it constitutes both our creative potential while also grounding that that potential. It is so mysterious that we have even

PREVIOUSLY ON

symbolised it with the name “God”. And if David Milch believed in a God, this would be it. This is why Milch says that the symbols, while giving us our ground, providing our orientation, and ultimately being our products, have a higher fidelity to which they must bow. “That symbol must itself rest transparently in the spirit that gives it rise, or it itself becomes corrupt, and that’s the fundamental, the overarching theme of the series.” (Ibid)

We create the symbols, just as they “draw vital strength and increase of very being from our fidelity”. And thus God, as the symbol of all symbols, the “spirit that gave us rise” also draws “vital strength and increase of very being from our fidelity”. This leads Milch to state unequivocally, both here and on many other occasions, that the perception of our separateness is fundamentally an illusion. Not only the separation between people but the separation between subject and object is not a meaningful predicate for looking at reality. As Milch says, “any duality, I would argue, is predicated on a falsehood”. And it is on this point that Milch not only riffs at length in the seminar, but can also be seen to be improvising upon in all the scenes he writes for television. The insistence and repetition of the sentiment makes it obvious as the clue to deciphering both his art, and what he understands art to be.

The telling of a story is nothing more or less than the process of the viewer coming to experience what has seemed to be separate entities, as informed by a single unity. (Ibid)

The fact that we think of ourselves as separate, does that mean that we are not members of a larger body, which for the moment we do not recognize as being a larger body? (Ibid)

This doubleness, this paradoxical doubleness, of seeming to be both separate from each other, and yet to be able to experience radiating through each other, with no distortion, the universal spirit, is the state of grace... and I would also submit, that it is the state of art. (Ibid)

Where does this article of faith come from? What is its lineage? In Mark Singer’s New Yorker article, Milch expressed his profound artistic debt to his old university professor, and great American writer, Robert Penn Warren. Penn took the troubled Milch under his wing as not only a teacher, but an encouraging friend, artistic colleague and mentor until his death in 1989 (Millichap, 2006 :100). Milch admitted to a particular fondness for his poetry, reading it three to four times a week, and schooling himself in Warren’s redemptive poetics. “As Milch says of Warren in this regard, “his poetry is an expression of a unified state of being and really is... As close to an exalted state as one who hasn’t God can get.” (Idem: 113)

It is to Warren’s influence that we can trace Milch’s adoption of an artistically inspired philosophy of social monism, a “merging of self in a collective Being” (Strandberg, 1986 : 102). Warren himself expressed the idea in the mid 1950’s in an article for the Sewanee Review, which described the human animal as entrenched in a continual ‘osmosis of being’. This “osmosis of being” rather than erasing human difference, paradoxically provides the individual with an identity, one that is persistently revealed to him/her through the osmosis. Like most monist perspectives, Warren’s “osmosis of being” shows that what we take to be spiritual transcendence is in fact absorption.

PREVIOUSLY ON

And the image of himself necessarily has a foreground and a background, for man is in the world not as a billiard ball placed on a table, not even as a ship on the ocean with location determinable by latitude and longitude. He is rather, in the world with continual and intimate interpenetration, an inevitable osmosis of being, which in the end does not deny, but affirms his identity. It affirms it, for out of a progressive understanding of this interpenetration, this texture of relations, man creates new perspectives, discovers new values- that is, a new self- and so the identity is a continually emerging, an unfolding, a self-affirming, and, we hope, a self-corrective creation. (Penn Warren, 1955 : 186)

To my mind, Milch takes on this perspective wholesale, and it is a guiding principle behind his work. From this perspective Milch is able to see even the most banal and commonplace dramatic scene as significant and contributing to the forming of bonds and relations between people and their ongoing interpenetration. For a writer and storyteller, this process is made most plain in the transference of words in speech. In just the act of speaking to each other, humans are participating in symbols that both orientate and unleash their powers. Milch views humans as conductors of energy, energy expressed and codified in the symbolic cache of words. And it is in the use of words that we can see the reciprocal relationships between humans and their symbols. Words as symbols spoken to us can change us, just as words themselves are a provisional and contingent commodity, capable of changed meanings dependent upon who is speaking them and how.

The generation of words is an expression of electrical energy. The reason storytelling engages us perhaps more fully than other kinds of communication is because the words in a story can mean in different ways. They contain their opposites... I believe that we are all literally part of the mind of God and that our sense of ourselves as separate is an illusion. And therefore when we communicate with each other as a function of an exchange of energy we understand not because of the inherent content of the words but because of how that energy flows. (Mark Singer, *The Misfit*, Opcit.)

With this insistence on the divine nature of symbols, and our participation in the mind of God when we speak, Milch is echoing quite considerably the very little known thinker Johann Georg Hamann, the 18th century German philologist and linguist who had a great influence on Kierkegaard. While there is no evidence that Milch knows of this neglected thinker, there is no doubt that Milch has a kinship with Hamann's religious understanding of the function of words. For Hamann also saw language as arising from the "co-activity of God and man", and that in language is fused the duality we perceive into the unity of its origin (O'Flaherty, 1952: 72) . Language and speech for Hamann, as for Milch, is the ground that gives us rise, the platform for our interdependence with each other and God, and the theatre of creational togetherness. It is my contention that Milch would be heartily supportive of Hamann's belief in the "sacramental" structure of language (Ibid). For both Milch and Hamann, "being *Homo symbolicus* is integral to being made in the image of God". (Ward, 1998 :236)

It seems to me that the way God says ' I too have a hand here' is in the rhythms and metrics of speech, so that even unbeknownst to themselves they honor a divine presence in some of the elocutions of Deadwood. (Televisions Great Writer, public interview with David Milch held at the Bartos Theatre on 20th of April 2006)

It could be surmised at this stage that Milch operates with four basic interrelated articles of faith in his writing. These are; firstly, that the idea of our separateness is a fundamental illusion; secondly, that despite this illusion we partake in a cohabitation of spirit: and thirdly that our capacity for communion is dependent and proportional on our ability to symbolise; and fourthly, that symbols unleash potential energy and are 'paths to God'. All of these insights were woven into Milch's short-lived drama *John from Cincinnati*, and it is to here that we turn by way of conclusion.

Lines and Circles, Ones and Zeros

In *John from Cincinnati* Milch turned his focus towards a more contemporary setting, and yet a more elemental extrapolation of his ideas on art, society, spirit and symbolisation. Rather than a nascent community that builds itself from nothing, Milch examines a self-indulgent community in desperate need of redemption and revitalisation. Rather than a community building itself through faith, we find a community where whatever faith built it and held it together has vacated. In this work he also explores that symbolic urge that had built America, but that in its contemporary setting could not possibly be seen as anything but the fetid and corrupt heart of that nation. Milch attempts nothing less than the possible redemption of that fallen symbol of money (gold), and the reharnessing of the atrophied commercial and material impulse of modern life to the service of spirit. Most appropriate for someone who did so much to raise the standards of that medium so slavishly beheld to the commercial interest... television.

Milch writes of a surfing community, and specifically a surfing dynasty of three generations, breaking apart from its own hubris, stupidity, arrogance, anger and pain. The 'Yost' family name is second to none in surfing centred Imperial Beach, California, and yet each member of the Yost brood is without reservation an "entrapped psyche". The family embodies the former glory of this surfing community, but in their current dysfunction they also spell out its broken and spent spirit. Introduced into this equation are many peripheral characters, but three in particular concern us here. The title character John Monad, a mysterious Christ-like, holy-fool type of a character. He is almost a divine vessel sent down to parrot the words of others, and in parroting their words, they may hear the words of his 'Father' mirrored in themselves. Linc Stark, a wealthy surfing entrepreneur, partly responsible for the ruin of the Yost family, who has his eyes set on commercially exploiting the surfing prodigy that is the youngest Yost, Shaun, by signing him to a lucrative sponsorship contract. And Cass, a filmmaker who from the outset is in Linc Stark's nefarious employ, but who is gradually and unconsciously co-opted into John's plans for the redemption of the family, and by extension all around them. At the end of the first (and only) season, even Linc Stark, transfixed by the miraculous figure of John, diverts and channels his considerable commercial and material powers in service to John's redemptive plans. John's plans for the Yost family are ultimately concealed from us because the series never saw out its natural life, but in episode six much is revealed to us by John who "renders them unconscious for the first time, and begins to deliver subliminally a sermon to them on how the capacity to symbolize, to agree upon the meaning of certain symbols, has allowed us to organize in groups

larger than 44.” He intones a kind of condensed version of our human history as symbol creating and hence spiritual beings. In creating symbols we participate in the divine word.

John Monad: “Fur is big, mud is big, the stick is big, the word is big, fire is huge, the wheel is huge, the line and circle are big, on the wall the line and circle are huge, on the wall, the man at the wall makes a man from the circle and line, the man at the wall makes a word on the wall from the circle and line, the word on the wall, hears my father. The zero’s and one’s make the word in Cass’s camera.” (Episode 6, Season 1, John From Cincinnati: The Complete First Season DVD box set)

John posits a line of continuity between the primitive lines and circles on cave walls, and the endless reams of ones and zeros generated in our digital labyrinths. And John intimates that he has seeded his redemptive message for the world in the tool that most democratically and profoundly displays our modern ability to create symbols... the binary code of a digital camera, just as all divinity has been encoded in symbols from time immemorial. As Milch explains in the DVD commentary of the episode, “whoever has sent John, begins to become aware of us as a species, when we begin to generate art... The zero’s and ones that make film, are a way to communicate with God.” The word of God can be found in something as perfunctory as film and television, as they are both part of our considerable symbolising arsenal, even if they have been corrupted by that other humanly created symbol, gold. But... “Even a soulless materialism, if willing to submit itself to the possibilities of the present moment without distortion, can be an instrument of salvation... art can help materialism transcend itself” (David Milch’s audio commentary to episode 10, Season 1, John From Cincinnati: The Complete First Season DVD box set)

In the final estimation of Milch’s work, this is his creative achievement. To have sought the redemption and transcendence of today’s most popular and material form of entertainment, television, by illuminating its space as the most powerful and influential modern realm of the symbol. Just like those more exalted mediums for symbolisation, television (though riven with base commercial pursuits) is likewise a capable “vehicle for exploring the artistic possibilities of redemption and the redemptive possibilities of art”. (Singer: Opcit.)

Works cited

Grimshaw, Jr., James A..(Ed.) (1986): *Times Glory: original essays on Robert Penn Warren*. University of Central Arkansas Press.

Heelas, Paul; Martin, David and Morris, Paul (1998): *Religion, Modernity and Postmodernity*. Blackwell Publishers.

Kierkegaard, Soren (2004): *The Sickness unto Death*. Penguin Books.

Lavery, David (Ed.) (2006): *Reading Deadwood: A Western to Swear By*. I. B. Tauris.

Milch, David (2006): *Televisions Great Writer*, public interview with held at the Bartos Theatre

PREVIOUSLY ON

on 20th of April 2006, <http://mitworld.mit.edu/video/383>, accessed on 29th November, 2010.

Milch, David (2008) tutorial to a USC class, COMM 426, "Religion, Media and Hollywood" on January 24, 2008.

Part One: http://www.youtube.com/watch?v=2jOQcWr_dnl

Part Two: <http://www.youtube.com/watch?v=hzZ-MxIV8wU&feature=related>

Part Three: <http://www.youtube.com/watch?v=iaGpG7qOzVE&feature=related>

Part Four: <http://www.youtube.com/watch?v=B-Tpxuxnly8&feature=related>

Accessed on 29th Novemeber, 2010.

Milch David (2004): *Deadwood: The Complete First Season* DVD box set. (HBO Home Box Office, Inc)

Milch David (2006):*Deadwood: The Complete Second Season* DVD box set. (HBO Home Box Office, Inc)

Milch David (2007):*Deadwood: The Complete Third Season* DVD box set. (HBO Home Box Office, Inc)

Milch David (2008): *John From Cincinnati: The Complete First Season* DVD box set. (HBO Home Box Office, Inc)

O'Flaherty, James C. (1952): *Unity and Langauge: A Study In The Philosophy of Johann Georg Hamann*. The University of North Carolina, Chapel Hill.

Penn Warren, Robert (1955): "Knowledge and the Image of Man" in Spears, Monroe K. *The Sewanee Review*, vol LX111.

Singer, Mark (2005): *The Misfit*, New Yorker article from February 14, 2005, accessed from http://www.newyorker.com/archive/2005/02/14/050214fa_fact_singer?currentPage=all, on November 29, 2010.

Slater, Michael R. (2009): *William James on Ethics and Faith*. Cambridge Uni Press.

Ward, Graham (1998): "Kenosis and naming: beyond analogy and towards allegoria amoris, in Heelas, Paul; Martin, David and Morris, Paul (1998): *Religion, Modernity and Postmodernity*. Blackwell Publishers. pg 236.

HBO e la politica del network-autore*

Barbara Maio

La televisione di qualità è divenuta negli ultimi anni sempre più presente e rappresenta oggi un valore culturale non indifferente, per capacità di penetrazione sul territorio e di rappresentazione sociale oltre che, ovviamente, di intrattenimento. L'affermarsi di questo alto fattore qualitativo risale agli anni Ottanta come ha ben analizzato Robert J. Thompson (1996) nel suo noto volume sulla Seconda Golden Age della tv, ma è indubbio che oggi gran parte della qualità risieda nelle produzioni dei network a pagamento, da HBO a Showtime a AMC.

In particolare, HBO rappresenta il punto di convergenza di tutte le innovazioni tecnologiche, estetiche e produttive che hanno investito la produzione televisiva negli ultimi quindici anni. Network ormai affermato sul mercato, HBO ha costruito la sua identità realizzando, uno dopo l'altro, capolavori che hanno sempre più accelerato il cambiamento. La "brandizzazione" dei programmi HBO ha fatto sì che il network venisse prima del creator, prima degli attori, prima delle storie. HBO si fa "autore" dei propri programmi affiancandosi alle firme autoriali canonicamente riconosciute. Non è più solo importante che sia "un programma di" o "creato da"; è importante che sia un "HBO Original Programming".

Uno dei fattori positivi di affermazione risiede nel aver saputo individuare gli autori televisivi migliori, quelli in grado di imprimere uno stile unico ai loro prodotti. Ma è il network stesso che all'origine si pone come firma autoriale poiché, pur lasciando la massima libertà ai propri autori, detta le scelte produttive adeguate a creare un prodotto indiscutibilmente HBO. Come notano Janet McCabe e Kim Akass "HBO non ha sicuramente inventato nessuna nuova etichetta per definire la qualità, e senza dubbio non ne inventerà di nuove. Ma ha comunque definito nuove regole per parlare di qualità in tv nell'era post-1996, post network" (McCabe e Akass a Leverette, Ott e Buckley, 2008: 84).

La libertà concessa ai suoi autori diventa l'etichetta qualitativa e autoriale di HBO soprattutto a livello di scrittura. David Chase, creator dei *Sopranos*, afferma infatti che "[in HBO] posso raccontare storie in maniera non convenzionale"⁶. E non riguarda, specifica Chase, solo il trattare argomenti scabrosi o censurati altrove, ma proprio un nuovo modo di fare *storytelling*. Anche la messa in scena gode di ampia libertà. *Deadwood* presenta, ad esempio, uno stile che richiama la fotografia del diciannovesimo secolo e propone una interpretazione moderna del genere western. Per *Six Feet Under* viene scelta una fotografia denaturata, inusuale in tv. *The Wire* gioca invece con lo stile di regia tipico del genere poliziesco, rapido e nervoso, ma vi contrappone una staticità della mdp nelle scene in tribunale, lavorando su un doppio binario estetico. Infine, i nomi che si alternano nei prodotti HBO, come registi, attori, produttori, sceneggiatori, sono a livelli altissimi: Alan Ball, David Milch, Steve Buscemi, Gabriel Byrne, Bill Paxton, Ricky Gervais, John Milius, Michael Apted, Mike Nichols, senza dimenticare il cast

6 J.M. Monroe, "Voice of a Nation", in «The Observer», 6 giugno 1999.

stellare di un prodotto come *Angels in America*.

HBO lavora per creare dei mini-eventi per ciascun prodotto realizzato. Uno degli sforzi maggiori, ad esempio, è stato quello di dare vita a episodi di serie tv che fossero prodotti (e percepiti dal pubblico) come mini-film. E' il caso di *Sex and the City* e *I Sopranos*. Ma anche laddove lo sviluppo narrativo presenta forti accenti di serializzazione, come nel recente *True Blood*, l'aspetto estetico del prodotto finale si presenta curato in tutti i suoi dettagli. In buona sostanza, ogni ora di televisione targata HBO si pone in una fascia medio-alta di benchmark qualitativo. Anche se non sempre si tratta di capolavori, dietro ogni ora di produzione vi è in ogni caso una estrema cura e ricercatezza nell'aspetto estetico e testuale, nella forma e nella sostanza. In tal modo, anche prodotti magari meno riusciti come *Carnivale*, o serie più "leggere" come *Entourage*, si pongono sopra la media: creazioni di sicuro interesse e originalità che offrono l'opportunità di sviluppare analisi e riflessioni su come si stia evolvendo la serialità televisiva.

Ma di cosa parliamo quando parliamo di qualità in tv? Le caratteristiche qualitative sono state ben riassunte da Robert J. Thompson⁷. Una classificazione, limitativa e poco elastica, ma che aiuta in ogni modo a definire il terreno della qualità televisiva strettamente legato a quello dell'autorialità. Avvertendo però che sulla questione della qualità critici e studiosi si trovano prevalentemente in accordo con la posizione di Thompson, mentre sulla definizione di "autore" in televisione i punti di vista sono diversi.

Un primo problema relativo alla definizione di autore televisivo deriva dal fatto che, storicamente, la figura è già stata legittimata da una diversa forma espressiva (cinema, letteratura, teatro) che si misura con il mezzo televisivo. David Lynch realizza con *Twin Peaks* nel 1990 un pezzo di grande televisione ovunque riconosciuto come tale. Ma Lynch approda in tv dopo aver costruito la sua carriera autoriale con film come *Eraserhead* (1977), *Elephant Man* (1980), *Velluto Blu* (1986). Egli possiede già un elevato background cinematografico e la performance televisiva – che peraltro è un *unicum* – diventa in questo caso un "esercizio di stile". In altri casi, si attribuisce l'etichetta di autore "a posteriori" cioè quando un autore utilizza la tv come palestra per poi approdare al cinema: è il caso di Robert Altman che dedica molti anni, agli inizi della sua carriera, alla tv. Dirigendo episodi di *Alfred Hitchcock Presents*, *The Millionaire*, *Bonanza* e molte altre serie tv, Altman approda nel 1970 al suo primo grande successo, *M.A.S.H.* (che verrà in seguito adattato per il piccolo schermo ma senza il suo contributo).

L'autore televisivo che nasce e afferma il suo stile all'interno dell'apparato industriale televisivo è questione relativamente recente. Muriel Cantor nel suo studio sul *prime time drama* individua nel produttore la figura più influente nell'iter produttivo di un programma tv; John Ravage, in un libro che raccoglie interviste a numerosi registi televisivi, sostiene che più del regista ha importanza la figura del produttore e dello sceneggiatore; con lui concorda Ben Stein affermando che i

⁷ Thompson le definisce esattamente così: 1. La tv di qualità è definita meglio da cosa non è. Non è tv "regolare"; 2. La tv di qualità possiede un pedigree di qualità; 3. La tv di qualità attrae un'audience giovane e ben educata; 4. La tv di qualità si trova spesso in lotta con il mercato; 5. La tv di qualità ha un cast ampio; 6. La tv di qualità ha memoria; 7. La tv di qualità tende a creare nuovi genere ibridando i già esistenti; 8. La tv di qualità ha la sua base sulla scrittura; 9. La tv di qualità ha coscienza di sé; 10. La tv di qualità tratta spesso temi controversi; 11. La tv di qualità aspira al realismo; 12. Le serie che presentano le precedenti undici caratteristiche sono spesso acclamate e premiate. R.J., Thompson *Television's Second Golden Age*, cit., pp.13-16.

produttori e gli sceneggiatori influenzano in maniera rilevante un prodotto, sia consciamente che inconsciamente.

Il concetto di *hyphenate-auteur* diventa l'idea dominante negli studi sull'autorialità televisiva negli anni Settanta. Muriel Cantor analizza questa figura che emerge nell'industria televisiva e che presto si afferma come la norma produttiva. Il punto di partenza della Cantor è focalizzato proprio sulla scrittura, cioè sulla necessità da parte dei produttori di avere degli script coerenti con lo stile della serie. Dovendo conciliare spinte creative e controllo economico, il produttore diventa responsabile artistico e organizzativo dell'opera finale. La Cantor (1992:71) riprende questa idea anche negli anni Novanta quando l'industria televisiva si avvicina a grandi passi a quella che possiamo definire la terza Golden Age della televisione (Maio, 2009).

Il punto focale di questa figura risiede proprio nel controllo a 360°: un *creator* ed *executive producer* che ha un controllo economico, artistico e stilistico dell'opera nella sua interezza. Recentemente è stata Roberta Pearson (2005:11-26) che riprende, aggiornandole, le idee della Cantor ponendo in risalto la mutazione del panorama dei networks. Negli anni Settanta la Cantor aveva sviluppato la sua teoria avendo a disposizione esempi provenienti dai tre network ABC, NBC e CBS, cioè un oligopolio che lavora su una stretta integrazione verticale sviluppata dalla produzione alla distribuzione, come era già stato in passato nello studio system pre-1947 (Hilmes, 2002:194). In questo periodo, gli autori che creano e producono per uno dei tre network devono fare i conti con una sorta di autocensura: se, infatti, essi sono gli autori del prodotto, è comunque il network ad avere l'ultimo giudizio prima della messa in onda. L'autore non ha ancora un potere contrattuale e di *appeal* tale da poter contrattare alla pari con il network. E lo standard qualitativo viene livellato verso il basso al fine di evitare il rischio derivante da temi poco popolari. L'egemonia dei tre networks viene poi messa in discussione gradatamente a causa dell'avvento del satellite e del cavo. Il più evidente risultato di questo mutamento si riscontra nell'audience del *prime time*: se in tempi di egemonia i tre network raccoglievano oltre il 90% dell'audience, venti anni dopo, alla fine degli anni Ottanta, questa percentuale è scesa al 67% e, all'inizio degli anni Duemila, al 40%. Una prima evidente conseguenza di questo calo è stata la necessità di attrarre un pubblico differenziato con prodotti che funzionassero da richiamo per una audience più articolata.

In HBO la qualità è nel network stesso, e nel volersi distinguere da tutto ciò che è fuori di esso. Uno degli sforzi maggiori che sono stati fatti dalla compagnia è, infatti, quello di promuovere se stessa in una ottica di differenziazione. "Per HBO è tutto riguardo al branding" afferma Sharon Waxman.⁸ In effetti, ciò che conta maggiormente nell'identificare una serie di successo non è il *rating* quanto, piuttosto, l'originalità della creazione, il fatto che un prodotto sia nuovo rispetto ai precedenti. Ma è anche vero che, nella creazione di uno show, il presupposto è quello di non pensare ad uno spettatore "vergine", che abbia visto o vedrà solo prodotti HBO. E così, l'originalità si fonda con la tradizione: lo spettatore medio segue la programmazione HBO ma anche quella di network maggiormente "generalisti" e, quindi, ha familiarità con le regole narrative

⁸ S.Waxman, "HBO's Rocky Roman Adventure; New Big-Budget Series Generates High Hopes and Some Bruised Feelings", in «New York Times», 21 ottobre 2004.

della tv tradizionale, con l'aspetto visuale della maggioranza della produzione tv e con l'utilizzo e le regole dei generi classici. Così, se le produzioni HBO possono andare "oltre" nel raccontare e nel mettere in scena, esse hanno fondato solide basi su una tradizione televisiva comunemente accettata e riconosciuta. Nell'analisi del network questo è un punto di vista necessario, che va posto nella giusta ottica storica rispetto alla tradizione della televisione degli Stati Uniti.

Il fenomeno HBO è infatti tipicamente statunitense, nasce in un contesto culturale assolutamente americano e si espande nel periodo definito "network era". Ma oggi, in fase "post-network era"⁹ – cioè in un contesto in cui la tv non è più fruita in forme e tempi convenzionali ma attraverso nuove tecnologie come telefonini, web e quant'altro –, deve affrontare tutte le contraddizioni e le problematiche relative alla frammentazione ed emancipazione dell'audience. La risposta offerta da HBO sembra consistere proprio nella qualità, a prescindere dal mezzo. La sfida sarà mantenere alta questa qualità pur restando in un contesto economico adeguato al mezzo.

Nascita del network

La nascita di HBO avviene a metà degli anni Settanta, in un periodo di grandi rivoluzioni tecnologiche e economiche. Charles Dolan, proprietario della Sterling Communications, fonda nel 1971 il Green Channel, forte della sua esperienza sulla tv via cavo nell'area newyorchese e sostenuto dai finanziamenti della Time Inc. Insieme a Gerald Levin, avvocato di Wall Street e Tony Thompson¹⁰, trasforma ben presto questo progetto in HBO, concependo un canale a sottoscrizione che si basa sull'offerta di eventi sportivi e film in prima visione. A differenza dei tre maggiori networks statunitensi (CBS, NBC e ABC), HBO modifica sin dalla sua nascita il rapporto di forza tra marketing e audience: se, infatti, i tre networks devono proporre programmi che possano piacere alla maggioranza degli spettatori poiché vivono del sostentamento derivante dalla pubblicità, HBO ha come unico referente colui che sottoscrive l'abbonamento e che vuol vedere "qualcosa di diverso", programmi che nessun altro network può offrire. La sfida di HBO non è solitaria: altri quarantacinque canali a pagamento su tutto il territorio americano aspirano a sopravvivere spostando il centro di forza dalla pubblicità all'audience (Wasko, 1994: 75). Non si tratta di un obiettivo semplice: un network che entra in questo tipo di ciclo produttivo e distributivo deve mantenere sempre un altissimo livello di qualità ed originalità dei propri programmi sia per mantenere gli abbonati che per guadagnarne di nuovi.

HBO inizia le proprie trasmissioni l'8 novembre del 1972 con un film dell'anno precedente, *Sometimes a Great Notions (Sfida senza paura)* diretto e interpretato da Paul Newman, e con una partita della Lega Nazionale di Hockey. In questa prima fase gli abbonati sono solo 365, limitati a una zona della Pennsylvania. Dopo poco tempo, e tanti dollari spesi, la Time Inc. licenzia Dolan mettendo Levin a capo di HBO. La svolta di Levin è nella firma di un contratto per lo sfruttamento del satellite Satcom 1. Il primo programma via satellite è dell'ottobre del 1975: un match di boxe tra Muhammad Ali e Joe Frazier. Finalmente un successo clamoroso di pubblico.

⁹ Per un maggiore approfondimento sulla "post-network era" si consiglia A.D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, New York University Press, New York and London 2007.

¹⁰ Per una descrizione accurata della nascita della HBO si veda G.Mair, *Inside HBO. The Billion Dollar War Between HBO, Hollywood and the Home Video Revolution*, Dodd, Mead & Company, New York 1988, pp.3-9.

Dopo tre anni di investimento, HBO entra così a pieno titolo nel sistema dei networks e inizia la sua ascesa.

La storia dell'industria televisiva americana¹¹ è fortemente caratterizzata da una continua transizione tra diversi sistemi di trasmissione, dovuta anche a motivi geografici. Il passaggio da medium locale a regionale e poi nazionale avviene tra gli anni Quaranta e Sessanta. Proprio in questo periodo si viene a delineare un oligopolio formato dai tre networks storici che, quasi paritariamente, si dividono il mercato e l'audience. E' la prima era della tv americana, quella che va dal 1948 al 1975, l'era dei networks. Dal 1976 al 1994 si sviluppa la seconda era caratterizzata dalle nuove tecnologie, il cavo e il digitale, ed è in questo panorama¹² che nasce e si sviluppa il progetto HBO. Non a caso, sull'esempio del grande balzo effettuato dal network con il passaggio dal cavo terrestre al satellite, diverse emittenti guardano allo spazio per le loro trasmissioni: la WTBB di Ted Turner, WGN, la neonata Showtime, CBN, Usa Network, ESPN, Nickelodeon, CNN, MTV ed altre ancora. Il successo di HBO si fa motore di questo spostamento e trasforma persino l'idea stessa della televisione satellitare: da mezzo utilizzato esclusivamente per raggiungere luoghi non servibili dal cavo, a mezzo di distribuzione di un segnale pulito e virtualmente infinito quanto a offerta (Edgerton, 2008: 4-5).

Oggi HBO si presenta come garanzia di qualità, come ben pochi altri networks hanno saputo incarnare. Ed è interessante notare come questa veste qualitativa della televisione sia stata raggiunta proprio distaccandosi, paradossalmente, dalla televisione. E' noto, infatti, il suo *claim*: "It's not tv. It's HBO". Può sembrare ironico (o ipocrita) che un network si emancipi dalla sua reale natura, ma è anche indicativo dell'atteggiamento assunto dalla compagnia, e dalla tendenza a legittimarsi in modo autoreferenziale. Il giudizio di alta qualità insito nel claim è infatti dettato dallo stesso network, non da critici esterni o da studiosi di settore. Né, tanto meno, dal pubblico. E' proprio nel modo in cui propone e definisce se stesso, che risiede gran parte del suo successo (Leverette, 2008: 13). La strategia sta nel differenziarsi dalla produzione contemporanea, dalla necessità di mostrare un "HBO Style" che sia riconoscibile trasversalmente, nella scrittura, nella produzione, nella promozione e così via. Il punto di svolta nell'analisi del fenomeno HBO sembra infatti essere costituito dalla distinzione che la compagnia tende a marcare in contrapposizione con il resto della produzione tv, in particolar modo di quella seriale che rappresenta il prodotto per eccellenza nella contesa competitiva dei network. Da questo punto di vista, HBO ha modificato persino la percezione che il pubblico ha dei suoi prodotti. Se gli eventi sportivi e i *made-for-tv movies* sono stati, per tutti i networks, la prima fonte di contenuti, HBO e Showtime negli ultimi anni si sono invece distinte, tra tutti i networks a sottoscrizione, per la produzione in proprio di serie, serial e sit-com: e lo spettatore sottoscrive l'abbonamento solo se ottiene prodotti diversi da quelli che può vedere nella televisione non a sottoscrizione. Con questa regola base, HBO ha affrontato nel 1990 la produzione seriale con *Dream On* che ha dato inizio a un susseguirsi

11 Per un maggiore approfondimento sulla storia della tv americana si veda E. Barnouw, *Tube of Plenty: The Evolution of American Television*, Oxford University Press, Oxford 1990; C.H. Sterling e J.M. Kittross, *Stay Tuned: A History of American Broadcasting*, Lawrence Erlbaum, Mahwah, N.J. 2002; G. Edgerton, *The Columbia History of American Television*, Columbia University Press, New York 2007.

12 Sul passaggio dall'era dei network alla tv contemporanea si rimanda a A.D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, cit.

di prodotti altamente ricercati per contenuti, messa in scena, scrittura. Oggi la produzione media HBO, nel panorama della tv seriale contemporanea, è sicuramente quella più assimilabile al cinema.

La strategia produttiva dell'emittente si basa sull'obiettivo di tentare nuove strade nella produzione tv, nel creare una "non tv" in televisione. Ma se i prodotti della HBO non sono assimilabili alla produzione tv, a cosa si possono legare? Jane Feuer (Feuer, 2007: 148) afferma, relativamente a *Six Feet Under*, che il legame estetico più diretto è con l'art cinema o con il teatro modernista. Pur se la serie di Alan Ball è costruita puntando sulla lunga serializzazione, un cast ampio, presenza di più storylines – tutti elementi comuni alla "quality tv" – *Six Feet Under* ha una similitudine strutturale con il cinema non *mainstream*. Volendo, quindi, trovare una definizione corretta per l'espressione "non tv", si può rilevare come HBO faccia tesoro delle strutture della televisione, le assimili e le rielabori creando un prodotto nuovo pur se fortemente radicato nella tradizione del mezzo. Come nota Al Auster (2008: 226-246), anche nella ridefinizione dei generi televisivi, HBO si distacca dal trend comune della tv contemporanea, sia andando a discostarsi da quelli usualmente praticati dai networks (il caso di *OZ*), sia ripescando generi classici ormai quasi dimenticati (il caso di *Deadwood*). HBO ha creato un sub-genere. Un prodotto HBO è, già di per sé, garanzia di qualità.

La produzione seriale

E' davvero impressionante la lista delle serie offerte da HBO: dalle storiche *Sex and the City* e *The Sopranos* alle innovative *In Treatment* e *Curb your Enthusiasm*, fino a capolavori del piccolo schermo come *Deadwood* e *Six Feet Under*. E poi *Big Love*, *The Wire*, *Tell me you love me*, *Rome*, *Angels in America*, *True Blood* e molte altre ancora. Pochi networks possono vantare una tradizione così alta di qualità, sperimentazione, originalità.

Come accennato, l'investimento sulla fiction seriale inizia nel 1990 con *Dream On*, sit-com prodotta dalla MTE e scritta dal duo Crane-Kauffman (che di lì a pochi anni creeranno il successo di *Friends* WB, 1994-2004) e prodotta da John Landis, che appare anche come regista in diversi episodi. Immediatamente, la strategia produttiva del network sui prodotti seriali si presenta inusuale: invece di privilegiare la quantità, per coprire un maggior arco del palinsesto, HBO punta su alti investimenti (da 2 a 4 milioni di dollari) (Edgerton, 2008: 8), realizzando pochi episodi per stagione e senza limiti su genere e formato. Nel passaggio dalla trasmissione di film hollywoodiani alla creazione di prodotti originali, HBO ottiene lo status di "fenomeno culturale"¹³ destinato ad un pubblico di cultura medio-alta. Per raggiungere questa validazione HBO applica la strategia del riconoscimento dell'autorialità, incoraggiando il pubblico a conoscere gli autori delle proprie serie. Nel sito web della compagnia è infatti possibile accedere a moltissime ore di contenuti extra, realizzati con interviste, backstage, documentari. Si potrebbe dire che HBO realizza l'affermazione di Pierre Bourdieu secondo la quale "l'ideologia carismatica dell'autorialità è l'ultimo credo nel giudicare un lavoro artistico" (Bourdieu, 1993: 76). E' infatti nel legittimare l'autorialità dei suoi autori che HBO legittima se stessa. Passaggio naturale di questo obiettivo

13 C.Anderson, *Drama Overview*, cit., p.34.

è la produzione in proprio di programmi seriali, dato che l'acquisto di prodotti da compagnie esterne non è sufficiente a garantire quella qualità e quella quantità (Mair, 1988:159) necessarie per costruire un palinsesto degno del nome HBO.

La prima produzione da un'ora è del 1997. La serie *OZ* è ambientata in un carcere e, sin dalle prime immagini, si distingue per durezza e realismo. La vita nel carcere (*OZ* si svolge esclusivamente all'interno del penitenziario), è messa in scena senza censura. Creata da Tom Fontana, già produttore di *St.Elsewhere* (MTM, 1983-88), presenta un cast ampio dove manca un preciso punto identificativo. Tra detenuti e guardie, nessuno è totalmente innocente e puro. Tutti i personaggi spariscono, muoiono o mutano nel corso delle sei stagioni. La maggior parte delle scene si svolge nel grande "cortile" che raccoglie le celle dei detenuti, le quali non consentono alcun tipo di privacy o isolamento. Tutto accade sotto gli occhi di tutti; stupri, omicidi, iniziazioni. *OZ* è strutturato come una scena teatrale dove tutto è visibile. L'unica "fuga" verso l'esterno è rappresentata dai flashbacks che, in forma didascalica, presentano i detenuti indicandone i crimini commessi. *OZ* racchiude in sé tutti i tratti distintivi di un tipico drama HBO: è originale, provocativo, non risparmia violenza verbale e visuale. Qualcosa di mai visto prima.

L'anno successivo, *Sex and the City* rappresenta, dal punto di vista comedy, l'altro lato di HBO. La serie è realizzata da Darren Star che dal 1990, con *Beverly Hills 90210*, aveva ricostruito i termini della *prime-time soap opera*, ridefinendone estetica e narrazione. In *S&tC* il tema centrale è un post-femminismo virato sul glamour e sulle nuove tendenze della moda: non si tratta solo di una serie ma, soprattutto, di un prodotto culturale destinato ad imprimere il suo status di autorevolezza in fatto di gusti e di mode. "Poche serie tv – è stato detto – hanno avuto un tale impatto sulla cultura contemporanea" (Akass e McCabe, 2004: 2). HBO comincia così a definire uno stile riconoscibile. Il trend raggiunge il suo apice con le serie successive, *I Sopranos* (1999), *Six Feet Under* (2001) e *Deadwood* (2004). In tre forme diverse, queste produzioni ribaltano il panorama televisivo contemporaneo. *I Sopranos* è opera di David Chase che vanta già i precedenti lavori televisivi¹⁴. Con *Sopranos* Chase porta in primo piano un genere, poco frequentato in tv, ma con una salda e autoriale tradizione al cinema, il mob-drama. La serie diventa rapidamente il prodotto di punta del network e pone solide basi per consolidare lo stile dell'emittente. *Six Feet Under*, pur muovendosi nell'ambito del drama, propone anch'esso una forma narrativa ed estetica originale e sofisticata. La serie di Alan Ball affronta un realismo magico che fa del sogno una parte rilevante della sua narrazione. *Deadwood* pesca infine nel più classico dei generi, il western, che fino agli anni Cinquanta aveva dominato il piccolo schermo. Con *Deadwood* dopo anni di abbandono, David Milch (*Hill Street Blues*, *NYPD*), realizza un western adulto che non lesina in violenza, verbale e fisica. Tra le serie di punta, è quella che ottiene minor successo di pubblico, ma il testo di Milch (con un pilot d'autore diretto da Walter Hill) incarna bene i limiti di ciò che si può, o non si può, mostrare in tv.

Se il western viene rivisitato con il ricorso ad una salda tradizione anche se in declino, il peplum di *Rome* è praticamente inedito. Prodotto e scritto, tra gli altri, da John Milius, co-prodotto dalla BBC, con un budget dichiarato di cento milioni di dollari, girato in digitale con una risoluzione

14 Tra gli altri figurano *Kolchak: The Night Stalker*, *Moonlight* e *Northern Exposure*.

pari all'HD, *Rome* si pone come un blockbuster del piccolo schermo e reitera una cooperazione tra HBO e BBC che unisce due modi diversi di interpretare la tv ma, entrambi, votati alla qualità. La coproduzione tra HBO e BBC aveva già prodotto nel 2001 *Band of Brothers*, mini serie che vede anche la collaborazione della Dreamworks di Steven Spielberg e che prende spunto dal film *Salvate il soldato Ryan* del 1998. Ambientata nella Seconda Guerra Mondiale, la serie aveva suscitato in Gran Bretagna forti critiche. Non si comprendeva per quale motivo l'emittente pubblica avesse investito tanto denaro per vedere sullo schermo eroi statunitensi che salvano i britannici. Ma, polemiche a parte, è indubbio che la cooperazione tra le due compagnie fosse fruttuosa, confermata anche dall'ultimo prodotto nato dal matrimonio HBO-BBC, *House of Saddam*, che esplora il privato del dittatore Iracheno. Più specificamente, il tema della guerra in Iraq viene affrontato, sempre nel 2008, da un'altra mini-serie, *Generation Kill*. Prodotta e scritta da Ed Burns e David Simon, già artefici di un altro successo dell'emittente, *The Wire*, mette in scena la storia del primo battaglione dei Marines che dà inizio all'invasione. La scelta degli autori lavora su una estetica di sottrazione. Non vi sono scene spettacolari, attacchi eroici, ostentazione della virilità dei soldati. Il baricentro narrativo è sui militari, sulla loro quotidianità, sulle problematiche che devono affrontare, la carenza di materiali, le difficoltà ambientali, la lontananza da casa. L'occhio esterno è quello del reporter di «Rolling Stone» (interpretato da Lee Tergesen, già visto in *OZ*) che accompagna la truppa e che annota tutto ciò che succede. Ma uno sguardo neutro è anche quello delle tante videocamere che i soldati utilizzano nelle loro azioni per documentare le loro imprese. La serie presenta molte affinità, di stile e ideologia, con recenti film come *Jarhead* (Sam Mendes, 2005) e *Redacted* (Brian De Palma, 2007) e si pone alcuni passi avanti ad un'altra serie sull'argomento, quel *Over There* (Fox, 2005) realizzato da Steven Bochco (*Hill Street Blues*, *NYPD*) che, infatti, non dimostra la medesima forza.

Ancora con la BBC, ma questa volta in una comedy, HBO produce *Extras*, divertente satira e critica dell'ambiente televisivo che, in forma autoriflessiva, mette in scena le fatiche di un attore per entrare nel patinato mondo dello spettacolo. La serie vede la presenza di molte guest star da David Bowie a Orlando Bloom, ed è creata da quel Ricky Gervais, autore di *The Office* tanto nella versione BBC quanto di quella statunitense targata NBC.

Sul tema metariflessivo del mondo dello spettacolo, già nel 2004 la serie *Entourage* (prodotta da Mark Wahlberg) aveva puntato l'obiettivo sui successi e fallimenti di un attore che cerca di farsi strada a Hollywood. Pur senza nascondere le ipocrisie del mondo dello spettacolo, la serie mantiene comunque i toni della commedia. Nel mondo ovattato e patinato delle stars, il gruppo ricrea le dinamiche familiari tradizionali. La caratterizzazione dei personaggi è accurata e realistica anche se virata verso l'eccesso. I protagonisti passano le loro giornate tra feste di «Playboy» e locali esclusivi mentre i loro unici pensieri ruotano intorno alla prossima conquista di una notte. La vita da star è messa in primo piano con le stesse contraddizioni che essa porta con sé, ma la serie non perde occasione di criticare, in forma autoriflessiva, il mondo di cui essa è un prodotto.

Nonostante il tono apparentemente leggero, anche in questo caso è evidente la complessità dello stile HBO: basti notare che, se la critica definisce la serie come “dramedy”¹⁵, nelle competizioni per i premi televisivi essa viene etichettata come “comica”.¹⁶ Un po’ come accade, con minor successo, anche in *Lucky Louie* (2006), la sit-com che propone una versione “adulta” del genere.

Ancora in co-produzione con la BBC è il progetto che ha portato alla versione statunitense di *Little Britain*, acclamata sit-com creata da David Walliams e Matt Lucas. In questo caso la sfida è quella di presentare al pubblico statunitense un’opera fortemente radicata nella cultura britannica. Essa è composta infatti da una serie di mini episodi che mostrano i pregi ma, soprattutto, i difetti del popolo britannico. L’ispirazione viene dal *Flying Circus* dei Monty Python, altro prodotto “very british”. *Little Britain USA* riesce comunque a declinare il suo stile originale d’oltreoceano grazie ad una rielaborazione del testo che in parte ripropone personaggi già visti, in parte ne propone di nuovi. Da notare il meccanismo narrativo ideato dagli autori, che fa della critica sociale e politica il principale obiettivo, ma all’interno di un formato normalmente dedicato a prodotti leggeri.

Dagli stessi autori di *Generation Kill* viene fuori anche quel gioiello narrativo di *The Wire* (2002), poliziesco che vede protagonista la città di Baltimora. Qui si raccolgono gli stili delle precedenti serie HBO sommati alla grande tradizione poliziesca in tv (*Hill Street Blues* in primis), il tutto dentro una cornice impeccabile di scelte narrative ed estetiche. Nella produzione seriale breve, HBO si distingue non solo per prodotti come *Generation Kill* e *House of Saddam* che rappresentano uno sguardo critico sulla storia contemporanea, ma anche per aver riportato in auge il dramma storico. Il merito va soprattutto alle opere di Tom Hooper, regista inglese che con *Elizabeth I* (2005) e *John Adams* (2008), riversa in HBO la sua precedente esperienza per la tv britannica. Hooper – grazie all’impegno produttivo HBO – può mettere in scena accurati affreschi d’epoca, lavorando proprio sulla precisione storica senza tralasciare l’accuratezza della testualità.

Dovrebbe risultare ormai chiaro che, pur essendo una compagnia lungimirante in fatto di investimenti e produzioni, pur essendo un network capace di rischiare, di evolversi, di superare le crisi interne, HBO non ha reinventato la televisione né, tanto meno, è uscita dai canoni della televisione stessa. HBO non è “non televisione” quanto piuttosto “para-televisione” (Santo, 2008: 24). HBO si muove in contesti produttivi ed estetici sicuramente “alti”, magari più assimilabili all’industria cinematografica che a quella televisiva media ma, indubbiamente, i prodotti realizzati sono “televisione”.

Lo spirito HBO si rileva, ovviamente, anche nella produzione di documentari, eventi musicali, sportivi, e special comedy. Scopo imprescindibile dell’emittente – più volte dichiarato dai vertici della compagnia – è quello di far sì che uno spettatore, facendo zapping, possa dire “questo è un prodotto HBO”. E, come osservato, proprio incursioni di questo tipo in altri generi dimostrano quanto HBO sia comunque televisione, nonostante i claim che si susseguono per affermare il contrario. Ed è indubbio che di ottima televisione si tratta, perché HBO si pone come autore, a tutti gli effetti, dei suoi prodotti, al fianco dei registi, sceneggiatori e produttori che si alternano

15 M.Ryan, “*Entourage* gets some of its bite back”, in «Chicago Tribune», 5 Settembre 2008.

16 Come dimostrano le candidature agli Emmy Awards del 2008.

negli anni. Più di ogni altro network, HBO infonde uno stile generale alle sue produzioni, ben riconoscibile dal pubblico, proprio per il fatto di non dover vendere spazi pubblicitari e, quindi, di non dover modellare la sua produzione solo per un determinato target di vendita. Anche la collaborazione con la BBC è indice di una continua ricerca qualitativa e di una apertura europea che può garantire ancora altro mercato e che va ad aggiungersi a quello già ampio degli Stati Uniti.

Lo stile HBO è un esempio lampante di come la televisione americana e inglese sia diventata, negli ultimi quindici anni, “migliore del cinema”.¹⁷ Fattori economici e produttivi, maggiore consapevolezza degli spettatori, maturità finalmente completa degli sceneggiatori per la tv, legittimazione del mezzo televisivo non più visto come “idiot box”: tanti sono i motivi che hanno portato a questo sviluppo. Ma, come avverte Robert J.Thompson (2009: 9-13), permane un rischio di natura economica: un livello così alto di qualità non è commercialmente conveniente. La natura del mezzo televisivo è intrinsecamente legata al guadagno. L’interesse per la cultura e per la qualità è assolutamente secondario. La sfida per (l’immediato) futuro starà allora tutta nel saper sfruttare le nuove tecnologie e le nuove forme di diffusione onde acquisire sempre più spettatori.

La tattica HBO sembra funzionare: dopo anni di investimenti il network ha ormai raggiunto un livello di penetrazione negli Stati Uniti molto alto. In alcuni casi i rating di ascolto delle serie HBO si avvicinano a quelli dei programmi trasmessi “in chiaro”, un risultato certamente premiante. Per l’immediato futuro, HBO punta alla fidelizzazione del pubblico già acquisito rinnovando serie che hanno riscosso buoni ascolti nelle precedenti stagioni (*True Blood* ne è l’esempio più lampante), la conferma di serie storiche e l’ingresso di alcune interessanti novità come *Treme*, la nuova creatura di David Simon, già creatore di *The Wire*, ambientata nella New Orleans post-Katrina. I presupposti per continuare una consolidata tradizione di qualità ci sono tutti anche se la concorrenza degli altri canali via cavo, Showtime e AMC in testa, è agguerritissima. La prossima stagione sarà cruciale nel ridisegnare o confermare gli equilibri di questo canale e per comprendere se HBO sarà riuscita ad assorbire in maniera realmente costruttiva la scomparsa dagli schermi del suo programma di punta, *Sopranos*.

Bibliografia

Akass, K. e McCabe, J. (a cura di) (2004): *Reading Sex and the City*. I.B.Tauris, London and New York

Auster (2008): “HBO’s approach to generic transformation”, in G.R.Edgerton e B.G.Rose (a cura di), *Thinking Outside the Box. A Contemporary Television Genre Reader*. The University

¹⁷ Secondo la dichiarazione di Peter Krämer così riportata in M.Jancovich e J.Lyons (a cura di), *Quality Popular Television*, PFI, London 2003, p.1.

Press of Kentucky, Lexington.

- Bourdieu, P. (1993): *The Field of Cultural Production*. Columbia University Press, New York.
- Cantor, M.G. (1971): *The Hollywood TV Producer: His work and his audience*. Basic Book, New York.
- Cantor, M.G. and Cantor, J.M. (1992): *Prime-Time Television. Content and Control*. Sage, Newbury Park Ca.
- Edgerton, G.R. (2008): "A Brief History of HBO" in G.R.Edgerton e J.P.Jones (a cura di), *The Essential HBO Reader*. The University Press of Kentucky, Lexington.
- Feuer, J. (2007): "HBO and the Concept of Quality Tv" in J.McCabe e K.Akass (a cura di) *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond*, I.B.Tauris, London and New York.
- Hilmes, M. (2002): *Only Connect: A Cultural History of Broadcasting in the United States*. Wadsworth, Belmont CA.
- Leverette, M. (2008): "Introduction: The not Tv Industry" in Leverette, M.; Ott, B.L. e Buckley, C.L. (a cura di) *It's not Tv. Watching HBO in the Post-Television Era*. Routledge, New York and London
- Maio, B.(2009): *La Terza Golden Age della Televisione*. Edizioni Sabinae, Cantalupo in Sabina (Ri)
- McCabe, J. e Akass, K. (2008): "It's not Tv, it's HBO original programming" in Leverette, M.; Ott, B.L. e Buckley, C.L. (a cura di), *It's not Tv. Watching HBO in the Post-Television Era*. Routledge, New York and London
- Pearson, R. (2005): *The Writer/Producer in American Television* in Hammond, M. e Mazdon, L. (a cura di), *The Contemporary Television Series*. Edinburgh University Press, Edinburgh.
- Ravage, J.W. (1978): *Television: The Director's Viewpoint*. Westview Press, Boulder CO.
- Santo, A. (2008): "Para-television and discourses of distinction. The culture of production at HBO", in M.Leverette, B.L.Ott e C.L.Buckley (a cura di), *It's not Tv. Watching HBO in the Post-Television Era*. Routledge, London.
- Stein, B. (1979): *The view from Sunset Boulevard*. Basic Book, New York.
- Thompson, R.J. (1996): *Television's Second Golden Age*. Syracuse University Press, New York.
- Wasko, J. (1994): *Hollywood in the Information Age: Beyond the Silver Screen*. University of Texas Press, Austin

“It’s the Perfect Story, So They Say”: Viewer Participation and the Works of Joss Whedon

Erin Hollis

In an letter written to his fans just prior to the momentous release of *Dr. Horrible’s Sing-Along Blog* on the Internet in the summer of 2008, Joss Whedon (2008) presents a call to action, urging his fans to “spread the word” about the production he had paid for entirely on his own, had produced during the 2007-2008 Writer’s Strike in Hollywood, and was about to post for free on the Internet:

Spread the word. Rock some banners, widgets, diggs... let people know who wouldn’t ordinarily know. It wouldn’t hurt if this really was an event. Good for the business, good for the community – communitIES: Hollywood, internet, artists around the world, comic-book fans, musical fans (and even the rather vocal community of people who hate both but will still dig on this). Proving we can turn *Dr. Horrible* into a viable economic proposition as well as an awesome goof will only inspire more people to lay themselves out in the same way. It’s time for the dissemination of the artistic process. Create more for less. You are the ones that can make that happen.

Whedon, demonstrating knowledge of his fan base as well as an idealistic belief in the power of ordinary people, set out to create a different model for how such productions are produced and distributed. Television networks, especially, have long exhibited a fear of the internet, worrying that if they make their shows available on the Internet, they would follow in the footsteps of the music industry, which might result in the steady loss of revenues. What Whedon’s production proved is that the networks lacked a creative approach to the changing face of media, especially in terms of the Internet. Whedon pushed back against the conservative nature of the networks and his experiment was an immediate success: “[d]emand for the first [act] was sufficient to crash the whole Hulu site as well as Whedonesque and the homepages for *Dr. Horrible* and *The Guild*” (Walters, 2009: 67). And when the show was made available on iTunes and later on DVD, “[w]hat began as a lark turned into something far bigger: the first series in history to find an audience and make money entirely online—outselling every TV show on iTunes in the weeks after its release” (Kushner 2009: 38). Of course, this Cinderella story is not without its caveats—Whedon was an already successful television and movie writer, director and producer who had the necessary money and friends needed to make the show as well as a firmly established fan base from his earlier fan-favorite shows like *Buffy the Vampire Slayer*, *Angel*, and *Firefly*. However, it was Whedon’s ability to understand, respect, and sympathize with his fans as well as his trust in those fans’ intelligence and his willingness to challenge such intelligence that led to the success of *Dr. Horrible’s Sing-Along Blog*. In this essay, I will look at the trajectory of Whedon’s television career, examining how each of his television shows released prior to *Dr. Horrible*—*Buffy the Vampire Slayer*, *Angel*, and *Firefly*—created a fan culture that was primed for such an event as *Dr. Horrible’s Sing-Along Blog*. Understanding how Whedon employed popular conventions of fan culture in his own work will help to demonstrate not only why *Dr. Horrible’s Sing-Along Blog* became such a success, but will also serve to highlight how Whedon shaped his own fan base by encouraging fans towards critical inquiry of their own fan practices.

Approaches to Fan Culture: A Brief Overview

Of course, Whedon's creations are not the only television shows that have engendered a dedicated fan following. The most obvious comparison is with the long running multiple series *Star Trek* franchise, which has its fair share of fans and is perhaps one of the first franchises to attract such a loyal following. Other shows have provoked such a response as well, including *Xena: The Warrior Princess*, *Dr. Who*, *The Simpsons* and *Family Guy*. Yet, I would argue that Whedon's shows move viewers beyond typical fan engagement that often seeks to rewrite the series to the fan's expectations to a more nuanced and reciprocal relationship between Joss Whedon, the creator and author of these series, and the fans who seek to engage with the Whedonverse. As David Kociemba (2006: par. 32) argues, "Whedon guides the audience . . . to an investigation of their accustomed ways of thinking about identity and being, authenticity and duty, caring and vengeance." A brief exploration of two studies of fan cultures will help to illuminate both how Whedon's fans are responding differently to his work and how Whedon and his team of writers, actors, and producers used the conventions of fan culture to create shows that played off common fan practices.

In his influential and often-quoted book, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Henry Jenkins objects to the commonly negative stereotypical depiction of fans, examining the culture of fan practices in order to demonstrate how a variety of fans interact with television programs. Jenkins, writing in 1992, saw the prevalently negative view of fan culture at the time as narrow and limiting, failing to recognize the complexity of such cultures, and urged ethnographers of fan culture to question their own academic pretensions in relation to their depictions of fan culture. Eighteen years later, such depictions of fans still exist, although perhaps more acceptance has been given to many fan culture practices with the advent of the Internet and with the numerous academic studies that have sought to re-define fan cultures. Jenkins further argues that fans develop intelligent reading practices that allow for a participatory culture, using Michel De Certeau's concept of "poaching" about which De Certeau argues that "[f]ar from being writers . . . readers are travelers; they move across lands belonging to someone else, like nomads poaching their way across fields they did not write, despoiling the wealth of Egypt to enjoy it themselves" (in Jenkins, 1992: 24). Jenkins chronicles how fans write fan fiction, filk music (music inspired by the show of which they are fans), create their own movies using clips from the shows (commonly called "vids"), and sometimes attempt to live the ideals of their chosen show in their own lives. The extensive discussion Jenkins provides of these common genres in fan culture highlights how fans seek to make television shows into their own text as they nomadically move from show to show, appropriating storylines and characters for their own purposes. By becoming active respondents to the shows that they love, fans can become "readers who appropriate popular texts and reread them in a fashion that serves different interests, as spectators who transform the experience of watching television into a rich and complex participatory culture" (Jenkins, 1992: 23). Such participation allows viewers to become creators as well as they create their own stories for the show.

Matt Hills (2002: 137) extends and revises Jenkins's discussion of participatory culture in his book *Fan Cultures*, arguing that cult television shows owe their success to "endlessly deferred narrative" that encourages "multiple fan productions, speculations and recreations." Because such television shows never provide their fans with closure, fans, in turn, are encouraged to create their own closure and finish writing the story, becoming authors as well as viewers of the show. The viewer, then, gets to make the choice about how to deal with such "aporia" in the text; they can become frustrated and turn away from the show, write their own answers to the dilemmas that such shows provide, or allow the dilemma to remain in their minds, encouraging a more nuanced and critical reading of the show. Hills (2002: 137) further argues that in addition to the deferred narrative that sustains viewer attention and engagement, many cult shows use "hyperdiegesis," which is "the creation of a vast and detailed narrative space, only a fraction of which is ever directly seen or encountered within the text, but which nevertheless appears to operate according to principles of internal logic and extensions." Hills (2002: 137) continues, "the hyperdiegetic world may, as Jenkins notes, reward re-reading due to its richness and depth, but its role is, [Hills] would suggest also one of stimulating creative speculation and providing a trusted environment for affective play." So, in addition to Jenkins's argument that the detailed worlds of these cult television shows allows for viewer participation as they imagine parts of the world that do not appear on that show, Hills argues that such a world creates trust in the viewer as he or she learns the rules and can in turn play with that world in their own reactions to the show.

The participation that Jenkins outlines and Hills complicates is not without its problems. Throughout his book, Jenkins seeks to describe how fans interact with shows in an attempt to rewrite the commonly negative representation of fans in popular culture; however, the examples he provides often serve to reinforce such depictions. Often, the fan practices that he recounts have a major emphasis on fans rejecting the storylines and characterizations provided by the series they are devoted to. Whether it is in slash fan fiction, where fans usually imagine explicitly sexual relationships between male characters, or the fan videos, in which fans splice together scenes from the series, choosing music to help define the new scenes they create, fans are not so much responding to the series itself as creating something new out of the series. While this does point to a very active fan culture, it also highlights the problematic nature of fan culture, since fans become so fixated on a certain story or character to the detriment of paying attention to the series as a whole. Sometimes fans risk becoming so obsessive about their own storylines, making the series truly their own, that the reciprocal nature of their interaction with the series is lost. They stop learning from the series and interacting with it intellectually in order to become participatory fans. The work of Joss Whedon pushes against this impulse as he cleverly employs fan culture actively to engage his viewers and also challenges his viewers by presenting them with difficult ethical dilemmas. Throughout the rest of this essay, I will chronicle how the trajectory of his television career increasingly employed fan practices which culminated in his webshow, *Dr. Horrible's Sing-Along Blog*, in order to demonstrate how Whedon encourages fans to participate in "agencies of interpretive exchange" with his work that teach viewers how to move beyond mere spectatorship to a more engaged stance (Eide, 2002: 1).

“Bring Your Own Subtext”: *Buffy the Vampire Slayer* and Fan Culture

Whedon’s oft-quoted impetus for *Buffy the Vampire Slayer* reveals how, from the beginning, he had a knowledge not only of how to mess with genre conventions but also to employ such conventions in order to draw in fans and educate them. On the DVD commentary of the opening episode of the series, Whedon (2002) discusses his intentions:

The first thing I ever thought of when I thought of *Buffy: The Movie* was the little blonde girl who goes into a dark alley and gets killed, in every horror movie. The idea of *Buffy* was to subvert that idea, that image, and create someone who was a hero where she had always been a victim. That element of surprise and genre-busting is very much at the heart of both the movie and the series.

By taking a genre and turning it on its head, Whedon is seeking to do what many fan cultures had already been doing in response to other shows: question the genre conventions and create something new out of those conventions. So while some fans might create fan fiction about *Star Trek* that focused on lesser-known female characters in order to voice the objections they have about the anti-feminist undertones of the show, in the ultimate act of dynamic participation, Whedon creates his own show that does the same thing. And throughout the run of the series, Whedon and his writers continued to encourage reader response as they employed fan practices in the creation of many characters and episodes.

Whedon’s awareness of the fan community surrounding his work was apparent from the beginning of his creation of *Buffy*. It was in response to a fan’s post about the relationship between Faith and Buffy on the Bronze VIP discussion board that Whedon (in Stenger, 2006: 36) made one of his most famous urgings to fans, “Bring Your Own Subtext”:

“Okay, so I guess I must apologize . . . I just read the piece on Buffy and Faith . . . and by God, I think she’s right! I can’t believe I never saw it! . . . But then, I think that’s part of the attraction of the Buffyverse. It lends itself to polymorphously perverse subtext. It encourages it. I personally find romance in every relationship . . . so I say B.Y.O. subtext!”

Unlike other authors who have sometimes demonstrated a discomfort with fans using their work to create something new, leading to many fans adopting pseudonyms for fear of being sued for copyright infringement, Whedon encourages viewers to respond to his creation by bringing their own perspective to bear on the series. Indeed, as Josh Stenger (2006: 35) argues, Whedon and his cohorts often surfed the discussion boards: “On several notable occasions the series’ writers, directors and producers responded to fan suggestions and queries from The Bronze posting board by incorporating them into stand-alone episodes.” Such a willingness to allow fan intervention into the show demonstrates how Whedon approached authorship differently than most television writers and producers.

Justine Larbalestier’s (2002: 228) article, “*Buffy’s* Mary Sue is Jonathan: *Buffy* Acknowledges the Fans,” highlights many of the individual episodes of the show that respond in particular to fan concerns and ideas, discussing how fan subtext often becomes text within the show:

PREVIOUSLY ON

Buffy is a show that runs on subtext so that it frequently becomes text. This makes the kind of “poaching” activities that Henry Jenkins discusses even more complex. How do you poach a show that poaches itself, i.e., that has stand-alone episodes that appear to ignore the general arc of the show and play on the ‘what if’ scenarios beloved of fan fiction?

Larbalestier’s question highlights the paradoxical nature of Whedon’s involvement with his fans. Does his involvement, rather than encouraging participation, preclude such active engagement because it is already done for the viewer? Or does Whedon’s use of fan practices encourage an even further engagement from the fan as it promotes critical inquiry of fan practices? By looking more closely at a few episodes of the show, I will demonstrate how Whedon’s manipulation of fan practices at once engages fan culture and urges fans themselves to adopt a more critical stance in their own reactions to the show.

In her article, Larbalestier (2002) identifies several episodes that are commonly identified as being inspired by the fan community, “The Wish,” “Doppelgangland,” “Something Blue,” “Superstar,” and “Restless.” About the first three episodes on this list, she argues that they “provide responses to speculative fan scenarios: what if vampires ruled Sunnydale and Willow and Xander were vamps? What if the Vamp Willow and the good Willow were to meet? What if Buffy and Spike were engaged?” (Larbalestier, 2002: 229). Usually employing humorous alternate-world scenarios, each of these episodes plays with fans expectations even as they grant the fans’ wishes. Interestingly, even when the show seems to produce a stand-alone episode, the events in those episodes advance major storylines in the series. So, even when the writers of the show play with fan conventions, they go beyond simple wish fulfillment, using fan ideas to complicate the world of the show.

The episode, “Superstar,” goes even farther in the wish fulfillment scenario as the minor character, Jonathan Levenson, casts an augmentation spell to make himself the hero of the Buffyverse. As Larbalestier (2002: 233) argues, “this is the wish fulfillment fantasy of every fan who has ever watched a show and longed to be part of it. Within fanfic there is a tradition of writing oneself into a show in just this way. These stories are called ‘Mary Sues.’” Jonathan, then, becomes the representative of the fan who wants to belong in the fictional world that they enjoy every week. Larbalestier (2002) further argues that this depiction of fan practices within the show, more than the other episodes previously discussed, seeks to subvert and perhaps criticize such desires. Throughout the episode, everything about Jonathan is perfect; he fights the best, gives the best advice, writes his own biography, and is apparently an accomplished singer and athlete. “Mary Sues” in fan fiction are usually criticized by the fan population as most fans see it as uncreative engagement with a text. Jonathan’s role as the “Mary Sue” thus holds a mirror up to the fans. No one on the show is perfect, and the exaggerated perfection of Jonathan serves to emphasize the ridiculous nature of such desires. At the end of the show, as Jonathan’s augmentation spell falters and fades, Jonathan is once again the nerdy outsider, standing on the outskirts of Buffy and her group of friends. Larbalestier (2002: 234) argues that this episode may “imply that all fans are wanna-be’s” and “that their engagement with a show like *Buffy*” may be “caught up in their/our desires to be a better Slayer than Buffy, more knowledgeable than Giles, and so on.”

She further argues that Jonathan is not only “pathetic, but everyone knows that he is pathetic. The object of desire, the show and its actual central character, Buffy, is punishing the one who desires it: the fan” (Larabalestier, 2002: 234). Indeed, responses to the show were divided as some fans “enjoy the way “Superstar” comments on and mocks Mary Sues,” taking pleasure in “the little in-jokes about Jonathan’s involvement with the show,” even as other fans demonstrate embarrassment as the episode comes “dangerously close to caricaturing the relationship of fans to the show” (Larbalestier, 2002: 234).

I agree with Larbalestier’s (2002) characterization of the show as creating a sort of double-response in the viewers as they both laugh at fan practices but are made uncomfortable by the mirror held up to their own involvement with the show, but I would also argue that the episode makes further commentary on fan practices, cleverly encouraging fans to adopt a more critical stance about their own connection to the show. Shiloh Carroll (2009: par. 1) is correct in asserting that “*Buffy* writers never write one-dimensional episodes, and there is more to Jonathan and “Superstar” than parody.” Jonathan is thus not only parodying fan culture, but also providing commentary on what the effects of rewriting the series might be. As Jane Espenson (2006), the writer of the episode, notes on the DVD commentary of the episode, “we actually started the teaser with Buffy rolling around on the ground having gotten hit. An astute viewer might realize right away that Buffy is not her normal slaying self.” And, of course, the “astute viewers” Espenson is most likely referring to are the fans of the show. If Jonathan is the representative of fans within the show, demonstrating fans’ twinned desires to participate in the world of the show and to rewrite that world to their own tastes, the effects on Whedon’s central idea for the show, taking a stereotypically weak character, the blonde in the alley, and giving her the power to fight back, is in danger. What this episode communicates to fans who write their own versions of relationships on the show is the danger in such revisions. After all, “[i]n stealing Buffy’s accomplishments, [Jonathan] also steals her self-confidence and happiness” (Carroll, 2009: par. 5). Buffy is not effective at all throughout the episode; she lacks the confidence to kill even a single vampire by herself and none of her friends listen to her and are shocked when she calls a meeting without Jonathan there. This episode serves to reflect fan practices back to themselves, forcing fans to question the way they interact with the show.

Jonathan is not the only minor character who represents fans within the show. Later, Andrew Wells, a member of the Trio of super-villains, which also included Jonathan, serves as a representation of fan culture within the series. Throughout seasons six and seven, Andrew provides frequent parodies of fan culture, as he is shown collecting *Star Wars* action figures, painting the Death Star on the side of a van, and discussing who is the best James Bond. Indeed, David Kociemba (2009: 133) argues that “the Trio represent the kind of casual viewers that watch the series to ogle Sarah Michelle Gellar during the cool fight scenes.” Andrew’s obsessive commitment, and as Kociemba argues, addiction, to fan culture lightly mocks many of Whedon’s fans and also reflects earlier depictions of rabid fans depicted in the media, such as Comic Book Guy from *The Simpsons*. Kociemba (2009) further argues that the portrayal of Andrew in particular provides a warning for viewers of how not to be a fan. Andrew only consumes media; he doesn’t

PREVIOUSLY ON

interact with it. Describing Andrew in comparison with Xander, Kociemba (2009: 139) asserts that Xander provides fans with a more positive example of how to respond to the media that they love so much: “Xander recognizes his Klingon love poetry and gets Andrew’s comic book references. Xander provides a positive role model for Andrew, however, because he stops himself from getting lost in talking about them.” Thus, throughout the series, Andrew holds a mirror up to certain kinds of fans, and his depiction, along with Xander’s different approach to fandom, makes fans question their own engagement with the show.

In the episode, “Storyteller,” the effects of Andrew’s unexamined fanaticism are particularly highlighted. As the episode opens, the camera pans through a library decorated with *Star Wars* paraphernalia as music reminiscent of *Masterpiece Theatre* plays in the background. Eventually, the camera stops on a book-reading Andrew, who facetiously addresses the viewer, “oh, hello there gentle viewer. You caught me catching up on an old favorite. It’s wonderful to get lost in a story, isn’t it? Adventures, and heroics, and discovery, don’t they just take you away?” (*Buffy the Vampire Slayer* “Storyteller,” 2003). From the beginning of the episode, Andrew’s vulnerability to being caught up in stories rather than focusing on reality is highlighted. His opening speech reflects one common fan response to the show, getting lost in it and escaping reality. As the episode continues, it becomes clear that Andrew is not some fancy narrator, but rather just a person videotaping the events of the world around him. And his love for storytelling becomes increasingly problematized as the episode develops.

Throughout the episode, it is clear that Andrew writes his own story onto that of the other characters, imagining himself at one point living like a God and providing fantasy scenes that introduce many of the main characters. He also re-imagines stories that have already been told in the series. Mimicking the practice of “vidders” or fans who make videos, he imagines a scene with Dark Willow where he had total power over her. In this reimagined scene, the parts with Dark Willow are merely recycled scenes from season six of *Buffy*, and Andrew inserts himself into those scenes, echoing the Mary Sue tendencies of Jonathan in “Superstar.” Part of the reason for this storytelling is that Andrew does not want to face his own complicity in what is currently happening in Sunnydale. Andrew will not admit his own responsibility for killing Jonathan until the end of the episode, when Buffy pretends that she will murder him in order to close a seal on the Hellmouth. She urges Jonathan to “stop. Stop telling stories. Life isn’t a story,” continuing “you make everything into a story, so no one is responsible for anything because they’re just following a script . . . This isn’t some story where good triumphs because good triumphs. Good people are going to die.” (*Buffy the Vampire Slayer* “Storyteller,” 2003) This speech functions as a message to fans to stop simplifying the Buffyverse. Andrew wants a simple story with simple answers, but Buffy makes clear that this is impossible. At the end of the episode, Andrew realizes the reality of his situation. He starts to tell a story again, but turns off the camera, and the episode ends. The subtext of this ending makes clear that it is necessary to stop fantasizing and start living. As Kociemba (2009: 140) argues, “Andrew must undo a lifetime of spectatorship and learn active, engaged listening.” *Buffy the Vampire Slayer’s* comments towards the fans encourage them not only to participate as many fan cultures do, but also urge viewers to adopt a

more critical stance on how they are participating. This nuanced connection with the fan culture continues in the spin-off of *Buffy, Angel: The Series*.

“Not Fade Away”: *Angel: The Series* and Fan Culture

Angel: The Series, which was created as a spin-off in 1999 after Angel had appeared on three seasons of *Buffy*, built upon the fandom created by *Buffy* even as it adopted a slightly darker tone. Although there are no completely analogous characters to Jonathan and Andrew on *Angel*, the show still reflects fan behaviors back to them, commenting on such behavior and continuing to encourage a more active and nuanced fan participation. Angel himself demonstrates fanatical tendencies in his love for all things Barry Manilow and Winifred Burkle, better known simply as “Fred,” portrays the geeky charm that Willow and Xander had both perfected that serves as a reflection of the show’s fans own geekiness. The character, Lorne, the unquestioning loyalty to Jasmine at the end of season four, and the series finale specifically demonstrate a knowledge of fan response to the show and use such a response to create a conversations of sorts with the fans.

Lorne, sometimes known as “the Host” or “Krevlornswath of the Deathwok Clan,” made his first appearance in the opening episode of season two of *Angel*. The episode, marking a departure from the first season of the series, begins with Lorne’s singing “I Will Survive.” At first, the introduction of a singing demon would most likely confuse viewers as they have not yet learned that Lorne is an anagogic demon that reads people’s destinies by listening to them sing. However, viewers soon learn that he is perhaps one of the most tolerant characters presented on any of Whedon’s shows. From the beginning of his tenure on the show, he establishes a particular connection with the audience, sometimes speaking directly to them as he acts as a storyteller in many of the episodes. In “Judgement,” and “Spin the Bottle,” for example, he acts as the narrator for the story, interspersing his own commentary within the events of each episode. In this way, he mimics the storytelling aspect of Andrew on *Buffy*, but rather than becoming a model for negative fan interaction with narrative, Lorne becomes a model for a more advanced view of a critically engaged fan. As a storyteller figure in the series, rather than attempting to create his own version of events as both Andrew and Jonathan do, he not only watches the events of the series unfold, but also provides a model for engaged listening and creates his own story rather than attempting to adapt someone else’s story as his own. More than any other character in the Whedonverse, Lorne is a listener. He not only functions as a listener in his club, “Caritas,” as he listens to various demons sing in order to help them with their lives, but he also becomes a listener for Angel and many of the other major characters. Lorne’s listening is different from the passive spectatorship of Andrew as he not only listens, but also usually provides complex advice to the person he is listening to. Lorne never tells any of the characters to do anything and never provides a certain answer to their problem; rather, he highlights the uncertainty of the future and the importance of agency.

In addition to developing Lorne as a model for a more critically engaged fan, *Angel* explicitly addresses fan culture conventions at the end of season four when the demon goddess Jasmine creates a shiny, happy world full of sycophants that do not question any of her actions, including her frequent eating of people. Jasmine creates a utopia of sorts, ridding the world of conflict and strife, and everyone who comes into contact with her immediately worships her. Yet, underlying this worship is uneasiness. The world is too perfect. While this arc can be seen as explicitly criticizing unexamined religious worship, the main characters' interactions with Jasmine and the cult-like following that she engenders also comment on fan culture and the dangers of unquestioned devotion. In the episode, "Shiny Happy People," before the main characters learn that Jasmine is evil, they discuss their fanatic response to her presence. Jasmine herself tells Angel that "there's no room for doubt, Angel, only love" (*Angel* 'Shiny Happy People,' 2003). And Angel tells Fred that "everything just seems so easy," commenting to her that the questioning is finally over (*Angel* "Shiny Happy People" 2003). What this unexamined devotion makes clear is that having a more critical approach is important; the characters lose free will as they are consumed by their love for Jasmine. This depiction of devotion sends a message to fans not to love something without doubt, to maintain questions, encouraging fans to question what they love even as they love it.

Further, Angel's son, Connor's, response to Jasmine can be interpreted as a representation of a lack of critical engagement. From the beginning of her birth, Connor can see the ugly face that she hides from the world, and he accepts her and even continues to love her despite knowing that she eats people and that, underneath her beautiful disguise, she is a horrible, maggot-eaten demon. When Angel tries to convince him to leave her side, Connor responds, "I'm finally part of something. I belong. I won't let anyone ruin that" (*Angel* "Sacrifice," 2003). Connor's desire to find a place where he belongs blinds him to the negative aspects of Jasmine, just as sometimes fans are blinded to the negative undertones of what they love. Connor provides a model for fans of how not to respond to a text, demonstrating to fans the dangers of unexamined worship. That Connor was perhaps the least liked character within *Angel* fandom indicates how fans of the show might prefer the sort of fan represented by Lorne, a fan favorite.

Aside from these models of fan interaction, *Angel's* series finale, entitled "Not Fade Away," goes beyond holding a mirror up to fan practices and encouraging fans to develop a critical approach to the show; rather, the finale acts a sort of tribute to fan involvement in the show and, especially, to the "Saving Angel Campaign," through which fans protested the cancellation of the series. Stacey Abbott (2005: 231) recounts the activities of the campaign:

The campaign took numerous and often quite creative forms, including: online petitions, a WB call-in campaign, in which fans were urged to telephone their local network during *Angel's* commercial breaks to remind them of all the viewers who vanish with the series' cancellation; and a regular flood of postcards to the network and advertisers.

Fans also raised money to hold a rally in Los Angeles on March 31, 2004, donating the leftover funds to the International Red Cross (Abbott, 2005: 231). This campaign provides a testimony to how invested fans were in the show and to how positively they responded to Whedon's constant

urging towards a more critically engaged fandom. And the series finale nods at the fans activities to save the show, with its theme of not giving up the fight. The uncertain ending of the series, in which Angel, Gunn, Illyria, and Spike are in an alley about to face down a hoard of seemingly undefeatable demons, provides hope for the viewer and celebrates the idea of fighting for what you believe in. Angel's final words, "let's go to work," indicate there is still more to do, and the ending implies that the story will continue, providing a boon to fans who could keep the show alive with their own activities. (*Angel* "Not Fade Away," 2004) Although the fan campaign to save *Angel* was unsuccessful, what the series finale says to fans is that caring enough to try is what is important. Joss Whedon's short-lived series, *Firefly*, inspired similar fan responses, including a fan campaign to save the show that resulted in the movie, *Serenity*.

"You Can't Stop the Signal": *Firefly* and *Serenity* and Fan Culture

By the time Joss Whedon created *Firefly*, his longtime fans had already been educated in how best to approach their fandom. The television series, which aired for less than a season and was mishandled by the Fox network, inspired a great deal of fan devotion. In the documentary, *Done the Impossible: The Fans' Tale of Firefly and Serenity* (2006), several fans attest to how quickly they were mesmerized by the characters on the show and the manner in which the story was told. Many fans discuss how they were immediately drawn to the show because Joss Whedon had created it. Whedon's earlier television series had successfully built up an intelligent and media savvy fan base. While the show wasn't on long enough to establish the same kind of extensive conversation with its fans about their own practices, the fans' involvement in the show indicates how much they had learned from Whedon's earlier work.

What is most remarkable about fan culture in relation to *Firefly* is how large the fan culture became in such a short time and how successful they were in influencing Fox to release the series on DVD and helping to allow Whedon to continue the story in the form of a movie. Fans of the show, more commonly known as "Browncoats," developed a particular community even within the scope of Whedon fan cultures. This community is documented at length in the documentary *Done the Impossible* (2006), in which fans discuss their individual journeys with the series. Many of the fans comment on how they enjoy the show because it doesn't talk down to them, demonstrating a recognition that Whedon expects more from his viewers. The documentary also highlights how those involved with the series, the actors, crew, writers, and producers, also became fans of the series. Whether it is Nathan Fillion talking about how much he loved his role as Malcolm Reynolds on the show and who still tweets about the show and references it quite often in his new series *Castle*, or Adam Baldwin, who played Jayne on the series, tearing up about the cancellation of the series, all of those interviewed in the documentary demonstrate that they were deeply involved in the series and subsequent movie and did not view it as merely a job.

Similarly to the response to *Angel's* cancellation, the Browncoats campaigned for the series to

remain on the air, and once they knew the movie was going to be produced, they began their own gorilla marketing campaigns, blanketing entertainment stores in flyers for the movie and creating websites in support of it. In the ultimate act of fan participation, many of the fans were invited to be extras in the film. Indeed, as Stacy Abbott (2008: 236) argues, “[i]n the case of *Serenity* discourses around the film’s production have . . . blurred the distinction between creator and fan by positioning them as working together to bring their shared vision to the screen and to a bigger audience.” *Serenity*, in many ways, can be seen as a tribute to the fans, and the character, Mr. Universe, serves as a representative of fan practices and engaged participation. The crew of *Serenity* goes to Mr. Universe when they need information because he is a hacker of sorts who can not only read the various signals of the media, but also can broadcast to the entire universe. As Abbott (2008: 236) describes, he is a “classic techno-nerd, [who] controls and monitors the galaxy’s communication networks.” He is the one who deciphers the subliminal message sent to River that triggers her to attack a roomful of bar patrons. And he is the one who has the line “can’t stop the signal,” which became a rallying cry for fans. Mr. Universe can thus be seen as an expression of gratitude towards the fans. But even as the character provides a thank you to the fans, it also highlights Whedon’s continuing desire to educate his fans.

Fans of the series and film often see themselves as fighting against the networks and studios, using the metaphor of the Browncoats provided by the show to express their displeasure with the way in which the series and, to some extent, the film, was handled. In the series and film, the “Browncoats” represent the losing side in a war for unification; their rivals are the Alliance, who won the war and now rule over the entire universe. The fans began to demonize Fox Network and Universal Studios by identifying them as the Alliance. In a direct response to this demonization, Whedon urged a more nuanced reading of his creation, maintaining “the reason I made the Alliance a generally benign, enlightened society was so that I could engage these people in a debate about it” (in Cochran, 2008: 248). Whedon disallows an us vs. them dichotomy, creating a world which is not black and white to which he wants fans to respond with debate rather than certainty, highlighting to fans the necessity of vigilance in their critical interactions with the show. Such an approach is further developed in his webshow, *Dr. Horrible’s Sing-Along Blog*.

“Get a Pic, Do a Blog”: *Dr. Horrible’s Sing-Along Blog* and Fan Culture

As I discussed earlier, *Dr. Horrible’s Sing-Along Blog* was a unique event that capitalized on Whedon’s already established fan cultures in order to make a statement about the television and film industries. And the continuing dialogue with his fans about their critical engagement only served to increase the likelihood that they would approach his new creation with intellect and curiosity. Indeed, without his fans, the success of *Dr. Horrible* and its ability to subvert these industries would have been in danger. More than any of his series, *Dr. Horrible’s Sing-Along Blog* is a direct response to and commentary on participatory fandom and its practices, continuing the conversation with fans about the manner in which they engage with popular culture. In particular, the representation of the groupies and Billy/Dr. Horrible use many conventions of fan cultures.

The depiction of the groupies follows the pattern of Whedon's other creations in that it lightly mocks fan culture. The groupies display their unswaying devotion to Captain Hammer as they sing about how fantastic he is. They have signed photographs from him, a lock of his hair, and t-shirts with his face on them. At one point, they tell him, "we do the weird stuff," and they sit in the audience gazing at him admiringly when he announces the opening of the new homeless shelter (*Dr. Horrible* 2008). The groupies never question Captain Hammer's motives or seem to notice his inability to speak eloquently; they admire him unquestioningly, until Dr. Horrible gains the upper hand. Quickly, they shift their loyalties to Dr. Horrible and hold up photographs of him, wearing his trademark goggles and t-shirts with his face on them. These groupies represent fans that lack the critical engagement to read beyond the surface, who are willing to follow any fad. Such fans can be contrasted to the increasingly loyal and intelligent fans that Whedon had developed.

Billy/Dr. Horrible also employs some of the conventions of fan culture. He notably doesn't belong, something that many fans identify with, and he is computer-savvy, keeping a blog to detail his exploits as a Dr. Horrible. He even has his own fans who send him e-mail, which he answers on his video blog. He encourages a sort of community and wants to join the Evil League of Evil so that he is a part of something bigger and more important. He also encourages others to participate in the online community, telling people to "get a pic, do a blog," indicating that participation is how change happens (*Dr. Horrible* 2008). While Billy admittedly demonstrates some of the negative stereotypes of fans, such as being nerdy and awkward, he does eventually become more confident with Penny and succeeds in his own plans, nefarious though they are, to be a super-villain. Even though his story ends tragically, Billy/Dr. Horrible provides an example to fans of how to participate in fan culture *and* live the story of their own lives. Billy is a huge fan of Bad Horse, but he doesn't just content himself in that fandom; he seeks out ways to emulate Bad Horse and develops his own approach to achieving those goals.

Beyond this commentary on fan culture within the show itself, the commentary provided on the DVD of *Dr. Horrible's Sing-Along Blog* further develops Whedon's response to his fans. There are two commentaries on the DVD, one is the usual kind of commentary where the show's actors, writers, and director discuss the background of the making of the show, but the other is "Commentary: The Musical." Again, demonstrating his well-honed savvy about fan culture, Whedon capitalizes on fan practices, like filking, by creating such a commentary. In "Commentary: The Musical," (2008) the actors and writers sing a variety of songs in relation to the show. Joss Whedon's musical number presents further discussion of his response to the fans. His song, "Heart, Broken," is about how people respond to his work. He sings, "now we pick pick pick it apart. Open it up to find the tick tick tick of the heart." ("Commentary: The Musical" 2008) The song highlights his concern over those who seek to appropriate his work and impart to it ideas he had not intended and betrays his discomfort with the "bring your own subtext" theory that he presented early on to fans. His cohorts respond to him in the song, "without these things you spit upon, you'd find your fame and fan base gone," highlighting a productive tension between Whedon's desire to communicate ideas through his show that encourage his viewers to think

thoughtfully about the world around them, and his desire to let fans play with his creations in order to participate more fully (“Commentary: The Musical” 2008). *Dr. Horrible’s Sing-Along Blog’s* success reveals how this tension between Whedon’s ideas and the fan’s response can help to create a particularly critical and active fan community that not only debates the numerous issues raised on Whedon’s shows, but also brings their own perspective to such debates.

“With Hope, You Can Do Your Part”: Conclusions

In an interview in the documentary *Done the Impossible* (2006), Whedon pays tribute to his legions of fans, commenting on how they frequently raise money for charities, “[t]hey’re better people than I am, which is a little annoying. The fact of the matter is that’s always been a side of who these fans are that their first instinct would be to raise enough money to do what they needed and then do something right with it.” He continues, “I’m not saying that it’s something Mal [from *Firefly*] would have done, but it is something that I think shows enormous character, and I like to think is something we helped build together. The unity that they get from the show and from each brings out the best in them, which, as you can see is pretty extraordinary” (in *Done the Impossible*, 2006). His idea that they built this community together indicates the high expectations he has of his fans. He doesn’t write down to them or give them easy answers; rather, he challenges them with shows that depict difficult situations and ethical dilemmas that often do not have an answer at all. He also challenges their own practices by holding up a mirror to typical fan responses, pushing fans towards a more educated and critical connection to his work. Whedon dwells in the gray areas in his creations and invites his fans into those areas so that they, too, can grapple with complex dilemmas. As someone who greatly admires teachers and who once said his dream job was to be a teacher, he educates his viewers in how to treat one another better, how to become more critically engaged as fans, and how to approach living in a difficult world in which almost no one feels like they belong.

Works Cited

- Abbott, Stacey. (2008) “Can’t Stop the Signal’: The Resurrection/Regeneration of *Serenity*,’ in Wilcox, R and Cochran, T (ed.) *Investigating Firefly: Science Fiction on the Frontier*, London: I.B. Tauris. pp. 227-38.
- . (2005) “We’ll Follow *Angel* to Hell . . . or Another Network’: The Fan Response to the End of *Angel*,’ in Abbott, S. (ed.) *Reading Angel: The TV Spin-Off with a Soul*. London: I.B. Tauris. pp. 230-6.
- Angel*. (1999-2004). Creators Joss Whedon and David Greenwalt. Perf. David Boreanaz, Charisma Carpenter, Alexis Denisof, J. August Richards, Andy Hallett, and Amy Acker. Warner Brothers.

PREVIOUSLY ON

- Buffy the Vampire Slayer*. (1997-2003). Creator Joss Whedon. Perf. Sarah Michelle Gellar, Anthony Stewart Head, Alyson Hannigan, and Nicholas Brendan. Warner Brothers. 1997-2001. UPN. 2001-2003.
- Carroll, Shiloh. (2009) 'Psychology of a 'Superstar': A Psychological Analysis of Jonathan Levinson,' *Slayage*, vol. 7, no. 4, Summer, 12 pars.
- Cochran, Tanya. (2008) 'The Browncoats Are Coming! *Firefly*, *Serenity*, and Fan Activism' in Wilcox, R. and Cochran, T. (ed.). *Investigating Firefly: Science Fiction on the Frontier*, London: I.B. Tauris. pp. 239-49.
- "Commentary: The Musical" (2008), in *Dr. Horrible's Sing-Along Blog*. Mutant Enemy. DVD.
- Done the Impossible: The Fans' Tale of Firefly & Serenity*. (2006). Dir. And prod. Brian Wider et al. Rivetal. DVD.
- Dr. Horrible's Sing-Along Blog*. (2008) Writ. Maurissa Tancharoen, Jed Whedon, Joss Whedon, Zack Whedon. Dir. Joss Whedon. Perf. Neil Patrick Harris, Nathan Fillion, and Felicia Day. Mutant Enemy. DVD.
- Eide, Marian. (2002) *Ethical Joyce*. London: Cambridge UP.
- Espenson, Jane. (2006) 'Superstar' Commentary. *Buffy the Vampire Slayer: The Complete Fourth Season*. WB Television Network. DVD.
- Firefly: The Complete Series*. (2002) Creator Joss Whedon. Mutant Enemy/20th Century Fox. DVD.
- Hills, Matt. (2002) *Fan Cultures*. London: Routledge.
- Jenkins, Henry. (1992) *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Kociemba, David. (2009) "Fake it Till You Make It': Understanding Media Addiction in *Buffy the Vampire Slayer*,' in Kirby-Diaz, M (ed.) *Buffy and Angel Conquer the Internet: Essays on Online Fandom*. Jefferson, NC: McFarland. pp. 127-46.
- . (2006) "Over-identify Much?': Passion, 'Passion,' and the Author-Audience Feedback Loop in *Buffy the Vampire Slayer*. ' *Slayage*, vol. 5, no. 3, February, 39 pars.
- Kushner, David. (2009). 'Revolt of a TV Genius.' *Rolling Stone*, vol. 1072, pp. 38-9.
- Larbalestier, Justine. (2002) '*Buffy's* Mary Sue is Jonathan: *Buffy* Acknowledges the Fans,' in Wilcox, R and Lavery, D. (ed.) *Fighting the Forces: What's At Stake in Buffy the Vampire Slayer*. New York: Rowman and Littlefield. pp. 227-38.
- Serenity*. (2005) Writ. and dir. Joss Whedon. Perf. Nathan Fillion, Summer Glau, and Chiwetel Ejiofor. DVD. Mutant Enemy/Universal.

PREVIOUSLY ON

- Stenger, Josh (2006) "The Clothes Make the Fan: Fashion and Online Fandom When *Buffy the Vampire Slayer* Goes to Ebay," *Cinema Journal*, vol. 45, pp. 26-44.
- Walters, Ben. (2009). "Dr. Horrible's Sing-Along Blog," *Film Quarterly*, vol. 62, no. 3, pp. 66-7.
- Whedon, Joss. (2002) "Welcome to the Hellmouth" Commentary. *Buffy the Vampire Slayer: The Complete First Season*. WB Television Network. DVD.
- . (2008) 'A Letter from Joss Whedon,' [Online], Available: <http://drhorrible.com/plan.html> [15 November 2010]

V. Narratives.

Realidad y ficción como elementos intercambiables en la creación de los mundos posibles televisivos. El caso de la serie *Life on Mars*

M^a Ángeles Martínez García

Configuración de los mundos posibles de *Life on Mars*

La serie *Life on Mars* es una serie de televisión emitida en Gran Bretaña por la cadena BBC One en los años 2006 y 2007. Aclamada por la crítica y el público, fue galardonada con un Emmy y un Bafta como mejor serie dramática de la televisión británica. La acción sitúa al espectador en la ciudad de Manchester en el año 2006; el protagonista, Sam Tyler (John Simm) sufre un accidente de coche y queda inconsciente. Despierta, incomprensiblemente para él, en el mismo lugar pero con una diferencia de treinta y tres años, es decir, en 1973. A partir de este momento, la serie centra su trama en dos aspectos: por una parte, Sam se incorpora al día a día de la comisaría bajo las órdenes del inspector de policía Gene Hunt (Philip Glenister), intentando adaptarse a las costumbres de la época. Por otro lado, Sam vive en una obsesión constante por encontrar una explicación a lo que le ha ocurrido, convencido de que esto le devolverá al año 2006; de hecho, cada capítulo comienza con un monólogo del propio Sam en el que dice “Mi nombre es Sam Tyler. Tuve un accidente y desperté en 1973. ¿Estoy loco, en coma o he viajado en el tiempo?”.

Desde este punto de partida arranca una serie televisiva que mezcla dos mundos posibles aparentemente antagónicos, sobre todo para el protagonista. La noción de mundo posible se basa en una concepción del universo que contempla la existencia de diversos mundos alternativos entre sí. Al contrario de lo que se ha pensado durante años, no es un ámbito privativo de la filosofía o de la ciencia sino que, a pesar de iniciarse en una serie de parcelas concretas, poco a poco se ha ido extendiendo a otros campos hasta convertirse en una red interdisciplinaria en continua expansión. De hecho, constituye para nosotros una herramienta de estudio idónea para el audiovisual. Un mundo posible es un microcosmos, es decir, un conjunto complejo de seres y estados que encierran en ellos mismos unas leyes determinadas que los sustentan y que puede actualizarse o no en la realidad efectiva. De este modo, cabría hablar de mundo efectivo en el que habitan los seres humanos y de mundo de construcción del hombre, por ejemplo, a nivel artístico.

Sabemos que los mundos posibles no son verídicos, pero son vividos y validados como realidades. Son el resultado de una interacción cooperativa y creativa entre el enunciador que lo describe y el enunciatario que lo interpreta. Es algo que no es efectivo pero que existe, a su manera. La realidad, la nuestra, se convierte así en una realidad junto a las otras, con la única diferencia de que esa existe para nosotros de manera tangible. Esta consideración es fundamental para dilucidar entre lo verdadero y lo falso y nos ayudará a comprender la divergencia de actitudes del espectador y del protagonista de la serie *Life on Mars*.

La teoría de los mundos posibles propone un acercamiento distinto y abierto a los discursos audiovisuales, ya que infinidad de mundos cobran o pueden cobrar existencia en la medida en que son accesibles por la mente humana. Según esta teoría, aquello que ontológicamente es imposible, pasa a ser posible como construcción de mundo fundamentada en un texto audiovisual. Partiendo de esta premisa, los mundos posibles deben cumplir una serie de características esenciales; una de las más importantes es la verosimilitud.

La noción de **verosímil** va más allá de la diferencia que se pueda establecer entre ficción / realidad o falso /verdadero, ya que parte de la idea de que la realidad que instaura, por ejemplo, un mundo ficcional, no tiene por qué ser de naturaleza similar a la del mundo que nos rodea (Pujante Sánchez, 1992, p. 31). Además, hay que tener en cuenta el momento histórico y la cultura en que esté inserto a la hora de definirlo, ya que puede variar de una a otra. Constituye la columna vertebral de la ficción artística, ya que engloba a la totalidad del arte, yendo incluso más allá de él. Aristóteles establecía la siguiente definición al respecto: “lo imposible verosímil es preferible a lo posible no creíble” (Aristóteles y Horacio, 1982, p. 111). Fue el primer autor conocido que expuso una amplia teoría del verosímil como condición indispensable para la composición de los hechos artísticos; su teoría se centraba, en primer lugar, en reconocer la necesidad del artista de contar cosas verosímiles, apostando siempre por lo necesario, donde lo convincente imposible es preferible a lo posible que no convence (*Ibidem*, 117). El discurso artístico pasa, pues, a ser verdadero cuando es verosímil, o lo que es lo mismo, construido de manera coherente; desde Aristóteles los diversos autores que tratan de definir el concepto no llevan a cabo muchos avances al respecto.

La categoría de verosímil se da cuando surge la posibilidad abierta por la composición de los hechos de la obra artística, es un mecanismo para crear ilusión de realidad. Este concepto es considerado como productor de unidad y alude a lo “posible según la coherencia interna del mundo creado por el poeta, conforme a unos principios de armonía y unidad” (Pujante Sánchez, 1992, p. 55). De esta forma, a los textos audiovisuales no cabe pedirles cuenta de la fidelidad a una historia que ha tenido lugar fuera del elemento de la representación que lo sustenta, sino sólo verosimilitud respecto al soporte que les da la existencia (Villanueva, 1994, p. 160). Por lo tanto, el placer estético que experimenta el receptor no tiene nada que ver con la fidelidad a un original externo, sino más bien con la construcción coherente del producto, el cual posee un sentido pleno de forma independiente. La ficción, por tanto, se encuentra muy unida al término *inventio*, que C.Segre (1985, p. 247) define como la “capacidad de encontrar argumentos verdaderos o verosímiles que hagan convincente la causa”.

En la serie *Life on Mars* se dan dos actitudes muy diferentes, precisamente derivadas del punto de vista que adoptan las diversas partes. El espectador se acerca al producto y lo evalúa desde la consideración de “texto ficcional”; de esta forma, tanto el mundo posible de 2006 como el de 1973 se presentan para él como verosímiles. No obstante, el protagonista, Sam Tyler, piensa que el mundo de 2006 es verosímil, tiene sentido completo; frente al mundo posible de 1973, que él sí evalúa respecto a otro modelo, el de 2006. Esta segunda realidad no resulta, en un

principio, verosímil para el personaje.

Tras siglos de controversia respecto a este tema, en la actualidad el interés se centra más bien en las estrategias de enunciación; es más interesante comprender cómo el texto hace que el receptor crea que algo es verdadero que la verificación misma del discurso. No es significativa la correspondencia, sino la vinculación de unos enunciados con otros y deja de ser imprescindible buscar la referencia en el mundo (Eco, 1999, p. 298).

Las dos características principales de un texto verosímil son la coherencia y la **credibilidad**. Esta última incluye en su propia acepción el componente pragmático, es decir, la acción del enunciatario, que realiza el pacto sin el cual el discurso audiovisual no constituiría realmente mundo. El microcosmos creado debe ser creíble, es decir, debe haber sido construido eficazmente de tal manera que sus “cimientos” soporten el “salto estético” que lleva a cabo el receptor. En el caso que nos ocupa, trataremos este tema – por estar profundamente unido al del acceso a los mundos posibles – en el siguiente apartado.

Respecto a la **coherencia**, este concepto entraña elementos de enlace, de entramado entre las partes (Lozano, Peña Marín y Abril, 1999, p. 19). No obstante, para nosotros nos resultará más interesante la ausencia de contradicción que la no conexión entre las partes. La coherencia tiene que ver con la interpretación de cada parte del discurso, a su vez relacionada con la interpretación de otras partes adyacentes. Se refiere, más bien, a la congruencia del texto, lo que acerca este concepto al de cohesión. Horacio (1982, pp. 123-124) atribuía a la obra de arte la coherencia como su característica primera e indispensable, entendida como unidad temática y armonía de sus partes. Precisamente la interdependencia de elementos es mucho más compleja que la simple contigüidad, aunque surja de esta (Bozal, 1970, p. 134). T. A. van Dijk (1998, pp. 219-221) apuesta por una coherencia pragmática, otorgada por el receptor y basada en su comprensión e interpretación. Es la que Bozal (1970, p. 248) denomina *coherencia del tercer nivel*, por la que cada elemento debe estar en función de su valor significativo y que estos valores no se anulen ni en la consideración por sí mismos ni en la relación que se establece entre ellos.

El acceso a los mundos posibles de *Life on Mars*

Para entender el hecho de que Sam y el espectador cataloguen como verosímiles o no verosímiles los mundos de 2006 y 1973 hay que analizar dos factores fundamentales. Por una parte, el tránsito que ambos hacen por esos mundos; por otra parte, el pacto que establecen con esas realidades. Antes de desarrollar ambos factores, habría que aludir a que los dos están determinados por un concepto: la **competencia**. Esta es fundamental para cualquier acercamiento a un discurso. A grandes rasgos, podría definirse como la posibilidad de actuar del sujeto (Bal, 2001, p. 41). Se trata de una serie de conocimientos y aptitudes que un individuo necesita para acceder a todos los sistemas de sentido a su alcance como miembro de una comunidad sociocultural. Se trata de un “dominio o habilidad cuya determinación concreta viene

condicionada por factores sociológicos, históricos, estéticos, etc.” (Pozuelo Yvancos, 1994, p. 67). Según A. J. Greimas y J. Courtés (1991, p. 68) la competencia es lo que “hace ser” y para que tenga lugar una actuación se requiere como condición necesaria una competencia, un saber – hacer, algo que hace posible el hacer.

El concepto de competencia es crucial para el proceso de comunicación en general y el artístico en particular, ya que puede producirse un salto entre las formas que genera el enunciador y las que interpreta el enunciatario que se derive de las diferencias en cuanto a competencia discursiva de ambas instancias. Respecto a la serie que nos ocupa, se produce, en efecto, esa diferencia en el ámbito de la competencia. En primer lugar, el espectador, aparece como la figura “más competente”, en el sentido de que comprende prácticamente desde el primer minuto lo que ha ocurrido a Sam: ha tenido un accidente y está en coma. Este estado le ha llevado a habitar un mundo en su cabeza, el de 1973. El espectador se sitúa, además, en una posición desde la que interpretar este discurso audiovisual: lo acomete como ficción y no como un discurso ligado a su realidad efectiva. No obstante, Sam no dispone de la competencia necesaria para saber lo que le ha ocurrido. Al ser parte de la ficción, vive el discurso audiovisual como “su” realidad efectiva, de tal modo que su principal preocupación es dilucidar entre ficción y realidad. Por otra parte, la competencia de Sam es mayor que la de sus compañeros de 1973, ya que dispone, por ejemplo, de conocimientos acerca de la sociedad futura o, ciñéndonos al ámbito policial, procedimientos para llevar a cabo las investigaciones de forma mucho más precisa.

Ahora bien, ¿cómo se desenvuelven ambas entidades – espectador y personaje – en esas realidades? Respecto al **tránsito por esos mundos**, aplicaremos la diferenciación que establece J. Pericot (2002, pp. 74 – 80) entre acceso lineal, simultáneo o habitar en un mundo en el que existen diversos submundos.

En el caso del espectador, este se plantea desde el tercer supuesto: habita un mundo con diversos submundos.

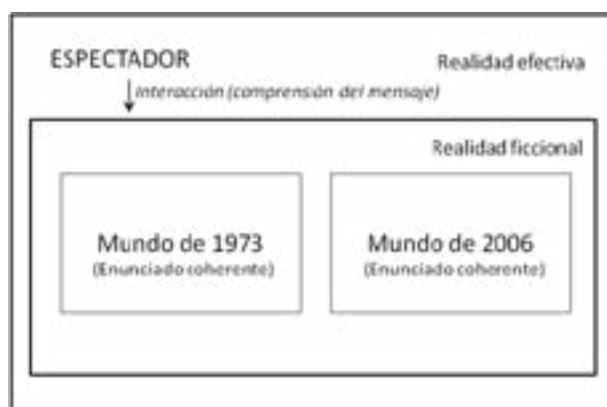


Figura 1: Tránsito del espectador por los mundos posibles.

Como se aprecia en la figura 1, el espectador va entrando en los mundos posibles que se le proponen, tanto el de 1973 como el de 2006. En cada uno de ellos rige una lógica determinada y no hay una combinación entre las diversas normas. En este caso, el espectador no abandona

PREVIOUSLY ON

nunca el mundo posible primero, es decir, el de la realidad efectiva. De esta forma, el receptor no vive una situación traumática porque siempre se sitúa en el mundo “real” para desde ahí, interactuar con el mundo posible de la ficción. Este, a pesar de exponer a su vez varios mundos posibles (1973 y 2006) a modo de muñecas rusas, se separa claramente del mundo de la realidad efectiva, con lo cual la relación no es en absoluto problemática.

En el caso de Sam Tyler, se dan dos supuestos: transita uno a uno y también vive simultáneamente varios mundos.

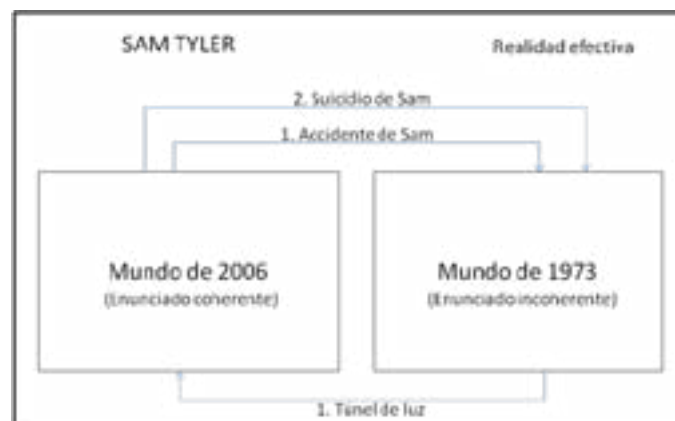


Figura 2: Tránsito de Sam Tyler por los mundos posibles.

El protagonista efectúa, por una parte, un tránsito *lineal*. Como se ve en la figura 2, en primer lugar se sitúa en el mundo posible de 2006, del cual pasará al mundo posible de 1973 debido al accidente de tráfico. La vuelta a 2006 se producirá prácticamente al final de la serie, cuando el personaje atraviesa el túnel de luz, aunque todavía existirá una vuelta de tuerca más: Sam se suicida al precipitarse desde lo alto de un edificio y eso supone su vuelta al mundo de 1973. Como puede apreciarse, los saltos que se producen desde 2006 al supuesto pasado están siempre asociados a valores negativos: accidente en el primer caso y suicidio en el segundo. Sin embargo, el salto de 1973 al presente es la vuelta de Sam a la realidad y se asocia a la luz, a valores más positivos.

De esta forma, se vive siempre en un mundo posible y se va pasando linealmente de uno a otro. Cada uno de ellos es un lugar posible en el que podría habitar el personaje, con otros seres y estados con los que tendrá que convivir y que le prometen un futuro de nuevas posibilidades. Como se encadena un mundo posible con otro, el personaje va experimentando realidades diferentes en las que los elementos y comportamientos permisibles en uno de ellos a menudo son contrapuestos con los que son posibles en otros. Este es el sentimiento que experimenta Sam Tyler cuando llega a la comisaría dirigida por Gene Hunt y tiene que convivir con los modos de desenvolverse de este y todo su personal. Se trata de un nuevo mundo posible, de valores totalmente invertidos a los que él ha vivido en 2006. El personaje se esfuerza por comprender y adaptarse a las lógicas que lo rigen.

El principal problema es que los elementos y comportamientos permitidos en uno de los mundos posibles a menudo se contradicen con los que son posibles en otros, como ya se ha comentado.

Por ejemplo, en los primeros minutos de la serie Sam ha detenido a un sospechoso de asesinato y lo convoca a un interrogatorio. Las técnicas empleadas destacan por su minuciosidad: Sam pone la cinta a grabar, deja el bolígrafo, mira su reloj, dice “El interrogatorio comienza a las once y diecinueve de la mañana, el sospechoso dirá su nombre”, aparecen imágenes de una cámara de vídeo que también registra lo que ocurre. Sam continúa “Están presentes el abogado, el psiquiatra y el asistente social del sospechoso”. Luego pasa a la muestra de fotografías, se enseña un retrato robot y pruebas aisladas en una bolsa y se aportan citas literales del diario de la fallecida con fechas, horas, etc. Las personas que acompañan al sospechoso se encargan de aclarar que a la hora y el día del crimen, no se encontraba en el lugar de los hechos. Esto sirve a Sam para descartar posibles pruebas y dar un giro a su investigación. Su única pista a partir de entonces serán las fibras encontradas en las uñas de la víctima.

Este caso, que en un principio podría parecer arbitrario para el espectador, sirve para en el mismo capítulo, contrastar con las técnicas que aplican los investigadores de 1973 y que supondrán el primer motivo para que Sam no encaje las normas de ese mundo posible del que ha pasado a formar parte. Cuando Gene Hunt deja a Sam “al mando” de la investigación de la chica encontrada muerta en el primer capítulo, empieza a dirigir las actuaciones: utiliza términos como “escenario del crimen” – desconocido para el resto, que pregunta si se refiere a “¿Dónde se encontró?” –, “acordonar la zona” – en este caso, el cuerpo se ha llevado directamente al depósito –, “obtener huellas” – ellos no entienden cómo se podrían obtener huellas de la piel. Los oficiales comentan que los resultados de unas pruebas llegarán en quince días, con lo cual a nivel temporal tampoco coincide con los procedimientos tradicionales de Sam. Los oficiales usan las bromas para hablar de posibles testigos y sospechosos y se basan en la intuición para descartar a ciertas personas. Además, fuman a todas horas, frente a las víctimas, contaminando las pruebas. Cuando Sam pide que Chris Skelton (Marshall Lancaster), uno de los suboficiales, mire lo que la víctima tenía en el estómago, este levanta la sábana que cubre a la chica en lugar de mirar el informe del forense.

Otros procedimientos, extraños para Sam en un primer momento que poco a poco se convertirán en casi familiares para él son, por ejemplo: el lugar donde se interroga a sospechosos y testigos, que es la “sala de objetos perdidos”, interrogatorios sin presencia de abogado alguno, sin contar con los abusos de Gene Hunt y sus subordinados a todos los interrogados.

Sam no puede asimilar esa forma de actuar, cree que debe superarlo y se niega a aceptar que esté ahí. Constantemente pide “despertar” y se golpea la cabeza preguntándose si ha perdido el juicio. Esto entronca con la idea del tránsito por los mundos posibles de forma *simultánea*; Sam pasaría a ser entonces *Sam in Wonderland*, en el sentido de que, como Alicia, se encuentra de repente sumida en una mezcla caótica de mundos distintos. Aunque aparentemente esto no sea así – nos encontramos con que el protagonista pasa de 2006 a 1973 de forma estable – se dan dos hechos fundamentales para entenderlo de esa manera. Por una parte, Sam está continuamente evaluando el mundo de 1973 desde las normas de 2006 y, de algún modo, sigue manteniendo vivo ese mundo del futuro. Sam hace alusión constantemente, sobre todo

en los primeros capítulos, a elementos de su mundo posible. Le pregunta al policía que lo encuentra tras el accidente “¿Dónde está mi móvil?”; cuando llega a su nueva comisaría de policía pregunta por su PC a lo que, por supuesto, los compañeros responden como si estuviera loco. De igual forma, a Sam le cuesta entender el tipo de cuidados tan precarios que recibe una compañera herida de bala cuando va a ser trasladada de urgencia al hospital (capítulo 2): no existe el suero, ni se practican primeros auxilios, además de la ausencia de personal médico en el traslado. En ese mismo capítulo Sam promete al testigo protección tras un cristal especial en la identificación de un posible asesino, algo que, por supuesto, no existe y se encara a este con los sospechosos.

La serie también está plagada de “guiños” al espectador competente que, aun a sabiendas de que se trata de un texto de ficción, sí que compara ese mundo de 1973 con una realidad social, cultural, política de 2006 – con las mismas normas que la “nuestra”. Por ejemplo, Sam alude a colgar el televisor en el pub para ver los partidos de fútbol (capítulo 4), a personajes conocidos como Mike Tyson (capítulo 7) y Margaret Thatcher (capítulo 9), al IRA y sus métodos en los atentados (capítulo 11) y a la heroína, una droga todavía desconocida en 1973 (capítulo 14). Hay otros elementos que, aunque Sam no aluda a ellos directamente, sí que son significativos para el espectador; por ejemplo, Gene fuma en la misma habitación de una paciente en coma (capítulo 2) y luego pisa la colilla de su cigarrillo allí mismo.

Por otro lado, hay que señalar las “llamadas del futuro” que recibe Sam. El mundo de 2006 irrumpe constantemente en el de 1973 a través de los medios de comunicación y otras formas. Los límites entre realidad y ficción aparecen marcados para el protagonista por el uso constante que se hace de estas “puertas” o “canales” que se abren exclusivamente para Sam – el resto de los personajes permanece ajeno a tales acontecimientos – y le ofrecen información de su estado, aparentemente en coma.

Los medios de comunicación constituyen un elemento crucial en la comunicación de Sam con su mundo de 2006. En el capítulo 1, el físico que habla en televisión cuando Sam se encuentra en un estado de duermevela, habla de la salud de Sam. Parece un médico “al otro lado” pero Sam, que responde a los estímulos de él, está de algún modo atrapado en esa otra realidad de 1973. Historias similares se repiten en otros capítulos, hasta el punto de que el protagonista intenta arreglar el aparato receptor que tiene en casa estropeado (capítulo 12), porque realmente lo considera como un medio de comunicación con su mundo “real”. A través de la televisión se comunica con Sam su madre, que lo alienta a ser fuerte y seguir adelante (capítulo 4), tiene las visiones confusas de un bosque y una persecución – que finalmente en el último capítulo de la primera temporada se desvelará como un recuerdo de la infancia de Sam – (capítulo 8), el asesino que intenta desconectarlo mientras está en coma (capítulo 9), las enfermeras que lo animan a seguir adelante (capítulo 9), la tía Heather (capítulo 12) y a sus propios compañeros resolviendo un caso mientras él está enfermo (capítulo 13). A través de la radio Sam también recibe los más variados mensajes: voces de médicos comentando su estado crítico (capítulo 2, 8, 11 y 16), familiares y amigos que lo animan a seguir (capítulo 3), su madre que comenta

su estado cerebral (capítulo 6) y personal sanitario que grita su nombre (capítulo 7). Uno de los medios más inquietantes para Sam – también para el espectador – será el teléfono. Sam recibe llamadas de muy diversa índole. En la primera temporada, serán llamadas en las que se comente el estado de Sam (capítulo 6), mientras que en la segunda serán de carácter interactivo, en el sentido de que se comunican con Sam directamente. Por ejemplo, le comentan que el trabajo está hecho y debe seguir adelante (capítulo 9), que ha dado signos de actividad cerebral (capítulo 11), voces pidiendo ayuda (capítulo 15) y finalmente, en los dos últimos capítulos será Frank Morgan quien le hable de la “operación”.

Al principio de la serie aparece también un supuesto médico ante Sam que le dice que está en coma y que debe luchar para despertar. Sam encuentra fuerzas para volver a 2006 ante esta declaración, pero Annie rompe esa ilusión al decirle que era todo una broma de su novio. Sin embargo, se sucederán también episodios en los que el protagonista oirá voces, pitidos, señales, etc. procedentes de su mundo de 2006. Por ejemplo, en el capítulo 2, cuando va a visitar a una compañera herida y se cierran las puertas de la habitación, vive una experiencia “sobrenatural” en cierto sentido y escucha a las enfermeras y médicos, que lo están salvando de una muerte segura. En el capítulo 4 también se producen alucinaciones, como las palabras que se oyen de sus propios compañeros. Los capítulos 5, 6, 7, 8, 9, 13 y 14 también recogen los pitidos que Sam oye en su cabeza mientras el personal sanitario lo atiende.

De este modo, el espectador se encuentra a un protagonista al que su subconsciente reconoce rápidamente como similar al de Alicia en su País de las Maravillas, lo que constituye un mecanismo de conexión con el espectador a través de una historia arquetípica que entronca perfectamente con el imaginario colectivo y ayuda a que la idea llegue de la forma más directa al receptor. De hecho, Gene Hunt ofrece a Sam el libro *Alicia en el País de las Maravillas* (capítulo 8), como guiño al espectador y también al protagonista, ya que este libro era frecuentemente leído a Sam de niño por su padre.

Esta idea viene reforzada de forma muy contundente por parte de los creadores gracias a la banda sonora de la serie que, además, le da nombre. El título de la serie, *Life on Mars*, hace referencia a una canción de David Bowie de los años setenta, que se hizo entonces muy famosa y estuvo en las listas de éxitos del Reino Unido durante tres meses. Está presente en los momentos clave de la serie tales como durante el accidente que sufre Sam o cuando aparece su alter ego en 1973 en ese mismo lugar; además, también puede escucharse en el capítulo final de las dos temporadas. La letra de la canción reúne una serie de escenas que muchos han calificado como “surrealistas”, aglutinadas en una de las composiciones musicales más complejas de todos los tiempos. Según el propio Bowie, la letra de la canción hace referencia al malestar de una chica con su propia realidad; ella sabe que hay otro mundo posible en algún lugar y lo que le provoca mayor desagrado es no poder acceder a él. De esta forma, la canción se convierte en la columna vertebral de la serie y alude al tema principal de la ficción audiovisual: la incompreensión de Sam y su búsqueda de medios para volver a su mundo de 2006. Realmente, es como si el protagonista se hubiese trasladado a otro planeta.

La materialización más evidente del conflicto que Sam mantiene con las actitudes de 1973 se da a través de la relación entre Sam y Gene Hunt, su superior en 1973. Es algo parecido al Dr. Jekyll y Mr. Hyde: Sam se identificaría con el Dr. Jekyll, siempre desde su papel de policía bondadoso, mientras que Gene se identificaría con Mr. Hyde, a modo de *alter ego* de Sam desde su personaje de policía malvado. De este modo, queda incorporada en la historia la dualidad del bien y del mal del ser humano; con esa doble vertiente se materializa que la conciencia de cada ser humano se compone de dos aspectos, el bien y el mal, que están enzarzados en una lucha continua. Gene sería la encarnación de la parte malvada de Sam. Esto se manifiesta en la forma de trabajar de ambos. Por ejemplo, en el interrogatorio al sospechoso del capítulo 2, Sam y Gene interpretan los papeles e “poli bueno – poli malo”: Sam lleva a cabo un proceso “formal”, distante, neutro, mientras Gene se levanta, agrade al acusado, le grita y usa mentiras para sonsacarle información. Ambos discuten, sobre todo al principio de la serie, sobre los métodos de investigación de cada uno: Gene culpa a Sam de la herida de una compañera por no haber tratado al acusado con sus métodos, incluso llegan a enzarzarse en una pelea frente a la herida. Las peleas entre ambos personajes se convierten en uno de los rasgos distintivos de la serie y los dos se acaban convirtiendo en imprescindibles el uno para el otro. Frente a expresiones de Gene “Ponlo todo patas arriba”, Sam aporta el “Busca pistas. No hay nada más satisfactorio que un proceso de investigación minucioso”.

No obstante, esa dualidad que aparece tan profundamente marcada cuando Sam llega a 1973 poco a poco se irá volviendo más relativa y el protagonista irá recuperando una cierta inclinación por aspectos menos “formales”. Hay que tener en cuenta que, cuando Sam todavía se encuentra en 2006, al principio de la serie, su compañera Maya le insta a no tener en cuenta el informe psiquiátrico del sospechoso y a presionarlo de alguna forma, a lo que el protagonista se niega. Ella le recuerda que antes creía en las intuiciones, con lo cual deducimos que el personaje ha sufrido una evolución en su vida. Esta idea se ve reforzada por un comentario de Sam a Maya: “Mira a tu alrededor ¿De qué sirven las impresiones aquí?”. Sam se ha vuelto frío y calculador en su vida diaria, es un personaje que siempre puede eludir sus sentimientos; en cierto modo, es un ser reprimido. Sam y Gene llegan a un pacto: el primero se fía de la intuición del segundo y el inspector jefe accede a escuchar las grabaciones y buscar las pistas. Frente a los primeros capítulos en los que Sam intentaba detener a Gene cuando pegaba a los sospechosos y testigos, hay capítulos cercanos al final, por ejemplo, el 14, en los que Sam permite la coacción de su superior. Se acaban convirtiendo en un equipo equilibrado y Sam, cuando Gene es acusado de homicidio (capítulo 15), confía en la inocencia de Gene, convencido de su integridad.

El viaje a 1973 supondrá para Sam en primer lugar, un conflicto – que en realidad llevará a cabo consigo mismo y con su forma de ser. 2006 no ha podido sacar lo mejor de él; no obstante, 1973 se encargará de humanizarlo y para ello lo colocará en una posición inferior – inspector de policía – frente a Gene Hunt, su alter ego e inspector jefe. A lo largo del desarrollo de la serie, Sam añadirá lo mejor de sí mismo a esta época: su minuciosidad y objetividad a la investigación científica. Para ello, enseña sus métodos a Chris Skelton, un suboficial ávido de conocimiento: le enseña cómo hacer una lista de sospechosos, a repartir fotografías de posibles asesinos, a

recoger huellas de la forma más minuciosa posible en el lugar del crimen, a hacer la toma de muestras, a construir un perfil criminológico, toma de huellas dactilares, etc. En la identificación de testigos, propone unas luces en las caras de los sospechosos para proteger al testigo (capítulo 2). En los interrogatorios, Sam introduce una grabadora (capítulo 3) para recoger datos concretos: la hora exacta, las personas que están presentes, etc. También incluyó el concepto de vigilancia (capítulo 4): recabar información y pasarla a los informes, además de la toma de fotografías desde el coche de posibles sospechosos y escucha con micrófonos ocultos.

El **pacto de ficción**, al igual que el juego, parte de una doble conducta; cuando el receptor se acerca a una realidad ficcional acepta como aserciones auténticas las que se le cuentan en ella, ya que el discurso de un relato es siempre una organización fruto de una convención que se propone como verdadera (Pozuelo Yvancos, 1994, p. 233). De igual forma, se produce una desconexión total entre esa realidad del texto y la realidad efectiva. El juego es la clave para ese punto intermedio entre la actitud del emisor y la del receptor, y la regla principal para este último consiste en suspender las condiciones de verdad que tienen que ver con el mundo en que se desenvuelve el receptor al margen del discurso. Esto es lo que se llama “suspensión de la incredulidad” o “suspensión del descreimiento” y supone dejar de lado alguno o todos los juicios que gobiernan en nuestra realidad efectiva a favor de los que se establecen en el mundo posible textual. Como dice Martínez Bonati (1992, p. 116) cuando “seguimos el curso de acontecimientos ficticios, suspendemos a veces nuestras expectativas ordinarias acerca de la naturaleza general de las cosas del mundo”. No se pide una verificación, sino que el relato corresponda a una perspectiva que se puede imaginar como correcta, “verdadera para la experiencia imaginable” (Bruner, 1988, p. 61).

El pacto de ficción se basa en un contrato mediante el cual se define el objeto en cuestión como verdadero y a partir de ese momento el receptor respeta las condiciones de emisión y recepción que propone el discurso (Pozuelo Yvancos, 1994, p. 234). Esa situación de enunciación-recepción se distingue completamente de la que existe fuera del audiovisual. Las afirmaciones de esa realidad hay que tomarlas como auténticas, para que esta tenga sentido y sea, de hecho, una realidad. Es una especie de “salto de fe”.

Este pacto que establece el espectador de *Life on Mars*, que le hace acercarse a las realidades que se le presentan sin ningún problema se ven reforzados en el último segundo de la serie, cuando la niña del Test Card F – carta de ajuste de la BBC One –, que tantas veces ha aparecido ante Sam en 1973 provocándole el pánico, surge ante nosotros y “apaga” metafóricamente la televisión. “El show ha terminado”, parece decir al espectador y reafirma de esta manera la idea de que todo ha sido una ficción; el aparato receptor se ha apagado y el espectador puede concluir su pacto de ficción y volver a su realidad.

Sin embargo, este comportamiento no es comparable con el de Sam por varias razones, que aparecen ya expuestas en la cabecera de la serie. “Am I mad, in a coma or back in time?” Estas son las razones fundamentales por las que Sam no lleva a cabo el pacto: no entiende cuál debe ser su punto de vista, su actitud para enfrentarse al mundo posible que tiene ante

él porque en modo alguno tiene claro que sea una ficción – como, por otra parte, sí le ocurre al espectador – y, además, las tres hipótesis que plantea se ven reforzadas de alguna forma. Por una parte, cuando se pregunta “Am I mad? - ¿Estoy loco?” encuentra que periódicamente, en la soledad de su apartamento y generalmente en estado de duermevela o convalecencia, se aparece ante él la niña con el payaso – en la serie se recurre a una niña de gran parecido a la Carole Hersee original – del Test Card F, que sale del televisor y le sirve de una especie de “guía espiritual” en su aventura de 1973. Sam sabe que eso no puede ser cierto, ve a la niña a diario estática en la carta de ajuste –además él sabe que en 2006 ya ha cumplido más de cuarenta años de emisión, con sucesivas actualizaciones posteriores – y es imposible que salga del aparato para comunicarse con él. Además, lo suele hacer siempre en un estado de vigilia en el que el personaje no está del todo consciente ni en pleno uso de sus facultades. La niña, acompañada o no de su payaso, aparece en los capítulos 2, 3, 5, 11 y 16 y se dirige directamente a Sam. Tanto para él como para el espectador es un personaje inquietante ya que ofrece al protagonista frases como “¿No estás mejor aquí, Sam?”; “Soy tu única amiga”; “Los padres siempre te decepcionan”; “¿Por qué sigues aquí, Sam?”; “Elige según tu intuición”; “Ya falta poco, Sam. Nada de esto es real”.

La segunda hipótesis que plantea es “Am I in a coma? - ¿Estoy en coma?”. El espectador intuye, a medida que avanzan los capítulos, que efectivamente esto es lo que ha ocurrido al personaje: tuvo un accidente en 2006 y en su estado de coma, viajó mentalmente al año 1973. Es en ese punto del pasado donde se asienta durante el periodo de recuperación, la operación de su tumor, etc. y en ese tiempo se debate entre la vida y la muerte, algo que conseguirá finalmente superar, ya que despierta en la habitación de un hospital en un momento indefinidamente posterior al accidente. Para Sam, la fuerza de esta hipótesis va en aumento conforme pasa el tiempo a medida que recibe “llamadas” desde su mundo a través de los distintos medios de comunicación e incluso las voces que oye en su cabeza. Escucha a médicos, enfermeras y otro personal sanitario comentar su estado de salud; incluso oye a su madre despedirse de él en un momento en el que hablan de desconectarlo de la máquina que lo mantiene con vida (capítulo 2).

No obstante, aunque esta hipótesis cobra fuerza en alguno de los momentos que vive en 1973, no está totalmente convencido y apostará entonces por la tercera hipótesis: “Or am I back in time?- ¿O he vuelto al pasado?”. En este caso será fundamental la relación que establece el personaje de Sam con la oficial Annie Cartwright (Liz White), una compañera que trata de convencerlo de que el extraordinario nivel de detalle y tangibilidad del mundo de 1973 no se puede corresponder con ninguno de los supuestos anteriores y que, efectivamente, se encuentra viviendo, por alguna razón, en los años setenta. Sam pide en el primer capítulo de la serie que Annie le pegue para saber que no está soñando y al hacerlo, realmente siente el dolor del puñetazo. Además, comprueba que el corazón de Annie está latiendo con su propia mano (capítulos 1 y 15).

El personaje de Annie es crucial para que el personaje finalmente acepte el pacto que le propone

ese “viaje en el tiempo”. Ella lo intenta convencer continuamente con frases como “Nada te puede hacer despertar porque ya estás despierto” (capítulo 8) y lo anima a quedarse cuando Sam le informa de que se marchará pronto (capítulo 15). Se convierte en una de las responsables de que el protagonista se “humanice” al final de la serie; de hecho, él finalmente sabe que debe regresar porque recuerda una aseveración: “Sabes cuando estás vivo porque sientes. Y sabes cuando no, porque no sientes nada”. Tras comentar esto a su madre, Sam se hace daño en la mano en 2006, ya recuperado del coma (capítulo 16) y no siente dolor. Se da cuenta entonces de que esta no es “su” realidad.

El primer punto de conexión de Sam con 1973 será efectivamente el caso que no acabó de resolver en 2006. Maya ha desaparecido y, nada más llegar a 1973 se encuentra con que ha sido encontrada muerta una chica en Suchmore Road, el mismo lugar donde a su compañera se le perdió la pista. Esto hace que Sam reaccione por su interés personal por Maya y que se implique en el caso. Hay que añadir que Sam encuentra la misma fibra sintética en las uñas de la víctima de 1973 que las de la víctima de 2006. No obstante, los primeros momentos de Sam en 1973 están marcados por el rechazo y continuamente se dice a sí mismo que debe despertar y que “esto no es real”.

Otro punto importante para esa conexión es la relación que establece el protagonista con el camarero donde habitualmente se reúnen sus compañeros policías. Nelson se convierte en un especie de “guía espiritual” para Sam y, lo más importante, le hace relativizar los conceptos de realidad y ficción. Con consejos como “No estás perdido. Estás donde estás. Saca el mejor partido” (capítulo 1) o “Saca lo mejor de esta situación” (capítulo 2) ejerce su influencia para la búsqueda de Sam de su “yo” olvidado.

Realidad y ficción: ¿Conceptos intercambiables?

El personaje de Sam, en efecto, vive realidad y ficción de forma confusa. El tránsito por los mundos posibles que se le presentan (2006, 1973 en su primera versión y 1973 en su segunda versión, cuando sabe que es finalmente un infiltrado), así como el pacto que no acaba de aceptar, hacen que a cada momento pueda cambiar los conceptos de realidad y ficción. Si hay algo que ya ha comprendido es que el paso de uno a otro es traumático: Sam ya vive el intento de saltar desde lo alto de un edificio en 1973, en el primer capítulo para intentar regresar a 2006, pero Annie acude a rescatarlo y le tiende una mano amiga. Eso no lo encontrará en 2006, cuando se tirará libremente porque nada lo retiene y podrá así volver a su realidad de 1973. Sam ha comprendido que lo importante es sentirse vivo, más allá de las normas que regulen lo que le ha ocurrido, y él ha podido encontrar a su “mejor yo” en la realidad del pasado que se le ha ofrecido.

El espectador de la serie *Life on Mars*, sin embargo, no vive los mundos que se le presentan de forma traumática: Todo es ficción, y lo único que debe hacer es aceptar el pacto pertinente para entrar en el juego y disfrutar de un rato agradable. A pesar de esto, se produce una catarsis por

la distancia óptica que existe entre el receptor y la obra: este puede aprender, verse reflejado, recibir el mensaje a partir de la ficción.

Asociado a las distintas actitudes que presentan tanto el espectador como el protagonista de la serie, puede analizarse el controvertido tema de la **verdad** y como ambos la afrontan según el pacto que establecen. Tradicionalmente, ficción y verdad han sido considerados como ámbitos opuestos, pero esto ha cambiado con el auge de la ficción y de la semántica de mundos múltiples. Verdad y ficción aparecen ahora como conceptos no necesariamente excluyentes.

Los textos ficcionales son concebidos como una categoría especial de los textos que construyen mundos y por ello no puede afectarles la evaluación de verdad que es llevada a cabo respecto de los textos que representan el mundo actual. El texto ficcional es autorreferencial y, por tanto, su discurso se referirá a los elementos internos que lo componen. Sus enunciados no son, pues, verdaderos ni falsos (Dolezel, 1999, p. 49) respecto del mundo real efectivo. No tiene sentido preguntar si son o no verdaderas las afirmaciones del mundo ficcional en el mundo real, ya que obedecen a condiciones de verdad diferentes. De esta forma, una frase ficcional sería verdadera si expresa o describe un estado de cosas que existe en un mundo ficcional concreto y únicamente para él. De igual modo, se considerará que es falsa la acepción si no se corresponde con las reglas que rigen ese constructo artístico.

También habría que destacar que el concepto de verdad no es absoluto, sino fruto de una convención y, por lo tanto, cambiante. No existen verdades absolutas, sino verdades comprobables empíricamente en un mundo dado (Goodman, 1990, p. 164). Por todo esto podría decirse que los mundos posibles deben ser circunstancialmente verdaderos, es decir, deben estar formados por individuos y acontecimientos que se juzgan como posibles y coherentes. Se aceptan como “verdad metafórica”. Esta es una de las principales diferencias entre Sam y el espectador: este último no cuestiona lo que está ocurriendo porque entiende que las verdades del mundo posible ficcional – tanto el de 2006 como el de 1973 – son incuestionables, establecidas de antemano por un discurso audiovisual y, por tanto, inamovibles. Sin embargo, Sam cuestiona la verdad del mundo posible de 1973 porque no ha aceptado el pacto de ficción, para él es “su realidad”, la que vive en ese momento.

Pero Sam se equivoca. No es consciente de que ha cruzado al otro lado del espejo, pero vive en un mundo de ilusión. La serie alude a Alicia, como ya se ha comentado, pero también establece paralelismos con *El mago de Oz*: En el capítulo 1 Sam, intrigado por lo que le ha ocurrido, se abandona en esta realidad a “seguir el camino de baldosas amarillas”. En el capítulo 2, el protagonista pide a Gene volver al sitio de donde viene y este coge el teléfono para “llamar al Mago de Oz”. Pero el punto definitivo llegará en el capítulo 15 con la aparición del personaje de Frank Morgan, inspector jefe de la comisaria de Hyde, de donde supuestamente viene Sam. El nombre del personaje no es arbitrario: es el de un actor estadounidense conocido sobre todo por su papel del personaje del mago en la película *El mago de Oz*; también hay que destacar el evidente parecido físico con el actor. Sam, como Dorothy, busca continuamente regresar a casa y, como ella, despertará de su sueño al final. También se sentirá decepcionado al comprobar que

Frank – Oz le descubre que él es realmente un personaje de 1973, un infiltrado enviado para acabar con la carrera de Gene Hunt y su equipo. Frank Morgan descubre a Sam la “realidad” de 1973, a lo que él se resiste. Finalmente, ese mismo personaje será el cirujano que salva a Sam en su operación para extirpar el tumor que lo mantiene en coma. Al despertar, Sam sabe la verdad: sufrió un accidente y únicamente se ha movido de 2006 en su cabeza.

Sam comprende que, más allá de la distinción entre realidad y ficción, lo importante es sentirse vivo – en cualquier mundo posible – y se da cuenta de que nunca ha vivido más intensamente – paradójicamente – que el período que ha pasado en 1973. Eso es lo que lo mueve a dar el “salto de fe” y precipitarse al vacío”.

Referencias bibliográficas

- Aristóteles y Horacio (1982). *Poética*. Madrid: Taurus.
- Bal, M. (2001). *Teoría de la narrativa. Una introducción a la narratología*. Madrid: Cátedra.
- Baum, L. F. (1993). *The Wizard of Oz*. Hertfordshire, Wordsworth Editions Limited.
- Bozal, V. (1970). *El lenguaje artístico*. Barcelona: Península.
- Bruner, J. (1988). *Realidad mental y mundos posibles*. Barcelona: Gedisa.
- Carroll, L. (2005). *Alice´s adventures in Wonderland*. Londres, Macmillan Children´s Books.
- Dolezel, L. (1999). *Estudios de poética y teoría de la ficción*. Murcia, Universidad de Murcia: Servicio de publicaciones.
- Eco, U. (1999). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.
- Goodman, N. (1990). *Maneras de hacer mundos*. Madrid: Visor.
- Greimas, A. J. y Courtés, J. (1991). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Vol. II. Madrid: Gredos.
- Lozano, J., Peña Marín, C. y Abril, G. (1999). *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid: Cátedra.
- Martínez Bonati, F. (1992). *La ficción literaria. Su lógica y ontología*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Pericot, J. (2002). *Mostrar para decir. La imagen en contexto*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Pozuelo Yvancos, J. M. (1994). *Teoría del lenguaje literario*. Madrid: Cátedra.
- Pujante Sánchez, J. D. (1992). *Mímesis y siglo XX*. Murcia, Universidad de Murcia: Secretariado de publicaciones.
- Segre, C. (1985). *Principios de análisis del texto literario*. Barcelona: Crítica.
- Van Dijk, T. A. (1998). *Texto y contexto. Semántica y pragmática del discurso*. Madrid: Cátedra.
- Villanueva, D. (1994) (comp.). *Curso de teoría de la literatura*. Madrid: Taurus.

Entre el cine y la televisión. Interdiscursividad antes de la transmediatización en las series americanas de televisión

Mario Carlón

De a poco un hecho va constatándose en el campo de los estudios sobre televisión: que las series americanas están viviendo desde hace algunos años un momento excepcional. Entre nosotros, libros como el de Anna Tous (2010), *La era del drama en televisión*, dedicado a *Lost*, *CSI: Las Vegas*, *The west wing*, *Desperate housewives* y *House*; y ensayos como los que desde hace un tiempo viene escribiendo Carlos Scolari (2009a, 2009b), lo confirman.

Estas series, que en países como Argentina se emiten principalmente por cable, constituyen sin dudas actualmente uno de los más importantes fenómenos mediáticos globales. La multiplicación de dispositivos y escenas de recepción que se ponen en juego en su consumo – la expectación de las emisiones de las señales televisivas, la descarga que permite ver cuando el espectador lo desea, la compra o el alquiler y la visualización por *streaming* – son aspectos que, junto a cierto carácter multitarget que las define, quedarán asociados a su capacidad para sobrevivir exitosamente en la era de fin de los medios masivos (Carlón y Scolari, 2009). Si a estos rasgos sumamos el hecho de que, como postulan los estudios sobre *narrativas transmediáticas*¹ (basados en la obra de Henry Jenkins, 2008 [2006]), estos productos presentan enorme capacidad para dar origen a otros relatos, que se asientan en diferentes lenguajes, plataformas y medios, pocas dudas quedan de que estas series constituyen un fenómeno clave para entender por dónde pasa, a principios del siglo XXI, la oferta ficcional global.

Perspectiva analítica

Más allá de una serie de aspectos que en algún momento tendremos que debatir, los aportes de la perspectiva transmediática al análisis de productos ficcionales realizados a partir de la obra de Henry Jenkins son indudables². Como señaló el propio Jenkins sobre *Matrix* (hermanos Wachowski, 1999), los productos cuya discursividad se expande en distintas plataformas mediáticas hicieron entrar en *crisis la crítica de cine habitual*, que estaba acostumbrada a “hacer crítica de la película y no del aparato que la rodeaba” (Jenkins, 2008: 108). Ese aparato que rodea a un conjunto cada vez mayor de films y series ficcionales (no sólo hollywoodense) es

1 “Una historia transmediática se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad”, ha postulado Henry Jenkins, (2008: 101).

2 En términos teóricos, el uso del concepto de *convergencia*, si bien es fecundo, no deja traer problemas (tiende a relativizar, en muchos contextos y usos, la diferencia entre producción y reconocimiento que caracteriza a la circulación (Verón, 1987) discursiva contemporánea). En términos ideológicos, su desembozado rol de analista, fan, consultor y asesor de grandes empresas, no deja de presentar contradicciones.

mediático (conformado por una multitud de lenguajes, dispositivos y plataformas, cada uno con su propia especificidad) y, por supuesto, discursivo. Los análisis transmediáticos, que focalizan tanto el discurso principal (por ejemplo, *Matrix* o *24*) como la multiplicidad de discursos que los acompañan (videojuegos, historietas, etc.) son hoy imprescindibles. Los nuevos sujetos espectadores no sólo son diferentes entre sí porque movilizan distintos capitales culturales (en términos semióticos, ponen en juego diferentes interpretantes) sino porque su recorrido interdiscursivo en relación al discurso principal, de referencia, es desigual. Así, por ejemplo, como ha mostrado Carlos Scolari (2009b) respecto de *24*, serie que “propone un dispositivo semiótico para la generación de múltiples consumidores modelo” (193), hay al menos tres diferentes tipos de consumidores de la tira protagonizada por Jack Bauer (Kiefer Sutherland): uno *monotextual* (consumidor ocasional que no tiene en cuenta el resto de la producción de *24*, como el que lee aisladamente *One Shot*, la historieta de la serie), otro *monomediático* (que sigue la “producción destinada a un único medio”, como el televisivo o el destinado a un dispositivo móvil) y un tercero *transmediático* (clásico *fan* que integra “representaciones provenientes de diferentes medios y lenguajes, reconstruyendo de esta manera mayores porciones del mundo narrativo de *24*” y que, ocasionalmente, llega a “expandir ese universo de ficción por otros medios colaborativos como blogs, wikis, etc.”).

En este contexto situar el análisis que nos proponemos presentar requiere ciertas aclaraciones. No porque sea un análisis extraño o abstruso, sino porque si bien es sin dudas interdiscursivo y transmediático, quizás pueda interpretarse que no lo es en el sentido en que actualmente estos análisis son practicados. Desde nuestra perspectiva no hay dudas de que es transmediático, pero la interdiscursividad que se propone focalizar no es tanto la de los “discursos acompañantes” (animaciones, historietas, videojuegos, etc.) producidos por los productores del discurso de referencia (principal) o por los usuarios, sino los vínculos que las series ficcionales mantienen con otros discursos “audiovisuales” históricos. ¿Es entonces un análisis como el que realiza la crítica tradicional que Jenkins objeta, que entró en crisis cuando apareció *Matrix*? De ninguna manera, porque se propone dar cuenta de vínculos que esa crítica, ya sea de carácter ideológico o formalista, normalmente deja afuera³.

En lo que sigue presentaremos un análisis que tratará de abordar aspectos desde nuestro punto de vista menos explorados de estos ricos discursos ficcionales. Es un examen que, en cierto sentido, se detiene un momento *antes* que los estudios actuales sobre transmediatización⁴ (un

3 En “De lo cinematográfico a lo televisivo. ¿El fin de una historia?” (Carlón, 2006), tomamos distancia de los análisis modernistas que practica una crítica cinematográfica que se restringe a considerar los vínculos que los films presentan con otros films. Decimos en el final de ese capítulo: “Esta última parte se propuso constituirse como un aporte a los estudios sobre la historia de la expectación contemporánea, tratando de sostener la hipótesis de que las relaciones entre lenguajes son más complejas y permanentes de lo que habitualmente se cree, y que las definiciones de lo artístico no sólo dependen de la historia “interna” de los lenguajes así considerados, como nos hace pensar, muchas veces, la tradición modernista de lo nuevo, que para definir al “arte” de cada momento atiende predominantemente a la comparación de unas obras con las anteriores” (274).

4 Sin embargo, cuestión no menor, porque devela hasta qué punto necesitamos no abandonar el concepto de *circulación*, que da cuenta de la diferencia que en todo proceso de mediatización existe entre producción y reconocimiento (Verón, 1987)

“antes” principalmente analítico, obviamente, dado que estos productos suelen activar múltiples discursividades en distintas plataformas de modo simultáneo) y, sin embargo, *plenamente histórico, interdiscursivo y transmediático*, porque considerará los cambios que las series actuales presentan respecto de, por un lado, el *cine clásico* y, por otro, en relación a discursos que, como el del *directo televisivo*, son fundamentales desde que concluyó la Segunda Guerra Mundial en el amplio campo de la oferta “audiovisual” contemporánea (enseguida explicaremos en qué sentido consideramos esta noción, por ahora la ponemos entre comillas). Es un análisis que puede ser entendido complementario de otros y que intentará, por su lado, postular cómo ha cambiado, a lo largo del tiempo, en un nivel específico, la construcción del sujeto espectador⁵.

Expliquemos entonces como operará. Partimos de una tesis: la narratividad de estas series, cuyo sujeto espectador creemos diferente, debe ser pensada, en primer lugar – es decir, más allá de groseras y elitistas diferenciaciones modernistas entre cine y televisión - en relación con un conjunto de films hollywoodenses de las últimas dos décadas: prueba de que una parte de lo televisivo (la que *no es en directo*) forma parte un mismo gran campo con lo cinematográfico, el que podemos denominar de la *ficción narrativa en grabado*⁶. Pero aquí no acaba la cuestión, porque el devenir del grabado ficcional *no es el de un campo autónomo* (como lo cree la crítica tradicional), aislado de la oferta que otros discursos “audiovisuales” hicieron llegar a los sujetos espectadores: su discursividad, al menos desde la década del 60, debe ser pensada, también, como una *reacción* a la que la *toma directa televisiva*, lenguaje originario y específico de la televisión, instaló en el siglo XX en la vida social. Por eso nos proponemos atender a estas series a través de un doble movimiento: por un lado, estableciendo los vínculos que efectivamente discursos ficcionales televisivos y cinematográficos poseen, a partir del hecho de que han sido generados por un mismo dispositivo y lenguaje (el *grabado*); por otro, atendiendo a las relaciones que el grabado ficcional mantiene con los discursos generados por un dispositivo y lenguaje radicalmente diferente, el *directo*, cuya circulación, pese a ser casi siempre silenciada,

ese *antes* muchas veces lo es en sentido estricto: antes de que fans y espectadores comunes generen discursos ya sea lúdicos, ya sea a favor o en contra; antes de que tomen contacto con otros discursos en otras plataformas producidos por los mismos productores de la serie (en historietas, en celulares, etc.). Obviamente, al considerar estos aspectos, nos encontramos en el seno de los problemas que los estudios sobre *mediatización* y circulación discursiva actualmente presentan.

5 Creemos que, por ejemplo, el análisis que aquí presentamos puede perfectamente articularse con el de Scolari (2009b) de la serie *24* que más arriba acabamos de presentar. Si seguimos la clasificación de Scolari podemos decir que nuestro análisis recae en cambios en la construcción del sujeto espectador “monomediático” (que sigue la “producción destinada a un único medio”, en este caso el televisivo) aunque, cuestión no menor, ese sujeto espectador debe ser objeto también de un análisis transmediático. Que se entienda bien: este esfuerzo no constituye una crítica al análisis de Scolari, que es plenamente operativo en el nivel en el que actúa. Muestra, en todo caso, que la complejidad de los productos de masas obliga, en diferentes niveles, a múltiples análisis transmediáticos, atentos tanto a los nuevos medios y situaciones de consumo, como a la mediatización que pusieron en juego los históricos medios masivos.

6 En varios libros (Carlón, 2004, 2006 y 2009) insistimos en la necesidad de diferenciar *grabado* y *directo* como dos dispositivos y lenguajes totalmente diferentes. Desde nuestro punto de vista, la oferta audiovisual del siglo XX construyó cuatro grandes dispositivos y registros representacionales que a su vez dieron origen a diferentes posiciones espectatoriales (y, por consiguiente, a distintos sujetos). Las nombro y ejemplifico groseramente: a) grabado ficción (films cinematográficos y series televisivas, por ejemplo); b) grabado no ficción (documentales y noticieros); c) directo ficción (teatro en directo en la televisión) y, d) directo no ficción (transmisiones en toma directa de eventos deportivos, políticos, etc). De acuerdo a esta distinción el *grabado ficcional* constituye un gran campo (en el que los vínculos entre cine y televisión son realmente fluidos), y la noción de audiovisual, cuando es utilizada sin distinguir dispositivos, lenguajes y registros que son sustancialmente diferentes entre sí (para hacer referencia por igual a cine de ficción, documentales, televisión en directo, etc.), es teóricamente insostenible.

afecta y ha afectado históricamente el conjunto de la oferta comunicacional “audiovisual”⁷.

Cine clásico y series de los 70 y 80

Todavía las dan por televisión: las series de los 70 y los 80⁸. Para quienes crecimos con ellas muchas eran bastante tontas, algunas nefastas y otras tenían su encanto. Pero más allá de esas preferencias, en parte subjetivas (en mi adolescencia solía ver *Dos tipos audaces*, hoy difícilmente soportaría un bloque), en parte probablemente compartidas, (si te gustaban las comedias es difícil negar la calidad de *Cheers*, si te gustaban las de intriga y suspenso ¿quién puede negar *Columbo*?) hay aspectos que esas series - ahora que podemos compararlas con las que vinieron después y, por sobretodo, con todo las actuales – compartían: un cierto modo de narrar que tenía más vínculos con el *cine clásico* que con el que cineastas como Martin Scorsese, Francis Ford Coppola, Brian de Palma o, incluso, Steven Spielberg, estaban desarrollando por entonces en Estados Unidos (y por supuesto, con el que Wim Wenders o Andrei Tarkovski practicaban en Europa - o el que John Cassavetes y Stanley Kubrick llevaban a cabo también en Estados Unidos).

¿En qué sentido? En el de que su discursividad estaba más basada en los recursos y procedimientos del cine *clásico* (que se desarrolló entre los 30 y mediados de los 50) que en los del cine de su época. Es decir que su *sintagmática* (apelamos aquí a la famosa categorización desarrollada por el fundador de la semiología del cine, Christian Metz) era *clásica*, que los relatos eran principalmente *cronológicos*; que el noventa por ciento de las acciones (o más) acontecían en un mundo que brindaba las seguridades de la *vigilia* (o que, quizás aún mejor, carecían de juegos sistemáticos entre la vigilia y otros estados: sueños, universos paralelos, vida más allá de la muerte, etc.) y que, finalmente, dejando de lado ciertos momentos excepcionales, una *enunciación transparente* (borrada) y *asertiva* dominaba en esos capítulos por doquier⁹.

Recordemos un momento a qué hacemos referencia cuando hablamos de una sintagmática

7 La atención a estos aspectos no ignora otras cuestiones, fundamentales, que caracterizan a estas series. En primer lugar, *la expansión temática que han realizado al campo de la vida privada e íntima de los personajes* (¿podemos comparar lo que sabemos de House, su dolor, su vicio y sus fobias, con lo que sabíamos de Ben Casey? De ninguna manera). En segundo lugar, *la exploración específica del formato serie* que estos productos realizan (el hecho de que, por ejemplo, haya un abandono del centramiento en uno o dos personajes por una concentración en diez o más, es también un síntoma de esta exploración). En tercer lugar, la irrupción de *lo digital*: los avances que en este nivel se han producido en los últimos veinte años que comenzaron en el cine (Manovich, 2006 [2001]), pero se han extendido ya abundantemente a las series televisivas, han cambiado en muchos aspectos nuestro vínculo con las imágenes (se introduce aquí un tema de debate clave: el del *fin de la indicialidad*, característico de nuestra época). Estos aspectos son muy importantes, no lo negamos. Pero dado que muchos de ellos ya han sido comentados o analizados y que consideramos que es impostergable la atención a otros, no es en ellos que nos vamos a detener.

8 Cito sólo algunas. De los 70: *Columbo* (1971), *Dos tipos audaces* (*The persuaders*, 1971), *Kung Fu* (1972), *Las calles de San Francisco* (*The streets of San Francisco* 1972), *Kojak* (1973), *El hombre nuclear* (*The Six Million Dollar Man*, 1973), *Starsky and Hutch* (1975), *Los hombres de Harrelson* (*Swat*, 1975), *Los ángeles de Charlie* (*Charlie's angels*, 1976), *La mujer maravilla* (*Wonderwoman*, 1975). Y de los 80: *Dallas* (1978-1991), *Brigada A* (*The A-team* 1983-1987), *Luz de luna* (*Moonlighting*, 1985-1989), *División Miami* (*Miami vice* 1984-1989), etc.

9 Ejemplos como *Sunset Boulevard* (Billy Wilder, 1950) en los que el film es narrado a través de un extenso *flashback* por un personaje que ha muerto y nos ha sido presentado en la escena inicial son excepcionales en este cine.

basada en la que construyó el cine clásico: a un código de montaje que, como sintetizó alguna vez Metz (2002 [1970]), se ocupaba de generar “una intriga clara y unívoca”, que ayudara a presentar un relato coherente y nítido¹⁰ (214), que pudiera ser seguido sin grandes esfuerzos por el sujeto espectador. Que se entienda bien: no estamos desestimando aquí los logros de ese sistema de montaje, con el se realizaron, sin dudas, grandes filmes. Lo que estamos señalando es que más de veinte años después de surgido el cine moderno (la referencia es, obviamente, a la *Nouvelle Vague*), las series americanas de los 70 y los 80 se basaban principalmente en el código de montaje que dominó en el cine en su gran era de espectáculo masivo, generado mayormente antes de la emergencia de la televisión.

Luego está la observación de que esos relatos eran cronológicos. Es decir que cualquier episodio de *Las calles de San Francisco* o *Dallas* estaba narrado más en base a un desarrollo cronológico (y lineal) de los acontecimientos, que en las complejas posibilidades de narratividad temporal que el grabado ofrece: si había algún *flashback*, aparecía claramente marcado como un momento diferente en el desarrollo del relato. Y como sucedía con los *flashbacks* de *Kung Fu* (1972-1975), que generalmente narraban las lecciones aprendidas por el personaje en su formación (tres actores interpretaban distintos momentos de la vida de Kwai Chang Caine¹¹), la introducción de ese elemento era tan excepcional, estaba tan marcada (por diferencias de vestimenta, arquitectónicas, de ritmo, musicales, etc.), que la develación de su estatuto generalmente no constituía ningún esfuerzo especial para el sujeto espectador. Incluso una serie como *Columbo*, que se iniciaba con aquello que muchos discursos policiales eluden, el asesinato, mostrando inequívocamente quien era el asesino (el trabajo que Columbo hacía para el sujeto espectador consistía más que en descubrirlo en probarlo) se narraba linealmente (y cuando incluía *flashbacks* que reconstruían como podía haber sido el asesinato, estaban claramente marcados como momentos del pasado tanto por la dimensión icónica como por el discurso verbal) ¿Flashforwards? Brillaban en todas estas series por su ausencia. Pero además, la temporalidad de estas series era realmente restringida (por no decir elemental): pocas veces decían “esto sucede mientras sucede esto otro”, o “mientras esto sucedía esto otro también pasaba”, o “esto va a suceder mientras esto otro va a acontecer”, etc. El tiempo que denotaban estas series se basaba, como el del directo televisivo, en la *consecución*: permanentemente decía “esto que vemos ahora sucede después de lo que vimos anteriormente y antes de lo que está por venir”.

10 Dice Metz: “Me parece que la gran sintagmática traduce el esfuerzo que el cine ha realizado para recuperar la novela clásica del siglo XIX; los ocho tipos secuenciales se encargan de expresar diferentes clases de relaciones espacio-temporales entre imágenes sucesivas en el interior de un mismo episodio, a fin de que el film tenga una intriga clara y unívoca, a fin de que el espectador pueda decir siempre si la imagen N°3 en el plano de la diégesis (significado), ‘tiene lugar’ antes de la imagen N°2, después o al mismo tiempo, etc. Históricamente, la validez de ese código abarca, por lo tanto, lo que yo denominaría el cine ‘clásico’: desde la estabilización del sonoro (principios de los años treinta) hasta las primeras manifestaciones del denominado cine ‘moderno’, que aproximadamente puede situarse, en Francia, alrededor de 1955 (=cortometrajes iniciales de la ‘Nouvelle Vague’)” (Metz, 2002 [1970]: 214).

11 David Carradine como adulto, [Keith Carradine](#) como joven y [Radames Pera](#) como niño: los *flashbacks* narraban principalmente episodios de su vida antes de llegar a los Estados Unidos. Y la utilización de este recurso había sido dada a conocer al sujeto espectador desde la presentación del capítulo piloto.

También está el señalamiento de que el noventa por ciento de las acciones (o más) acontecían en un mundo que brindaba las seguridades de la *vigilia* y que, si por alguna razón, universos de estatuto experiencial diferentes irrumpían de pronto en el discurso, estaban claramente marcados. Los personajes desarrollaban sus acciones en un mundo inequívoco, unidimensional, semejante al que vivimos en nuestra experiencia cotidiana, de acuerdo a convenciones básicas largamente desarrolladas en el cine de género que se apoyan, ante todo, en el eficaz funcionamiento de nuestros dispositivos perceptivos naturales (ante todo la vista y los oídos). Así, una especie de “realismo esencial” estaba asegurado en estas series de ficción de los 70 y 80¹²: si un vaso caía de una mesa se rompía; si había una persecución la ciudad se prestaba solícita como dócil escenografía urbana; si un personaje se arrojaba contra una puerta se abría; si un auto se salía de ruta y caía en un abismo explotaba; y si los personajes soñaban, se emborrachaban o eran drogados, y se mostraba esa experiencia desde su subjetividad, el discurso visual y verbal rápidamente advertían al sujeto espectador lo que estaba aconteciendo.

Finalmente está la conclusión de que su enunciación era, como la del cine clásico, *transparente* y *asertiva*. Estas series decían a cada momento que lo que se veía y oía efectivamente estaba sucediendo en ese momento en el desarrollo de la diégesis. Decían: “Esto sucede ahora”. No decían, por ejemplo: “esto puede haber sucedido más o menos así”. El sujeto espectador de estas series sabía que el noventa por ciento de las acciones que se narraban acontecían tal como estos discursos las presentaban.

Ahora bien: *todos estos procedimientos, que brindaban un seguro marco interpretativo al sujeto espectador, ya no dominan como solían hacerlo en las actuales series ficcionales de televisión*. Conviven con otros que los desestabilizan, o los ponen en discusión debido a que introducen lógicas diferentes¹³. En lo que sigue intentaremos mostrar cómo otros recursos, que no son exclusivos de las series de ficción (como ya dijimos muchos de ellos se hacen presentes también en los films hollywoodenses), se han impuesto en las actuales ficciones televisivas enriqueciendo los modos del decir. Y pasaremos a exponer qué tipo de sujeto espectador, a su vez, construyen.

12 La excepción estaba dada, obviamente, por las series protagonizadas por superhérores (*Wonderwoman*, 1975) o personajes que, como *El hombre nuclear* (*The Six Million Dollar Man*, 1973), *La mujer biónica* (*The bionic woman*, 1976) o *El increíble Hulk* (*The incredible Hulk*, 1977) poseían dotes especiales. Pero esas cualidades estaban ya sobre-explicitadas (generalmente desde la presentación), cuando no formaban parte de conocimientos previos de los espectadores debido, justamente, a que muchas de estas series eran *remakes* o transposiciones de relatos ampliamente conocidos y compartidos por todos.

13 ¿Cuándo comienza el cambio? Es algo difícil de precisar, pero probablemente series como *Twin Peaks* (1990-1991) o *Expedientes X* (1993-2002) se encuentren entre las que dieron pasos fundamentales hacia las que vemos actualmente.

Deconstrucción de las series de los 70 y 80

Para mostrar qué extendidos están ciertos recursos, comencemos recordando el inicio de la sexta temporada de *Los Sopranos* (1999-2007), una serie de mafiosos que principalmente se apoya, como los discursos de ese género, en las fortalezas y seguridades de un cierto realismo. El segundo capítulo de esa temporada, *Join the club* comienza de modo sorprendente: Tony despierta sobre la cama de una habitación de hotel vestido, con corbata. Se sienta y, al fondo, detrás de una ventana, se ve desde un punto de vista alto una ciudad. Luego lo vemos bebiendo en el bar de lo que suponemos es un hotel. En un momento se para, llama por celular a su casa y lo recibe un contestador diciendo que se comunicó con los Sopranos, que deje un mensaje. Dice: “Estoy aquí, llámame. Te amo”. Cuando sale caminando de esa especie de hotel la luz cenital de un helicóptero (que no alcanzamos a ver pero reconocemos por su ruido) lo enfoca. El mira hacia arriba, pero nada más sucede (no escuchamos, como podríamos haberlo esperado: “Tony Soprano, quédese donde esta, somos el FBI”). En la escena siguiente lo vemos manejando un auto. Luego intenta ingresar a una convención para escuchar una charla, pero frente a la receptora de credenciales descubre que tiene el maletín y los documentos de otro: Kevin Finnerty. Regresa al bar del hotel, intenta encontrar a quien se llevó (supone) su billetera y maletín, y contacta con un grupo que lo invita a tomar unos tragos y cenar, dado que él no tiene tarjeta. Acepta porque se siente atraído por una mujer que parece seducirlo. En un momento de esa conversación durante la cena ella le dice que aún debe explicar cómo pasó de vender muebles de jardín a óptica de precisión. Es decir que se ha presentado como un vendedor. Luego lo vemos dialogando con esta bella mujer en la calle y de nuevo escuchamos al helicóptero y la luz los enfoca a ambos. La luz del helicóptero se convierte en la luz de un quirófano (la vemos desde abajo). Tony está entubado, en una situación evidentemente grave, rodeado de médicos y algunos miembros de su familia, que son expulsados de la sala. De ahí en más el capítulo sigue mostrando dos historias ubicadas en dos espacios totalmente diferentes: por un lado está el hospital, en el que la familia lo está cuidando y acompañando debido a que se encuentra en una situación muy delicada; por otro sigue la historia de ese Tony vendedor, a quien vemos, entre otras acciones, hacerse pasar por Finnerty (usando su tarjeta) para pagar su noche en el hotel. ¿Qué ha sucedido? ¿A qué se debe esta compleja situación? ¿Hay ahora dos Tony Soprano, que viven en universos diegéticos diferentes, uno un mafioso que convalece, otro un falso vendedor que no puede recuperar su identidad? ¿Cuál es el estatuto de ese mundo en el que despliega sus acciones el vendedor? ¿Imaginario? ¿Pero cuán imaginario? ¿Es el mundo de los sueños? ¿Y en qué temporalidad se despliega y cuál es el vínculo que mantiene con la escena del hospital y con la historia de *Los Sopranos* que se había podido ver hasta ese capítulo?

Este ejemplo, modesto si se lo compara con una serie de las operaciones que realizan constantemente productos como *Medium* (2005), *Lost* (2004-2010), *Fringe* (2008) o *Flashforward* (2009), nos enfrenta a una serie de cuestiones que nos proponemos tratar. Si bien es un poco

arbitrario separar fenómenos que vienen juntos, comencemos por la dimensión temporal, es decir, por la deconstrucción de la sintagmática y el abandono del orden cronológico. ¿A qué nos referimos? A que se ve una secuencia y *no se sabe si transcurre en el pasado, presente o futuro*, es decir, *en qué lugar de la dispositio se ubica*. Este sólo hecho atenta contra una de las principales tareas que la sintagmática clásica, según Metz, desempeñó: permitir que el sujeto espectador pudiera determinar siempre “si la imagen N°3 en el plano de la diégesis (significado), ‘tiene lugar’ antes de la imagen N°2, después o al mismo tiempo” (Metz 1972 [1968]: 214). Y si el sujeto espectador actual es capaz de elaborar – y aún disfrutar – esta alteración, no nos queda más que interrogarnos si no debemos empezar a considerar que estas series interpelan a un sujeto espectador totalmente diferente. Decimos esto porque si este fenómeno - que como hemos dicho no era totalmente desconocido por el espectador clásico, dado que cada tanto se enfrentaba a una secuencia semejante - produce semejante perturbación en el orden narrativo, *¿qué sucede cuando, como en ciertas series actuales, estos fenómenos se vuelven habituales? ¿Y qué acontece cuando, además, se abren en sus desarrollos de modo sistemático múltiples temporalidades?* Nos referimos, claro, a *Perdidos (Lost)* en la que, por ejemplo, la vida de los naufragos es contada al inicio en consecución en “tiempo presente” (el que transcurre desde su llegada a la isla) mezclado con *flashbacks* que narran su vida anterior, para luego pasar a contar inesperadamente el futuro¹⁴ fuera de la isla (a partir del capítulo en que Jack aparece con barba manejando una vieja camioneta)¹⁵. O, también, series como *Flashforward*, en la que repentinamente toda la población mundial sufre un desmayo durante dos minutos y diecisiete segundos, durante los cuales cada uno puede ver, como en un sueño, su futuro el 29 de abril de 2010 (o, quizás aún mejor, “recordar su futuro”, como expresa respecto a su propio *flashforward* Mark Benford, uno de los protagonistas de la serie).

Estos juegos sobre el tiempo están presentes en estos discursos, no necesitamos demostrarlo. La cuestión es: *¿qué valor o significado darles? ¿Cómo interpretarlos? ¿Y por qué utilizan estos recursos de modo sistemático? ¿Qué logran con ello?* Una interpretación posible es sin dudas temática: estas exploraciones de la dimensión temporal evidencian que, como sucede en muchos films de los últimos años de Hollywood¹⁶, el *tiempo* se ha convertido en un tema

14 Los *flashforwards* son sistemáticos en la serie a partir de la cuarta temporada.

15 Esta estructura se vuelve cada vez más compleja a partir del momento en que Ben mueve la isla para que no sea encontrada (final de la cuarta temporada) y desde entonces ciertos personajes empiezan a viajar en el tiempo de modo repentino e intempestivo (un grupo, encabezado por *Sawyer*, vive incluso en la década del 70, antes de que los viajeros llegaran a la isla). Toda esta compleja estructura narrativa apoyada en una intrincada matriz temporal va a persistir e incluso incrementarse hasta el final, temporada en la que, según los mismos productores de la serie, trabajan con *flash-sideways*, concepto en base al cual el vuelo interoceánico 815 nunca se estrelló y los personajes siguieron su vida naturalmente. El concepto de *flash-sideways* puede consultarse en: <http://abc.go.com/shows/lost/flash-sideways>.

16 El abandono del orden cronológico es sin dudas uno de los rasgos más interesantes de los filmes de Hollywood de los últimos 20 años (Carlón, 2006: 270-271): films como *21 gramos y Amores perros* (Alejandro González Iñárritu), *Memento* (Christopher Nolan), *Elephant* (Gus Van Sant) o *Irreversible* (Gaspar Noé), son claros ejemplos de lo que se está diciendo (otros, autores, como Carlos Scolari (2009) o Anna Tous (2010), también destacan este aspecto). Ahora bien, en la medida en que importantes series de estos últimos años han convertido al *tiempo* en un tema principal de sus relatos (*Lost*, por supuesto, pero también *Flashforward* y *Fringe*) podemos convenir que esta característica es compartida y la distancia cine-televisión masiva, al menos en este nivel, se ha acertado.

principal. Y obviamente este hecho puede ser considerado también en términos socio-culturales: la gran potencia mundial se ha obsesionado con el tiempo. En este nivel no parece exagerado inferir que lo que estas series muestran y evidencian es una de las búsquedas principales que la ciencia y tecnología realizan actualmente: dominar el tiempo (del mismo modo en que Occidente a lo largo de su historia ha intentado dominar, y en muchos otros aspectos lo ha logrado, la *naturaleza*¹⁷). La multiplicación de personajes que se dedican a la *física* (como Michael Faraday en *Lost*, Lloyd Simcoe o Simon Campos en *Flashforward*) funciona también como síntoma de lo complejas que se han vuelto las estructuras temporales diegéticas en estas series: necesitan introducir científicos de primer nivel para que expliquen al espectador lo que acontece, dado que los hechos experimentados por los personajes comunes (que no son físicos) se han alejado en demasía de la concepción del tiempo que manejamos en nuestra vida cotidiana.

Más adelante volveremos a la cuestión temporal y, más allá de esta interpretación de carácter general, a por qué estas series realizan estos desarrollos; es decir, qué ganan, en términos narrativos, con ellos. Detengámonos ahora en otro aspecto que estaba presente en la secuencia que describimos de *Los Sopranos* cuya consideración postergamos: la introducción sistemática de *múltiples universos diegéticos*, que conviven con la vigilia. Porque las series más características de estos años muestran en este nivel también gran complejidad.

En el caso de la escena de *Los Sopranos* descrita surge inmediatamente una cuestión, de modo quizás más evidente aún que el interrogante temporal: ¿cuál es el *estatuto* de ese mundo en el que el Tony Soprano vendedor vive? ¿De los sueños, alucinatorio, de los mundos paralelos? ¿En qué universo diegético se desarrolla la extraña historia del hotel? Tal como está enunciada esta secuencia constituye, sin dudas, un desafío para el sujeto espectador. Volvamos entonces a lo que había acontecido en el capítulo anterior: *Members only*, la emisión con la que se había iniciado la temporada, había culminado con una escena dramática. *Junior*, el tío de Tony, le había disparado sorpresivamente mientras su sobrino, que lo estaba cuidando, preparaba una pasta. Tony había quedado inconsciente en el piso luego de discar 911, pero sin lograr emitir palabra. La historia que se desarrolla en el hotel es, por consiguiente, resultado del estado cercano a la muerte (en realidad, *entre la vida y la muerte*) en el que Tony se encuentra y, también, de la morfina que le están aplicando en el hospital en el que están tratando de salvarle la vida. Es decir que es producto de la articulación entre una condición biológica y una droga medicinal de origen opiáceo.

Ahora bien, al igual que el cine hollywoodense actual, las series que estamos considerando *han multiplicado de modo sistemático la construcción de universos diegéticos que transcurren entre*

17 Dado que el tiempo es, según la teoría de la flecha del tiempo, un fenómeno *natural* surgido con el origen del universo, es decir, con el *big bang*.

la vida y la muerte, y entre este mundo, tal como lo percibimos en la vigilia, y otros posibles como nunca antes se había hecho (y no parece que lo estén haciendo décadas después de que esto acontezca en el cine: el desfase que entre cine y televisión masiva de género que existió en los 70 y los 80 ha disminuido, sino es ya inexistente). ¿Cómo lo hacen? A través de al menos tres tipos de recursos:

- *Psíquicos*: series como *Medium* son características de este desarrollo, que se da no sólo en las que tienen como protagonistas a personajes con poderes especiales (aunque actantes de estas características son comunes desde hace tiempo, no casualmente, en los productos televisivos y cinematográficos americanos). Veamos rápidamente un ejemplo: el capítulo piloto de 2005. La escena comienza con Allison Dubois, la protagonista, llevando a cabo una entrevista a un personaje masculino más o menos de su misma edad, quien viste traje y corbata. El entrevistado está reconstruyendo como regresó a su casa y se encontró a su mujer muerta, probablemente asesinada, sin esperárselo. Entendemos que es la entrevista a una víctima. Transcurre en un tono intimista. De repente este sujeto, con quien ella se manifiesta compasiva, le dice: “Tu piel es tan blanca”, y la toma de la mano. Y continúa con este discurso: “Si tomara mi cuchillo y lo deslizara desde la base de tu cuello hasta la entrepierna de manera que la sangre fluya lentamente y cubra tu piel blanca... es algo que valdría la pena ver”. Entonces la escena se interrumpe violentamente: vemos a Allison en su dormitorio que despierta y se alza agitada hacia la cámara que la toma de frente (está en la cama con su esposo). Él despierta, gira su cabeza y le pregunta: ¿Qué sucede, te encuentras bien? Y ella responde: “No, fue un sueño supongo”. El diálogo entre ambos continúa pero entonces se escucha en off la voz de un anciano que pregunta: “¿Estás segura que te encuentras bien?” Ella mira intensamente hacia fuera de cámara y responde: “Dije que estoy bien”. Su marido mira hacia ella y dice “Ok”. Y la cámara entonces nos muestra lo que ella está mirando y su marido parece no ver ni oír: una serie de personajes que se encuentran parados al pie de la cama observándola atentamente. El anciano responde: “Ok”.

Esta sola secuencia de la serie nos entrega ya indicadores de su complejo contrato enunciativo. El inicio enfrenta al sujeto espectador a una doble intriga: acerca del estatuto diegético y temporal de lo que está viendo. Si el estatuto de la entrevista parece develarse como perteneciente al mundo de los sueños (de larga historia en el cine clásico) la resolución con la serie de personajes que la miran desde el pie de la cama nos reenvía a otro recurso (que también aparecía excepcionalmente en el cine clásico): el de un personaje que dialoga con figuras que se le aparecen que pertenecen, sin dudas, a otra dimensión (dado que su marido no las oye ni ve): alucinaciones, contacto con muertos, fantasmas o alienígenas etc. Es importante atender a que ambas secuencias aparecen sin aviso ni dan explicaciones: inmediatamente se pasa a los títulos. En la serie, estas

figuras frecuentemente están muertas, como los personajes que veía el niño protagonista de “Sexto sentido” (*The six sense*, M. Night Shyamalan, 1999), otro film clave, de gran influencia en las series contemporáneas¹⁸.

- *Fantásticos*: obviamente quizás el motivo fantástico más importante de los últimos años es la isla de *Perdidos* (*Lost*): espacio en la Polinesia en el que viven osos polares; existe un humo negro capaz de perseguir y matar hombres; y que sana a quienes como John Locke no pueden caminar entre tantas otras cosas (este estatuto no cambia obviamente porque según una posible interpretación todos hayan muerto al llegar a la isla y las temporadas sólo narran una alucinación de Jack entre que abre y cierra un ojo: lo importante es todo lo que la fantástica isla permitió narrar durante seis temporadas).
- *Maquinísticos*: con probable origen en *La máquina del tiempo* de H.G.Wells (1895 [1985]), estos dispositivos son fundamentales en la ficción contemporánea: permiten superar nuestros condicionamientos físicos naturales, dados por nuestro cuerpo (biológicos), que se encuentra imposibilitado realizar ciertos desplazamientos temporales y espaciales y acceder, entre otras cosas, a estados metapsicológicos normalmente inaccesibles¹⁹. Primer ejemplo: merced a una máquina en un capítulo de *Fringe* un personaje se teletransporta de Alemania a Estados Unidos, siguiendo una idea clásica de la ciencia ficción (característica de la histórica *Viaje a las estrellas* - *Star Trek*). Segundo ejemplo: en esa misma serie gracias a otra máquina puede accederse a través de un portal a una realidad paralela: el doctor Bell, por ejemplo, vive en las Torres Gemelas (y Peter Bishop, el hijo del Dr. Walter Bishop, es un doble de su hijo muerto que fue traído por su padre luego de un viaje a ese extraño universo). Tercer ejemplo: gracias a que se sumerge cableada en una especie de tanque, en esa misma serie, la agente Dunham se conecta con la mente de su amante John, que ha muerto (de hecho producto de ese contacto vienen a ella luego recuerdos de él que no comprende y la ayudan o atormentan). Cuarto ejemplo, cambiando de serie: en *Flashforward* el *blackout* (apagón o desmayo de la población mundial, que le permitió ver a cada uno su propio futuro, es decir, que produjo

18 La introducción sistemática de secuencias que pertenecen a universos diegéticos que se alejan de la vigilia no es exclusiva de *Medium* o de las series a las que más estamos haciendo referencia, de carácter fantástico (*Perdidos*, *Lost*) o de ciencia ficción (*Fringe*, *Flashforward*). Series instaladas en un realismo más cotidiano, como *House* (2004), también aprovechan estos recursos: recuérdense, por ejemplo, de la quinta temporada, los capítulos en los que Dr. House alucina con Amber, muerta al final de la cuarta temporada (se le aparece permanentemente a su lado y dialoga con él) o su falso recuerdo - también alucinación efecto de su adicción al Vicodin - de una noche de sexo con Cuddy al final de esa misma quinta temporada (episodio que finalmente lo lleva a la internación).

19 La propagación de recursos de este tipo en el cine de estos últimos años es impresionante: en *Días extraños* (*Strange days*, Bigelow, 1995), el protagonista comercializa un dispositivo que permite *vivir de modo audiovisual episodios de la vida de otros* (primero del pasado, después en directo); en *El informe de la minoría* (*Minority Report*, Spielberg, 2002), unos *precogs* pueden ver el futuro (gracias un dispositivo otros pueden visualizar esas visiones y realizar detenciones antes de que se cometan asesinatos); en *Deja vu* (Tony Scott, 2006), hay una máquina que permite volver a ver “en directo” lo sucedido 24 horas antes (y gracias a esa máquina el personaje de Denzel Washington finalmente viaja al pasado); en *El origen* (*Inception*, Christopher Nolan, 2010), otra máquina permite compartir sueños (a partir de esa posibilidad surge la idea de “sembrar” ideas en el inconsciente de otros), etc.

los *flashforwards*) fue producto de un experimento gracias a una maquina semejante a la “máquina de dios”.

¿Han creado estas series estos recursos? Por supuesto que no. La imaginación literaria y cinematográfica desarrollaron estrategias narrativas de este tipo hace tiempo. Pero nos equivocamos si debido a este argumento terminamos subestimando la importancia que estos recursos poseen para caracterizar la ficción actual. Rápidamente expongo dos razones, entre varias que se podrían esgrimir, para sostener este argumento.

En primer lugar, porque frente a la ficción literaria el uso de este recurso establece un salto de escala: la imagen produce una *inmersión del sujeto espectador en el universo ficcional* mucho más fuerte que la letra (Metz (2001 [1977]) lo explicó muy bien en *El significante imaginario. Psicoanálisis y cine*). En segundo término, porque si a este hecho sumamos que estos discursos nos entregan sistemáticamente alteraciones del orden cronológico y juegos entre distintos universos diegéticos, no quedan dudas de que nos enfrentamos a un sujeto espectador notablemente sofisticado (mucho más que el de épocas anteriores): que disfruta con la entrada y la salida permanente, en un mismo relato, en distintas posiciones espectatoriales (metapsicológicas), en discursos que, además, lo desafían permanentemente a reconstruir el orden temporal.

Conclusiones

Nuestras conclusiones se presentan en dos niveles. Por un lado, respecto a la historia de los medios, lenguajes y dispositivos (vínculos entre lo cinematográfico y lo televisivo). Por otro, en lo que hace al lugar que estas series poseen en relación al arte en nuestra contemporaneidad.

En primer término, deseamos insistir en que el análisis de productos televisivos no puede realizarse aislado: todo examen de un producto televisivo o cinematográfico obliga a una reflexión histórica y teórica y debe atender, como mínimo, al Sistema de los Medios Masivos. Si pretendemos no descuidar las complejas relaciones que se presentan entre cine y televisión, podemos comenzar por no olvidar lo que era el cine cuando comienza la televisión: el lugar de consumo audiovisual de ficción y no ficción (en el cine se veían films ficcionales antecedidos de “actualidades cinematográficas”). En un rápido proceso histórico todo eso pasa o se instala en la televisión²⁰. Esta parte de la televisión no tiene nada que ver con la especificidad: la gran novedad que la televisión trajo desde un punto de vista discursivo en el campo de lo audiovisual

²⁰ De las “actualidades cinematográficas” surgen los noticieros televisivos (Verón, 1995), de la ficción cinematográfica surge paulatinamente la ficción televisiva. Y en rigor a la verdad, no sólo de estos desarrollos: la ficción televisiva desde el origen mantiene vínculos con la novela, el teatro e incluso con el radioteatro vigente por entonces en la sociedad.

es la *toma directa*. Gracias a que su oferta sumó buena parte de la discursividad mediática anterior y llegó directamente a los hogares, la televisión terminó generando una profunda crisis en la historia del cine: la producción decrece, se cree que va a morir²¹. Como sucede con tantas cuestiones vinculadas a la historia de la televisión, tal vez no tengamos estudios que muestren cuál fue la verdadera dimensión del impacto que alcanzó en la vida social la instalación del discurso del directo televisivo, pero creemos que fue tan importante para el fin del cine clásico como la emergencia de la *Nouvelle Vague*. ¿Por qué? Porque de pronto en los hogares todos empezaron a contactarse cotidianamente con un discurso cronológico, que respetaba la sincronía de imagen y sonido y se apoyaba en una serie de figuras sintagmáticas (pocas) que ese cine había hecho conocer masivamente (es decir, semejante al cine clásico, si lo comparamos con el actual²²). Ese discurso es sin dudas poderoso (aún hoy produce las mayores audiencias de la historia), pero tiene profundas limitaciones frente al del grabado: temporalmente sólo es capaz de denotar *consecución* (excepto cuando presenta *pantalla partida* (Carlón, 2006: 87-102), momentos en que es capaz de denotar también *simultaneidad*). ¿Cómo se salva el cine, como vuelve a seducir? Nuestra tesis: además de recuperando los desarrollos de la vanguardia, *explorando las casi infinitas posibilidades narrativas del grabado, lenguaje que, a diferencia de directo, puede denotar consecución, simultaneidad, y que gracias a recursos como el flashback y el flashforward es capaz de mostrar secuencias que se desarrollan en el pasado o el futuro* (el directo no puede realizar estas operaciones: si denota pasado es porque se ha repetido una escena anterior, y entonces es mixto, porque articula grabado y directo; y el futuro directamente no tiene forma de enunciarlo: no hay *flashforwards* en el discurso del directo televisivo). De esa búsqueda, que amplió los campos del decir, son resultado las actuales series de las que nos hemos ocupado, que dejaron atrás el discurso clásico que la televisión sostenía, tardíamente, en los 70 y los 80. Le llevó años a la ficción televisiva y cinematográfica responder con un discurso masivo efectivamente a la irrupción del directo. Pero lo ha logrado y hoy las dos ofertas principales de la televisión, la del directo y la del grabado, son radicalmente diferentes entre sí. ¿Otro resultado? Las diferencias entre cine y televisión ficcional en grabado han disminuido en la oferta masiva de género.

Esta última cuestión nos lleva a la otra conclusión que deseamos presentar, acerca del valor artístico de estas series. Conocemos la posición modernista, que es *elitista* (Huysen (2002

21 Expresa Tomás Pérez Turrent, en la puesta punto que expuso en la clásica *Historia del cine mundial* de Sadoul (2000 [1967]), “Al terminar la guerra en 1945, el dominio del cine americano es absoluto, no sólo desde el punto de vista económico sino desde el estético. El dominio económico es un hecho que va de sí, considerando el poder de su industria cinematográfica, la homogeneidad de sus sistemas, el acaparamiento y el control de los mercados. Estéticamente impone reglas, normas, define convenciones dramáticas, representativas, figurativas. Es importante pues ver la crisis del cine tal como se presenta en Hollywood. Varios historiadores, entre ellos Georges Sadoul, coinciden en señalar el año 1950 como el del inicio de la crisis en Hollywood que va a tener como resultado el fin de la hegemonía de las grandes casas productoras. La producción de films baja cuantitativamente hasta llegar en 1954 a su número anual más bajo desde los años 20: 253 films. Según los magnates de la hasta entonces próspera industria la causa única era el rápido desarrollo de la televisión” (497).

22 Insistimos: creer que la caída del cine clásico se produjo sólo por la emergencia del nuevo cine, es un poco ingenuo. Ese cine, que fue el gran espectáculo ficcional masivo del siglo XX, entró en crisis también porque otro discurso *masivo* vino a competir en su propio target con él (masividad que no alcanzaron la *Nouvelle Vague* ni las manifestaciones vanguardistas semejantes del cine arte, por razones obvias).

[1986]), Calinescu (1991 [1987]): de un lado el discurso del Arte, del otro el discurso de los medios (un claro sostenedor de este discurso fue Clement Greenberg (2002, [1961] [1939]) en su clásico “Vanguardia y kitsch”). Es una posición que aunque muchas veces se autodenomine crítica no deja de ser cómoda: evita entregarnos análisis serios de los discursos masivos y, más aún, de los que tienen peor prensa, los televisivos. No decimos aquí borremos las diferencias entre Arte y televisión, entre Arte y cultura masiva. Pero dejemos de repetir los viejos clichés, porque la televisión ha cambiado y, como lo muestran estas series, no todo cambio ha sido para peor.

Referencias bibliográficas

- Calinescu, Matei (1991). *Cinco caras de la modernidad. Modernismo, vanguardia, decadencia, kitsch, posmodernismo*. Madrid: Tecnos
- Carlón, Mario (2006). *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. Buenos Aires: La Crujía.
- ___ (2004), *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, Mario y Scolari, Carlos (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires: La Crujía.
- Greenberg, Clement (2002). “Vanguardia y kitsch”, en *Arte y cultura*. Barcelona: Paidós.
- Huysen, Andreas (2002). *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.
- Jenkins, Henry (2009 [2006]). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- ___ (2008). “En busca del unicornio de papel: *Matrix* y la narración transmediática”, en *Convergence cultura. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- ___ (2003). “Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling”, en *Technology review*. <http://www.technologyreview.com/biotech/13052/> (última consulta 10/12/2010).
- Manovich, Lev (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.
- Metz, Christian (2002). “Raymond Bellour/Christian Metz: entrevista sobre la semiología del cine (1970)”, en *Ensayos sobre la significación en el cine (1968-1972)*. Barcelona: Paidós.
- ___ (2001) *El significante imaginario. Psicoanálisis y cine*. Barcelona: Paidós.
- Pérez Turrent, Tomas (2000). “Puesta al día (1965-1971)” en *Historia del cine mundial (desde sus orígenes)*, de Georges Sadoul. México: Siglo XXI.
- Scolari, Carlos (2008). “La estética post-hipertextual”, en *Artes y medios audiovisuales: un estado de situación II. Las prácticas mediáticas pre-digitales y post-analógicas* (ed. Jorge La Ferla). Buenos Aires: Aurelia Rivera.
- ___ (2009a), “This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la television”, en *El fin*

de los medios masivos. El comienzo de un debate. Buenos Aires: La Crujía.

___ (2009b), "Ecología de la hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad en la televisión contemporánea", en *Televisao digital. Desafíos para a comunicacao.* Porto Alegre: Sulina.

___ (2005), *No pasarán. Las invasiones alienígenas de Wells a Spielberg.* Madrid: Páginas de Espuma.

Tous, Ana (2010). *La era del drama en televisión. Perdidos, CSI: Las Vegas, El ala Oeste de la Casa Blanca, Mujeres desesperadas y House.* Barcelona: UOC.

Verón, Eliseo (1995). *Semiosis de lo ideológico y del poder/La mediatización.* Buenos Aires: FFyL (UBA).

___ (1987). "El sentido como producción discursiva", en *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad.* Buenos Aires: Gedisa.

Alteraciones diegéticas: simulación y simulacros en la nueva narrativa televisiva (2000-2010)

Jordi Alberich Pascual

Introducción: simulacros y acción fílmica en la cultura audiovisual digital

Nuestra época no es ya la de la reproducibilidad técnica (Benjamin, 1936), sino la de la simulación electrónica. La creciente implementación del imaginario visual generado mediante ordenadores prefigura la implantación y ubicuidad de producciones gráficas y audiovisuales creadas al margen de las capacidades miméticas propias del film, la televisión y la fotografía en la era moderna. El rápido desarrollo contemporáneo del amplio y creciente abanico de técnicas, aplicaciones y medios de comunicación de naturaleza digital forma parte de una redefinición en profundidad de las formas y los modos de visión y de representación dominantes propios de la era moderna (Virilio, 1994).

El modelo de visión digital es un modelo de síntesis y virtualización en la construcción de las imágenes. La visión contemporánea se reformula así desde la anterior credibilidad y objetividad fotográfica hacia un nuevo orden visual de simulación y virtualización. Las imágenes digitales de síntesis poseen unas características técnicas y estéticas singulares que ya no permiten su traducción automática en relación con las condiciones tradicionales de las anteriores imágenes de orden físico y químico. Lo que reconocemos como imagen sobre una pantalla consiste únicamente en una simulación gráfica. El carácter de simulacro resulta, por lo tanto, esencial en toda imagen electrónica, la cual no tiene ni peso ni medida tal como los habíamos entendido.

Términos como profundidad, volumen, iluminación o textura resultan ahora plenas y simples metáforas. Frente al carácter acabado, cerrado, de la producción (audio)visual moderna, las imágenes de síntesis se presentan tanto para el autor como para el usuario como un especie de *work in progress* infinito, abierto siempre a la intervención, el retoque, la reutilización y la metamorfosis más radicales. Dentro de los mismos programas de producción y edición audiovisual, la mayoría de las diferentes herramientas y filtros que se proporcionan consisten, de hecho, en una síntesis digital que -tan sólo- simula efectos tradicionales propios de la producción audiovisual analógica.

Los simulacros de naturaleza digital que hoy se funden con las imágenes de acción fílmica de base real transforman radicalmente las relaciones a las que estábamos avezados con las imágenes miméticas e icónicas clásicas. De acuerdo con el análisis de Alain Renaud, "Comprender la visión digital implica en primer lugar asumir la redistribución fundamental que se está produciendo de las posiciones y las funciones del concepto, la imagen y de aquello real, volver a pensar su enunciación en la producción de los saberes (...) Conocemos ya bastante bien la realidad de la lógica formal de la representación pictórica tradicional y, en menor grado, la actualidad de la lógica dialéctica que preside la representación fotocinematográfica, sólo valoramos todavía de

forma pesada y tosca las virtualidades de la lógica paradójica del videograma, del holograma y de la imaginería numérica” (Renaud, 1989: 123).

Lógica de la simulación

El fin de los grandes relatos y la condición *débil* del saber en la cultura contemporánea (Lyotard, 1979) se da hermanada con una lógica de la simulación que alcanza a preconfigurar la definición tanto de lo real como de lo ilusorio. El desarrollo e implementación social y cultural de las imágenes electrónicas y digitales ha alterado las distancias existentes tradicionalmente entre referentes y representaciones comunicativas, alterando de modo revolucionario nuestra relación con la realidad, así como con la instancia y la vivencia de ilusión en las ficciones narrativas de acción fílmica. En este sentido, el pensamiento de Jean Baudrillard resulta ejemplar para mostrar el alcance de estos desplazamientos en la cultura y en la narrativa audiovisual contemporánea.

Baudrillard propone pensar el conjunto de los medios de comunicación de masas como una especie singular de códigos genéticos que conducen a la mutación de lo real en un simulacro de si mismo. Su repetida anticipación a y de los acontecimientos y la escenificación habitual de sus posibles consecuencias tiene como corolario la anulación del valor propio de los hechos, convirtiendo así en numerosas ocasiones los estados de cosas realmente existentes en una mera excusa para el flujo libre y endógeno de la información.

En la sociedad contemporánea ya no resulta posible separar el ámbito económico o productivo del ideológico o cultural. El éxtasis contemporáneo de la comunicación (Baudrillard, 1987), la actual profusión ilimitada de mensajes comunicativos de todo orden y condición que nos envuelve a diario en la Mediasfera²³, reduce cualquier suceso al nivel de una escenografía efímera, transformando lo real en un mero simulacro de si mismo. Nos acercamos a la realidad condicionados por el *filtraje* previo de los medios de comunicación. Los signos de lo que sucede, de lo que es, de lo que acaece en el mundo, se anteceden y se anteponen en numerosas ocasiones a nuestra experiencia directa con éste, comportando un empobrecimiento de la experiencia sensible directa. “Hoy ya no existen la escena y el espejo. Hay, en cambio, una pantalla y una red. En lugar de la trascendencia reflexiva del espejo y la escena, hay una superficie no reflexiva, una superficie inmanente donde se despliegan las operaciones, la suave superficie operativa de la comunicación (...) Todo aquello que se proyectaba psicológica y mentalmente, lo que solía vivirse en la tierra como metáfora, como escena mental o metafórica, a partir de ahora es proyectado a la realidad, sin metáfora alguna, en un espacio absoluto que es también el de la simulación” (Baudrillard, 1987: 189).

Los simulacros –signos que ocultan una ausencia, la ausencia de la necesidad de nuestras vivencias directas – han entrado a formar parte de nuestro mundo, y se han incardinado en su interior como unos elementos reales más se tratase. Resultan emblemáticos de ello los casos descritos por el propio Baudrillard acerca de las cuevas de Lascaux “Bajo el pretexto de salvar el original, se ha prohibido visitar las grutas de Lascaux, pero se ha construido una réplica exacta

23 De acuerdo con el uso amplio de la expresión original de Abraham Moles como aquel entorno y ecosistema de los medios de comunicación que envuelve la vida diaria del hombre en las sociedades contemporáneas.

a quinientos metros del lugar para que todos puedan verlas (se echa un vistazo por la mirilla a la gruta auténtica y después se visita la reproducción). Es posible que incluso el recuerdo mismo de las grutas originales se difumine en el espíritu de las generaciones futuras, pero no existe ya desde ahora diferencia alguna, el desdoblamiento basta para reducir a ambas al ámbito de lo artificial”, y de la preservación ritualizada de los Tasaday “La etnología rozó la muerte un día de 1971 en que el gobierno de Filipinas decidió dejar en su medio natural, fuera del alcance de los colonos, los turistas y los etnólogos, las pocas docenas de Tasaday recién descubiertos en lo más profundo de la jungla donde habían vivido durante ocho siglos sin contacto con ningún otro miembro de la especie. La iniciativa de esta decisión partió de los mismos antropólogos que veían a los Tasaday descomponerse rápidamente en su presencia, como una momia al aire libre (...) Los etnólogos quisieron prevenirse cerrando el cinturón de seguridad de la selva virgen en torno a los Tasaday. Nadie podrá rozar siquiera su mundo: el yacimiento se clausura como si fuera una mina agotada. La ciencia pierde con ello un capital precioso, pero el objeto queda a salvo, perdido para ella, pero intacto en su «virginidad». No se trata de un sacrificio, sino de un sacrificio simulado de su objeto a fin de preservar su principio de realidad. El Tasaday congelado en su medio ambiente natural va a servirle de coartada perfecta, de fianza eterna.” (Baudrillard, 1978: 101-122).

La ubicuidad absoluta de las representaciones digitales o la invasión de la publicidad de todo espacio privado devienen síntomas de una cultura en la que la realidad existe muchas veces sólo en la medida en que los Media se acercan a ella, y en la que los sucesos “reales” se convierten e igualan con ficciones efímeras. Verse en la pantalla equivale paradójicamente a vida efectivamente vivida (sic). De acuerdo con Marc Augé, “la imagen no es ya la vida privada ni la vida pública, sino la propia existencia, la forma que se tiene de existir a los ojos de los demás, una medida de la intensidad de ser. Es por este motivo que tantas personas sueñan con poder salir por televisión para ser vistas, lo que equivale a tener la certeza de existir” (Augé, 2000: 30-31).

Los simulacros que nos ofrecen los medios de comunicación- hoy de forma creciente de naturaleza ya digital- transforman de modo radical las relaciones a las que estábamos habituados con los signos e imágenes tradicionales. Gran parte de todo aquello que resulta(ba) mayoritariamente delimitado y desplazado (cuando no menospreciado) en los medios de comunicación modernos, deviene ahora por el contrario radicalmente accesible, presente e incluso enaltecido en la cultura audiovisual digital, donde realidad y ficción se entrelazan hasta llegar a perder sus fronteras. ¿De donde proviene el omnipresente *déjà vu* que siento (que sentimos) cada vez más al pasear por cualquier ciudad emblemática de Occidente, al introducirnos en un gran estadio deportivo, al mirar la publicidad del momento, al asistir a cualquier gran concierto multitudinario? La realidad imita a los medios de comunicación, y los medios de comunicación imitan a la realidad en un aparente bucle sin final.

Asimismo, esta precesión y suplantación de lo real da lugar a su vez a un particular ritual de ocultación de lo que es de hecho transparente, enteramente accesible y visible a través de

los medios. Pese a saber y reconocer nuestro acceso radical a la visualización de aquello tradicionalmente resguardado y reservado, mantenemos habitualmente el juego simulado de su ocultación. “Estamos en un mundo donde la función esencial del signo es hacer desaparecer la realidad, y al mismo tiempo, velar esta desaparición. Detrás de cada imagen algo desaparece. Lo mismo ocurre con el ilusionismo de la información y de la memoria: detrás de cada información desaparece un acontecimiento, bajo el pretexto de la información los acontecimientos nos son retirados uno a uno. Entran así en un reino de lo virtual, exactamente como las pinturas rupestres precintadas o los edificios embalados por Christo.” (Baudrillard, 1997: 204). Encontramos un ejemplo paradigmático de este nuevo ritual de la transparencia en la pornografía.

Tradicionalmente, la obscenidad (aquello que no puede ni debe ser visto) de lo pornográfico consistía en mostrar, en hacer visible, todo aquello que por razones de orden moral o religioso estaba prohibido. Hoy, por el contrario, en el éxtasis contemporáneo de la comunicación, la pornografía se ha convertido en un simulacro más. “Nuestra imaginería erótica y pornográfica, toda esa panoplia de senos, nalgas y sexos, no tiene más sentido que éste: expresar la inútil objetividad de las cosas. Lo sexual no es más que un ritual de la transparencia. Antes había que esconderlo, hoy en cambio sirve para esconder la raquílica realidad. Estas imágenes no están tomadas en un juego de emergencia y de desaparición. El cuerpo ya está allí sin la chispa de una ausencia posible, en el estado de radical desilusión que es el de la pura presencia.” (Baudrillard, 1994: 78). La desnudez del cuerpo humano aparece hoy sin la posibilidad de una ausencia. La suya no es ya una obscenidad de lo oculto, oscuro, prohibido, sino de una obscenidad de aquello demasiado visible, de lo que no tiene ya secreto, de lo que ha devenido completamente transparente. La visión de parcelas ocultas de la realidad se ha convertido en un ritual, un ritual en el que ocultamos su visibilidad, su potencial transparencia plena a nuestra visión.

De acuerdo de nuevo con Baudrillard, estamos falsamente reconciliados con esta transparencia radical de la totalidad de la escena social, manteniendo una obscenidad simulada de forma ya tan sólo ritual. La cruda y fría luz de la información afecta a la totalidad de lo real. La cultura visual digital es la propia de la era de la información, esto es, fruto y resultado de un intercambio comunicativo constante y acelerado que provoca una ruptura con la era moderna de la primera sociedad de consumo, dominada aún por la coincidencia imaginaria del modelo, de la representación y de la realidad. Frente a esta, la cultura audiovisual digital se define de acuerdo por la substitución de lo real por sus signos, por la liquidación de los referentes en la precesión de los modelos sobre los hechos, en una particular mutación de nuestra relación tanto con el mundo real como con los mundos ficticios.

Alteraciones diegéticas en la ficción audiovisual

La genealogía e institucionalización del discurso audiovisual moderno se ha fundamentado en la capacidad de promover y asegurar la elaboración significativa e inmersión del espectador en las coordenadas establecidas por la narración (audiovisual).

La introducción del público moderno en las salas de exhibición cinematográfica conlleva en los

espectadores un proceso de inmersión y sustitución de la realidad exterior. Un proceso que acentúa el papel y función del cine como dispositivo audiovisual de sustitución de la realidad: “la intercepción de la vista con los dispositivos de visión comporta que los mecanismos visuales no se perciban ya como simuladores (...) sino como substituidores. Si ya no hay simulación sino sustitución, se refuerza el valor verídico de la imagen, legitimándose así socialmente en su interacción con el público” (Marzo, 1998: 2). La diégesis audiovisual aparece así estrechamente vinculada al cine de ficción narrativa, pudiendo definir tanto la operación de estructurar y dar forma a la obra narrativa, como la construcción mental elaborada por el espectador de ésta (Metz, 1981).

La inmersión en situaciones que implican una sustitución de nuestra experiencia directa, favorece la vivencia y el acceso a un estado psicológico de encantamiento y de creación activa de verosimilitud. Una experiencia diegética, percibida como placentera gracias al goce obtenido en toda ilusión participativa, al sentirnos trasladado a un nuevo lugar donde poder desarrollar como vivencia plena la historia percibida audiovisualmente (De Pablos, 1989: 11).

Diégesis, término que deriva del vocablo griego διήγησι, presenta una significativa polisemia en el seno del discurso narrativo y audiovisual, lo que posibilita su uso plural y compuesto como noción clave para analizar, describir y estudiar tanto la tendencia de la historia a presentarse como un universo propio, enmascarando su carácter ficticio y antinatural [ilusión diegética], el proceso de inmersión del espectador, su identificación con la cámara hasta llegar a vivir como experiencia real la representación audiovisual [experiencia diegética], así como el mundo de ficción con sus propios límites espacio-temporales [el plano diegético].

De acuerdo con Gerald Prince (1987) ésta hace referencia al mundo (ficticio) en que las situaciones y los eventos narrados ocurren a partir de los tres ejes de acción propios de la diégesis (espacio, tiempo y personajes). Efectos diegético o extradiegético, música diegética, o reproducción extradiegética, diálogos diegéticos o diálogos extradiegéticos ... todas y cada una de estos usos y aplicaciones habituales de lo diegético en la narrativa audiovisual, se dan en y desde su subsunción e identificación como ilusión ficcional.

Uno de los campos culturales contemporáneos que testimonia de forma singular la particular mutación de nuestra relación tanto con el mundo real como con los mundos ficticios es el de la narrativa audiovisual de ficción televisiva de la última década, testimonio y documento de la pérdida de la ilusión (modernidad) a manos de alteraciones simuladas de ésta (postmodernidad), y caracterizadas por la vehiculación habitual de alteraciones diegéticas en su desarrollo argumental. Frente a la tendencia de la historia a presentarse como un universo propio, enmascarando su carácter ficticio en la ilusión diegética tradicional, la narrativa televisiva de un conjunto significativo de las series emblemáticas de la primera década del siglo XXI hace uso de una singular y explícita diégesis simulada.

El conjunto de su desarrollo y avance narrativo depende y se fundamenta en la articulación de simulacros diegéticos. Unos simulacros aceptados por los espectadores contemporáneos

como naturales pese a su rotundo carácter artificioso. Es así, por ejemplo, como los más de 100 capítulos (lineales en el tiempo) de *Desperate Housewives*²⁴ aparecen narrados todos ellos a partir de la voz en off y en tiempo presente de la protagonista que se suicida en el primero de sus capítulos (sic). Éste y otros simulacros caracterizan un conjunto significativo de la narrativa televisiva de ficción más emblemática de la última década, aquella en la que se visualiza una nueva narrativa audiovisual dominada por la lógica de la simulación propia de la cultura postmoderna.

Simulación y simulacros en La Tercera Edad Dorada de la Televisión: *Lost*

Las series de televisión de la -denominada habitualmente- Tercera Edad Dorada de la Televisión (*The Wire*, *The Sopranos*, *24*, *Desperate Housewives*, *Grey's Anatomy*, *Sex and the City*, *The West Wing* o la omnipresente y emblemática *Lost*, entre otras) ejemplifican y son emblema de un estallido de creatividad en la ficción narrativa audiovisual de habla inglesa contemporánea. La singularidad, interés e importancia del conjunto de estas producciones televisivas, su excelencia, no se debe primordialmente a innovaciones tecnológicas, estéticas y/o propias del desempeño actoral, sino a su escritura. Si algo permite caracterizar precisamente el conjunto de esta *Tercera Edad Dorada de la Televisión* es la importancia central de los guionistas en su definición: su investigación y experimentación narrativa y su apuesta decidida por la búsqueda de una nueva forma de narrar. *Mad Men*, *The Wire*, o *Lost*, -entre otras- son sin duda series de calidad narrativa literaria. Centraremos a continuación nuestra atención en la última de éstas, *Lost*. Una serie que ejemplifica como ninguna la participación en -y el dominio de- una lógica de simulación en su definición y recepción cultural.

Producida por ABC Studios y Bad Robot Productions, y creada y guionizada originalmente por Jeffrey Lieber, J. J. Abrams y Damon Lindelof, esta serie de ficción se emitió originalmente en Estados Unidos por la cadena ABC a lo largo de seis temporadas con notable éxito, desde el 22 de septiembre de 2004 y hasta el 23 de mayo de 2010, llegando a convertirse en un destacado referente en la cultura popular contemporánea. Narra las complejas, sorprendentes y misteriosas vicisitudes de un grupo de supervivientes de un vuelo transoceánico -un Lockheed L-1011 TriStar que realizaba el vuelo 815 de Oceanic Airlines, de Sidney a Los Angeles- en una extraña -por el cúmulo de acontecimientos que acontecen en su interior- isla del Pacífico.

La articulación temporal de *Lost* se desarrolla en un complejo vaivén en la línea del tiempo. La narrativa audiovisual de la serie combina la acción en la isla donde transcurre la historia con una larga serie de flashbacks relativos a un personaje por episodio. Los hay que muestran la vida de éste antes de embarcarse en el viaje que lo conduciría hasta la isla, aunque son también comunes otros mucho más cercanos al tiempo presente, y que muestran fragmentos vividos ya en la isla, aunque desconocidos en relación a la trama y al desarrollo argumental precedente. A partir de la cuarta temporada, estos flashbacks se complementan de forma creciente con flashforwards. Unos y otros adquieren un papel central en el desarrollo argumental de la serie,

²⁴ *Desperate Housewives* (Mujeres desesperadas en su traducción en España) es una serie creada por Marc Cherry, producida por los estudios de ABC y Cherry Productions, y emitida originalmente desde el 2004.

lejos de su uso convencional como elementos menores, puntuales y/o accesorios en relación al tiempo presente narrado. Es más, el uso intensivo de ambos recursos narrativos audiovisuales, flashback y flashforward, alcanzará a relativizar y desplazar la centralidad del tiempo presente como base de la ilusión diegética, hasta incluso hacer un uso simultáneo de dos líneas temporales indistintas para narrar la historia en las últimas temporadas de la serie.

Los seguidores de las seis temporadas de *Lost* lo serán en y desde una vivencia diegética alterada. Lejos queda la ocultación, creencia e inmersión en el carácter ficticio del mundo narrado propio de la historia. Acaecida su difusión y recepción en pleno apogeo de la web 2.0 y de las redes sociales, los incontables foros de discusión existentes en Internet sobre el desarrollo de la serie, los cientos de blogs de análisis y crítica de los giros efectuados en el guión temporada tras temporada, o los mismos grupos de fans de la serie en las redes sociales como Facebook o Twitter testimonian una consciencia explícita colectiva compartida sobre el carácter artificioso de su narración. Una consciencia extradiegética ésta, las más de las veces compartida en tiempo real, y en la que espectadores y seguidores de la serie se desdoblaron y gustan de asumir el papel de los propios guionistas²⁵. Unos guionistas, a su vez, que han reconocido errores cronológicos en el propio desarrollo argumental de la serie ya emitida en respuesta a las manifestaciones y críticas del propio *fandom* de la serie²⁶, mezclándose así los planos de la creación y de la recepción narrativa en un particular anillo de Möbius. Los efectos del uso intensivo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación sobre la recepción y la experiencia diegética de *Lost*, nos ilustran precisamente sobre este desplazamiento de lugares, distancias y fronteras comunicativas tradicionales.

Los entornos virtuales posibilitan y promueven situaciones dinámicas de interrelación entre lo público y lo privado, entre lo subjetivo y lo objetivo, entre autor y lector. El conjunto de estas operaciones de virtualización recibe habitualmente el nombre de efecto Möbius, que toma su nombre de la anilla o cinta de Möbius, una figura geométrica ideada por el matemático alemán August Ferdinand Möbius en el siglo XIX para mostrar las propiedades topológicas de torsiones y pliegues. La singularidad de la anilla de Möbius radica en poseer una sola cara al mismo tiempo interior y exterior. De hecho, en la anilla de Möbius, la misma distinción interior y exterior resulta ya absurda. Más aún: pese a su apariencia visual de posesión de dos caras, la cinta de Möbius tan sólo posee realmente una cara con un solo vértice común, al mismo tiempo interior y exterior, derecha e izquierda, superior e inferior.

Aplicada ésta indistinción de fronteras y distancias habituales al conjunto de la cultura audiovisual digital -de la que en ocasiones funciona como emblema gráfico-, el efecto Möbius referenciará

25 Tanto durante el transcurso de la serie, como muy especialmente ante la cercanía y superación del último capítulo de la misma, Internet ha sido testimonio en prácticamente todos los países donde se ha emitido regularmente *Lost*, de páginas web y blogs animando a publicar el final preferido para la serie, e incluso finales alternativos al definitivo. Como ejemplo emblemático de todo ello, véase: <http://proyectounfinaldignoparalost.blogspot.com/>

26 Ante la incongruencia detectada por los seguidores de la serie sobre la edad del personaje de Charlotte, los propios guionistas Lindelof y Cuse tuvieron que dar una explicación pública del problema, disculpándose ante toda la comunidad de fans por fastidiar la historia. Lindelof y Cuse aseguraron no recordar que el experto de continuidad, Gregg Nations, propuso usar la fecha de nacimiento real de la actriz que interpretaba a Charlotte -Rebecca Mader- como el día en que nació su personaje en la serie, diez años mayor que ésta en el plano diegético.

la consciencia necesaria sobre implementación creciente de una experiencia perceptiva en la cual realidad y ficción, actualidad y virtualidad, representación y simulacro pasan a darse en el mismo plano, indistintos y equiparados. Una experiencia perceptiva que parece actualizar el pensamiento que Jacques Derrida hiciera sobre la propia experiencia sensible asociada a lo digital: “El ordenador crea un nuevo lugar, en él se está más fácilmente proyectado al exterior (...) Inversamente, debido a la fluidez plástica de las formas, a su flujo continuo, a su casi completa impermeabilidad, también se está cada vez más resguardado en una especie de asilo protector. Ya no existe el exterior. O mejor dicho aún, en esta nueva experiencia de la reflexión especular hay más exterior y al mismo tiempo no hay ya exterior. Uno se ve sin verse envuelto en una esta espiral fuera/dentro” (Derrida, 1996: 29).

Botón de muestra más de las singulares alteración diegéticas en y a partir de las que se da esta nueva narrativa televisiva es el mismo anuncio público en 2007 por parte del presidente de la productora de la serie, ABC Entertainment, que el fin de la serie sería tres años después. Un anuncio sin precedentes, que trasladaba así al público la extensión y previsión de su desarrollo argumental hasta un total previsto de 121 episodios.

Es así como en *Lost*, todo aquello tradicionalmente resguardado y reservado -el carácter ficticio y antinatural del universo propio de la historia [ilusión diegética]- que posibilita(ba) la ilusión diegética, deviene por contra expuesto en su radical transparencia. La experiencia e inmersión diegética del vasto *fandom* de *Lost* se basa y se mantiene así a partir de una ritualización digital del proceso de inmersión del espectador, y de la ritualización simulada de su vivencia real, en el seno de un complejo e intensivo juego simulado de ocultación de su carácter ficcional.

Referencias bibliográficas

- Augé, M. (2000), “Acontecimientos, medios de comunicación”, En *Ficciones de fin de siglo*. Barcelona, Editorial Gedisa. 2001.
- Baudrillard, J. (1978), *Cultura y simulacro*, Barcelona, Editorial Kairós, 1985.
- Baudrillard, J. (1987), “El éxtasis de la comunicación”, En *La postmodernidad*, Hal Foster (ed.), Barcelona, Editorial Kairós, 1988.
- Baudrillard, J. (1994), *El otro por si mismo*, Barcelona, Editorial Anagrama, 1996.
- Baudrillard, J. (1997), *Pantalla total*, Barcelona, Editorial Anagrama, 2000.
- Benjamin, W. (1936), “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, En *Discursos interrumpidos I*, Madrid, Editorial Taurus, 1981.
- De Pablos, J. (1989), “La diégesis cinematográfica y sus implicaciones didácticas”. Enseñanza

& Teaching. Revista interuniversitaria de didáctica, 7, pp. 9-16.

Derrida, J. (1996), "Sobre el tratamiento de texto", En *No escribo sin luz artificial*, Valladolid, Cuatro ediciones, 1999.

Lévy, P. (1995), *¿Qué es lo virtual?*, Barcelona, Paidós Multimedia, 1999.

Lyotard, J.F. (1979), *La condición postmoderna. Informe sobre el saber*, Madrid, Editorial Cátedra, 1984.

Marzo, J.L. (1998), "Ilusión e ideología en la máquina de ver", En *Singular Electrics*. Barcelona.

Metz, C. (1971), *Langage et cinéma*, Paris, Larousse.

Prine, G. (1987), *A Dictionary of Narratology*, Lincoln, University of Nebraska Press.

RenauD, A. (1989), "Comprender la imagen hoy. Nuevas imágenes, nuevo regimen de lo visible, nuevo imaginario". En *Videoculturas de fin de siglo*, VV.AA, Madrid, Editorial Cátedra, Colección Signo e Imagen, 1990.

Virilio, P. (1994), *La máquina de visión*, Madrid, Editorial Cátedra, 1999.

Roles narrativos en red: la muerte del espectador medio en *The Wire*

Hibai López

Introducción

Este artículo surge a raíz de varias preguntas iniciales: ¿en qué consiste la afirmación del conocido eslogan de la HBO “It’s not TV, it’s HBO”. Más aún, ¿se refiere a un estatus distintivo a la hora de elegir los temas, de reformular los géneros, de buscar financiación exclusivamente a través de los suscriptores? En concreto las preguntas se encaminaron hacia la serie *The Wire* (en adelante *ThW*), que a pesar de recibir una fría acogida por parte de los espectadores y no muy buenas críticas de los expertos durante la primera temporada, la cadena había decidido mantener en antena hasta el final ideado por su creador, David Simon. *ThW* fue emitida desde junio de 2002 hasta marzo de 2008 por la cadena de cable Premium *Home Box Office*, llegando a cosechar en la quinta y última temporada audiencias de 700.000 espectadores en una cadena, la HBO, con más de 30 millones de suscriptores en todo EEUU. ¿Por qué razón mantener un producto que no engancha al público, que tarda en generar críticas aclamadoras — la primera temporada dejó fríos a los críticos — y no consigue apenas nominaciones en los Emmy — dos en cinco temporadas — o los Globos de Oro? La hipótesis de trabajo que fundamenta este trabajo responde a la pregunta anterior del siguiente modo: porque *ThW* suponía una evolución en términos de narración tan grande que una cadena que acababa de clausurar su época de ficción más laureada no podía dejar escapar la oportunidad de seguir a la vanguardia.

El texto constará de una introducción dónde se explican las preguntas iniciales, el objeto de estudio y se resumen los contenidos del artículo. Tras un breve repaso bibliográfico de los autores que han tratado la ficción televisiva hasta el momento, se realizará una introducción del contexto de la HBO en el sistema productivo televisivo norteamericano, con especial atención a los cambios de normativa reguladora que supusieron un empujón para la cadena en los 90. En este mismo bloque se presentará la política de programación de la emisora y sus elecciones temáticas. Asimismo se pondrá en contexto el estudio de *ThW* con el resto de la producción de series de la cadena. El artículo se centrará en el análisis de los contenidos narrativos que la serie propugna: el formato de novela visual o película de 13 horas y la adopción de unos roles narrativos en red que permiten el tráfico de las funciones del discurso de unos personajes a otros.

Literatura sobre ficción televisiva

La producción académica sobre el estudio de las series de televisión ha aumentado considerablemente en los últimos años. Hablando concretamente sobre la segunda época dorada de la televisión americana — década de los noventa, *Twin Peaks* (1990-1991, ABC), *The X-Files* (1993-2002, Fox) , *Buffy the Vampire Slayer* (1997-2001 WB Network y 2001-2003 UPN) —son precursores los estudios de Robert J. Thompson (1996). Desde su *alma mater*,

University of Syracuse, se ha continuado la producción científica en torno a la ficción televisiva hasta nuestros días, dando como resultado relevante para este artículo la defensa en diciembre de 2008 de una tesis doctoral escrita por Todd Michael Sodano y dirigida por el propio Robert J. Thompson cuyo tema único fue *ThW*.

Los textos a partir de la eclosión de *The Sopranos* (1999-2007, HBO) durante esta última década son múltiples y aparecen recogidos en varios libros (Cascajosa Virinos, 2007). En especial en torno a la HBO son muchos los artículos aparecidos en revistas académicas: sobre la cadena en su conjunto (Cascajosa Virinos, 2006), (Jaramillo 2002), (Brown y Cavazos, 2005); sobre *The Sopranos* (Lavery ed., 2006), (Gorton, 2009); sobre *Deadwood* (Lavery ed., 2006), (Westerfelhaus y Lacroix, 2009); sobre *Rome* (Mamie Peers, 2009); sobre *Six Feet Under* (Lavery, 2005). Especialmente abundante es la literatura sobre *ThW* con autores como (Sodano, 2008), (Seehan y Sweeney, 2009), (Hanson, 2008) o (Fuller, 2010).

En España, la ficción estadounidense comenzó a tratarse a finales de los 80 con un libro canónico llamado *El relato electrónico* editado en 1989 por Jiménez Losantos y Sánchez-Biosca. En él se observa claramente el intento de *academización* de la televisión a través del análisis de telefilmes o capítulos de *Alfred Hitchcock presents*, donde aún no se puede hablar con seriedad sobre la televisión si no es explicitando su ligamen con el cine. Aún así entre ellos se encuentran algunos de los primeros textos sobre narrativa serial norteamericana como los dedicados a *Miami Vice* (1984-1990, NBC) o *Hill Street Blues* (1981-1987, NBC). Entre los cuales está el de Santos Zunzunegui, que un año antes, en 1988, había publicado junto a Juan Zubillaga un examen espacial sobre *Hill Street Blues* (Cascajosa Virinos, 2007: 23). Recientemente, en mayo de 2010 se ha publicado por Errata Naturae en España un libro íntegramente dedicado a *ThW* que compila textos aparecidos anteriormente en inglés.

La HBO como modelo de nuevas narrativas

La HBO fue fundada en 1972 por la Time, Inc como plataforma de *premium cable* — en contraposición al *basic cable*, cuyos canales se incluyen sin pagos extra pero que contiene publicidad en sus emisiones — para que el multimillonario grupo de comunicación pudiera ofrecer películas de estreno bajo pago de una tarifa plana de suscripción. Para 1975, cuando la cadena saltó a la emisión vía satélite, sus suscriptores sumaban 300.000. Para 1983 ya había ascendido la suma a los 12.500.000, tres veces más que su mayor competidor de televisión por cable (Gomery, 1984:66). El imparable atractivo para los suscriptores se vio frenado a mediados de los 80 con la irrupción del vídeo, lo que obligó a la cadena en primer lugar a codificar su señal en 1986 y en segundo lugar a apostar por la producción propia, que la diferenció de sus competidores Showtime y Starz y que para 2001 ya representaba entre el 30 y el 40% de la parrilla de HBO (Cascajosa Virinos, 2006:25).

A mediados de los 80 HBO acumulaba una serie de pleitos y demandas abiertas debido al atrevimiento que mostraba en su programación a la hora de tratar el sexo, la violencia o los problemas raciales. El hecho de ser un operador premium de cable hacía que pudiera saltarse

las regulaciones de la FCC (*Federal Communications Commission*), en materia de horarios protegidos y temática provocadora, cosa que las *Networks* (ABC, FOX, NBC y CBS) no podían hacer. Además el no tener la servidumbre de los anunciantes posibilitaba a la cadena centrarse exclusivamente en producir los contenidos más atractivos para captar nuevos suscriptores. Para 2007 se estima que el 30% de los hogares de los EEUU tenían HBO contratado en sus paquetes de cable, unos 30 millones de personas, aunque eso supusiera un encarecimiento de la factura del 40% (Leverette, 2008:5).

El paradigma de televisión de calidad que parece indisolublemente asociado a la HBO proviene de dos maneras diferentes de enfocar la calidad televisiva en el Reino Unido. En primer lugar, a través del *Pilkington Report* de 1968 se describía en el país británico la audiencia televisiva como un sujeto incapaz de juzgar y al que hay que proteger de contenidos indeseables. Este paradigma se quebró con el *Peacock Report* de 1986 en donde se reconocía la soberanía del consumidor (*consumer sovereignty*) y su capacidad para juzgar lo que le interesa (McCabe en Hammond, 2005:209). Hasta la fecha las *Networks* aplicaban a rajatabla el paradigma *Pilkington* que se resumía en la célebre frase del presidente de la NBC de finales de los 70: “*least objectionable programming*” (Pearson, 2005:13), es decir, programar intentando no ofender a nadie, no tanto contentando como no descontentando al espectador.

Desde entonces los modelos fueron cambiando rápidamente. La propia NBC lanzó *Hill Street Blues* en 1981 en horario *prime-time* para luchar contra los productos de no ficción de CBS y ABC. Esta serie supuso el comienzo de lo que se llamó “*low rating + right viewers*”, es decir, la búsqueda de una audiencia de calidad que segmentaba al consumidor y lo hacía más atractivo para los anunciantes. Posteriormente, ya en los 90, *The X-Files* era el producto que la Fox lanzaba, con un formato que anticipaba las series HBO: una hora de duración en *prime-time* y una audiencia modelo que se hallaba en el grupo de edad de los 18 a los 49 años (Johnson, 2005: 60).

Y llegamos a 1997. La HBO centrada en el boxeo, producto estrella de la cadena, y el cine. Es en este momento cuando lanzan *Oz* (1997-2003, HBO), un drama carcelario con contenido violento, relaciones homosexuales explícitas, drogas y desnudos frontales masculinos. Es la primera de las series con el formato que hará famosa a HBO: temporadas de 10-13 capítulos, una hora de duración, emisión los domingos en *prime-time* y contenido controvertido. Después vendrán *The Sopranos* 1999, *Six Feet Under* 2001, *The Wire* 2002, y así sucesivamente a razón de un estreno por año (*Carnivale* 2003, *Deadwood* 2004, *Rome* 2005, *Big Love* 2006, *Tell Me You Love Me* 2007, *John From Cincinnati* 2007, *True Blood* 2008, *No1 Ladies Detective Agency* 2009, *Treme* 2010).

Llegados a este punto nos encontramos con una de las respuestas a la pregunta inicial: ¿por qué *ThW* no fue retirada cuando cada año disminuía su audiencia? En diciembre de 2004 *ThW* acabó de emitir su tercera temporada. En ese momento la serie estaba a punto de ser cancelada. El año siguiente *Six Feet Under* finalizaba su emisión y en 2006 *The Sopranos* ponía punto y final a la serie más exitosa de la cadena. En este contexto *ThW* se hundía en las audiencias al

mismo tiempo que era aclamada por lo críticos unánimemente. Y la HBO sorprendentemente después de un lapso de dos años sin emitirla la reincorporó a parrilla por dos años más como último estandarte de la calidad que se le suponía a la cadena. Dos años después, *ThW* ya terminada y entre medio, Chris Albretch, CEO de la HBO hasta el momento, arrestado en 2007 en Las Vegas por atacar a una mujer ebrio, parecía que el final de la hegemonía del canal llegaba a su fin. Las cadenas rivales triunfaban con algunos productos de nivel HBO: AMC con *Mad Men* (2007-presente) y *Breaking Bad* (2008-presente), ABC con *Lost* (2004-2010), NBC con *30rock* (2006-presente), Showtime con *Weeds* (2005-presente) o *Dexter* (2006-presente) son sólo algunos ejemplos.

En cualquier caso, tras los proyectos fallidos desde 2007 hasta la fecha en HBO — todas las series de una hora de duración estrenadas en HBO desde 2006 a 2010 han cosechado en conjunto un solo Emmy, frente a los 50 acumulados por las series estrenadas de 1999 a 2005 — parece que el futuro a corto plazo es halagüeño debido al éxito de *True Blood* (2008-presente), que recupera niveles de audiencia similares a los de *The Sopranos* (premier de la 3ª temporada de *True Blood* con 5.100.000 espectadores según U.S. Nielsen Ratings), el regreso del David Simon con *Treme* (2010-presente), el próximo regreso del creador de *The Sopranos*, David Chase, con la miniserie *A ribbon of Dreams* y el estreno en septiembre de 2010 de la serie de Martin Scorsese *Boardwalk Empire* y primavera de 2011 de *Game of Thrones*.

Novela visual

“The pleasures of television viewing have often been academically recorded as pleasures of seriality, familiarity, order and repetition” (Hills en Creeber, 2004:190). Éste es el punto de partida de la serialidad televisiva. Un lugar para “*aplacar y sosegar al mayor número de espectadores posibles*” (VVAA, 2010:13) en el que poder sentir la predictibilidad del producto.

En la ya clásica introducción de Omar Calabrese a los formatos narrativos de las series de TV podemos echar un vistazo a su evolución a lo largo de las últimas cinco décadas. El quinto y último modelo estudiado por el autor italiano, que se impone tras la aparición de *Dallas* (1978-1991, CBS) o *Hill Street Blues*, es el que denomina “multiple narrative formations” (Hammond, 1999:86) y que se define como una red de narraciones sin un centro narrativo aparente. Uno de los productos más acabados con esta estructura fue *Twin Peaks*:

Instead of choosing one consistent narrative mode for all aspects of its scripting, the creators of *Twin Peaks* chose two by letting a serialized detective story (the joint local and federal investigation into the death of Laura Palmer) serve as an expositional framework for the introduction of an off-centre soap opera (the ongoing plots of daily life in *Twin Peaks*, Washington) (Dolan en Lavery, 1995:35)

El concepto de *off-centre* parece retomado por el propio David Simon al decir de *ThW* que “trata de imitar la forma de la novela moderna, es decir, enfocar las cosas desde distintos puntos de vista” (VVAA, 2010:50). Aún con todo, la novedad de esta propuesta es relativa ya que otras series como *Lost* y varias de la HBO — *Rome*, *Treme*, *Tell Me You Love Me* o *Deadwood* — también la utilizan, habiéndola convertido a estas alturas en marca de la casa HBO. Su verdadera

novedad reside más bien en la exclusión de cualquier tipo de concesión al espectador, como por ejemplo un “punto de entrada” que permita acceder a mitad de temporada al espectador que no haya seguido la serie desde el inicio. “They are coming in on chapter 48 of 200-chapter Russian novel” como indica Richard Price (Sodano, 2008:182). En palabras del propio creador David Simon, cada temporada de *ThW* es una “película de 13 horas” (VVAA, 2010:36) y por tanto requiere de una visión de conjunto y no fragmentada. Allí donde otras series introducen “momentos de clímax antes de las pausas publicitarias” (Gregory, 1997:25) entre otros trucos para retener a la audiencia, *ThW* renuncia a ello frontalmente.

Uno de los aspectos que más echaba para atrás a la HBO del proyecto de serie *ThW* era su temática. El género policiaco se consideraba poco original para una cadena tan rompedora como ésta. Los ejecutivos de la cadena consideraban que no era un producto HBO sino de una de las *Networks* (VVAA, 2010:29). Precisamente el sello de originalidad de David Simon consiste en rechazar una idea rompedora de partida — contar la historia de una familia mafiosa, de una familia con un negocio funerario, de un pueblo de North Dakota a finales del XIX o de unos supervivientes de una isla — para contar simplemente la historia de la vida en los barrios bajos de Baltimore o en la destruida Nueva Orleans. Y crear la distinción a través de la narración. ¿Serie de género? “ThW initially subverted the “cop show” genre and eventually became a “genre-less” socially relevant drama” (Sodano, 2008:36).

Simon ha sido cuestionado varias veces acerca del armazón narrativo tan complejo de *ThW* y del esfuerzo tan grande que exige del espectador para poder comprenderlo plenamente. En una de esas ocasiones produjo un texto que es citado regularmente como declaración de intenciones del autor:

My standard for verisimilitude is simple and I came to it when I started to write prose narrative: fuck the average reader. I was always told to write for the average reader in my newspaper life. The average reader, as they meant it, was some suburban white subscriber with two-point-whatever kids and three-point-whatever cars and a dog and a cat and lawn furniture. He knows nothing and he needs everything explained to him right away, so that exposition becomes this incredible, story-killing burden. Fuck him. Fuck him to hell (Simon en Hornby, 2007:76).

Esta falta de consideración hacia el espectador medio es la que permite al equipo de creadores de la serie profundizar en una estructura más arriesgada aún a riesgo de costarle un sobre esfuerzo a la audiencia. La experiencia de Simon como periodista del *Baltimore Sun* le enseñó que los diarios pierden constantemente las mejores historias por querer estar en las historias que generan beneficios (Hanson, 2008). De ahí que el foco de las tramas sea una red urbana, institucional y no un protagonista individual. Así lo ha hecho hasta la fecha David Simon en todos sus productos HBO: en *The Wire*, en *Treme*, en *The Corner* (2000) y en *Generation Kill* (2008). Como veremos más adelante, la contraposición de las esferas de lo político-institucional y de lo familiar-individual crean una serie de dinámicas que son explicadas a través de la dicotomía teatro griego - teatro shakespeariano.

Novela realista – teatro griego

He comentado cómo *ThW* fue concebido desde el inicio como una película de 13 horas por temporada sin concesiones al espectador medio. Han sido constantes las comparaciones con la novela realista del XIX. El propio Simon, consciente de ello ha recurrido a menudo a los símiles literarios para explicar la estructuración de la serie. La estrategia de retrasar el desarrollo y la conclusión de las acciones la justifica a través de Moby Dick: “Go back and look at the first few chapters of Moby Dick... You don’t even get on the deck of the Pequod until Chapter 5” (Simon en Deggans, 2003). La aparición de la ballena también se retrasa en un lujo que la novela del XIX podía tomarse pero que difícilmente una serie americana del siglo XXI puede. De hecho, los creadores a sabiendas del paso lento del desarrollo de *ThW* insistieron en enviar de golpe a los críticos de televisión varios capítulos de la primera temporada, y no sólo el piloto, para que pudieran empezar a conectar tramas y no se quedaran con un único capítulo, que por sí solo no significaba nada.

La novela realista decimonónica es una cita central en la trama de la quinta temporada. Los editores del *Baltimore Sun* buscan historias con “el aspecto dickensiano”: noticias sobre vagabundos, desplazados, marginados... Los guionistas de *ThW* ironizan sobre este aspecto *dickensiano* del nuevo periodismo e introducen la broma de que los chavales de los bajos fondos de Baltimore utilicen la palabra *charles dickens* (de *dick*, pene) para referirse a su pene.

Quizá la referencia literaria más fértil de cuantas han hecho los creadores de la serie se encuentre en la contraposición del teatro griego y el teatro de Shakespeare. Se ha aplicado con frecuencia el calificativo de shakespeariano para describir varios de los dramas de la HBO y en especial *ThW*. David Simon, sin embargo, ve la raíz griega más arraigada en su obra:

The Wire is a Greek tragedy in which the postmodern institutions are the Olympian forces. It’s the police department, or the drug economy, or the political structures, or the school administration, or the macroeconomic forces that are throwing the lightning bolts and hitting people in the ass for no decent reason (Simon en Hornby, 2007:22)

De nuevo las instituciones y el poder fáctico en su conjunto se sitúan en un nivel jerárquicamente superior. No se trata de seguir la historia de la familia Fisher (*Six Feet Under*), Soprano (*The Sopranos*), Henrickson (*Big Love*) o Yost (*John From Cincinnati*) sino de urdir una trama más amplia, de más altos vuelos, y que al contrario que las series anteriormente citadas declina utilizar la metonimia, una familia igual a una sociedad, como figura de significación. El concepto de familia otorga cercanía y capacidad de identificación. Sus miembros pueden vencer las dificultades y al final se produce una catarsis del espectador a través de sus luchas por salir adelante. Como señala Simon, en *ThW* no hay ninguna concesión a los personajes, no hay mito americano de superación, no hay recompensas al trabajo bien hecho sino estructuras sociales que imposibilitan todo lo anterior. La identificación con las tragedias griegas en lugar de con el teatro de Shakespeare es sencilla: el destino es insuperable e ineludible, no cabe combatirlo. Fernando Savater toma un fragmento de Macbeth como paradigma del paso de la tragedia griega a la tragedia moderna. En él, Macbeth, asesino del rey Duncan y usurpador de su trono, se encuentra ante su destino: tres brujas le habían vaticinado que se convertiría en rey pero que cuando el bosque de Birnam se moviera hasta Dunsinane un hombre no nacido del vientre

de una mujer lo mataría. Todo ha ocurrido según el vaticinio y su muerte es ineludible por tanto.

¡Aunque el bosque de Birnam haya venido a Dunsinane y tú no seas dado a luz por mujer, lo arriesgaré todo! [...]“Lo arriesgaré todo”[...]“Yet I will try the last”, el grito desesperadamente esperanzado que marca la específica novedad de la tragedia moderna respecto a la clásica griega. Aunque los más ominosos presagios se cumplan, aunque todas las fuerzas naturales o sobrenaturales hayan dicho ya desde siempre y contra mí, contra mi proyecto o mi deseo, su irrevocable última palabra, aún me queda algo, aún hay algo en mí que sabe de lo posible y apuesta por ello “Yet I will try the last” y quizá no me vencerán (Savater, 2002:47).

No es el caso éste de *ThW* en donde la fatalidad se cumple irremisiblemente, sin posibilidad de lucha por parte de los individuos, que siempre se ven superados por el sistema. Un sistema que aplasta a los inocentes y aúpa a los corruptos. Los creadores se permiten incluso bromear sobre ello. Clay Davis, el senador de Maryland, corrupto como ya ha podido comprobar el espectador, acude a su juicio con una copia del *Prometeo encadenado* de Esquilo. A la pregunta de un periodista sobre lo que lee, explica: “An ancient play, one of the oldest we have, about a simple man who was horrifically punished by the powers that be for the terrible crime of trying to bring light to the common people. In the words of Aeschylus: “No good deed goes unpunished”. Los guionistas satirizan el momento de cinismo del senador haciéndole pronunciar mal el nombre de Esquilo (escilius dice). La narrativa se funde en algunos elementos de la tragedia clásica griega dando como resultado la siguiente idea central: no hay superación del destino, los roles de la narración se van heredando de unos personajes a otros sin capacidad para trascenderlos o negarlos, con la obediencia y resignación que esconde la frase que más se repite por cualquier habitante de Baltimore durante todas las temporadas de *ThW*: “the game is the game” como sistema, representación de roles en vivo y en directo, dramatización urbana que no se puede no representar. Como cuando D’Angelo Barksdale enseña a sus acólitos a jugar al ajedrez y lo compara con su organización [temporada01capítulo03], como cuando Sherrod, que necesita hacer sus necesidades a través de una bolsa y tiene SIDA, se resigna diciendo: “it’s all part of the game”[s01e05], como cuando Omar explica a la policía: “the game is out there: is either play or get played”[s01e08], o el mismo personaje episodios más tarde cuando en un juicio espeta al abogado contrario que lo interroga: “I got the shotgun. You got the briefcase. It’s all in the game, though”[s02e06], o Father Bouzone a Omar cuando éste está a punto de matarlo: “The game is the game”[s02e11]. O cuando Cutty, recién salido de la cárcel y de vuelta en su rutina de matar ve que no puede apretar el gatillo ya más. Acude al jefe de la banda y le dice: “The game ain’t in me no more”[s03e06] y abandona la banda para dedicarse a ayudar a los niños a boxear.

The game y la gran novela americana

Propongo demostrar a través del análisis narrativo la siguiente afirmación: *ThW* pretende reflexionar sobre el concepto de “América” a través de la dicotomía mito-realidad.

No es difícil relacionar las intenciones de los creadores de *ThW* con lo que se suele conocer como “gran novela americana”. Ya he señalado cómo la serie bebe de la tradición literaria del siglo XIX, la novela realista, y en múltiples declaraciones de David Simon se ha establecido la intención de construir una “novela visual” más que un producto televisivo. El objetivo no es

crear un producto audiovisual rompedor sino contar la historia de la ciudad de Baltimore como se hubiera contado en una novela del XIX o como se debería hacer en el *Baltimore Sun*. La serie retrata un momento de encrucijada de la historia americana entre un mundo a punto de desaparecer — el trabajo honrado de los estibadores del puerto, de los profesores de escuela que buscan enseñar, de los periodistas que buscan contar una historia real, de los policías que trabajan codo a codo con los ciudadanos — y un nuevo mundo que amanece — el contrabando de mercancías en el puerto, la lucha por limpiar las estadísticas en la policía y las escuelas, la fijación por hacer periodismo que gane premios pero que se abstraiga de la realidad, etc —. Estos dos mundos o polos se presentan a lo largo de las cinco temporadas enmarcados en diferentes ámbitos de la ciudad de Baltimore: la primera temporada trata los bajos fondos y el mundo de los traficantes de droga y la policía, la segunda temporada trata los problemas económicos del puerto de Baltimore, la tercera retrata el ayuntamiento y las instituciones jurídicas, la cuarta se centra en el sistema educativo de la ciudad y la quinta temporada explica el día a día del *Baltimore Sun*. Cada una de las temporadas incorporando a los personajes de las anteriores, creando una madeja cada vez más amplia.

Me centraré en la contraposición de dos personajes para explicar esta polaridad: Omar Little, especie de Robin Hood contemporáneo que roba a los traficantes, y *Stringer* Bell, hombre de confianza del jefe de la banda de narcotraficantes que controla todo el comercio de droga de West Baltimore.

A través de ellos es posible detectar una constante contraposición del mundo del mito o de lo sagrado, en la figura de Omar, y del mundo real o profano en la figura de *Stringer*. Omar representa el mundo que desaparece y *Stringer* el que viene. Veámoslo de cerca mediante un desglose de algunas de las acciones más significativas de los personajes a lo largo de las temporadas:

Stringer Bell

1. Al contrario que Avon, el jefe de la banda, *Stringer* tiene en mente un modelo de negocio que a medio plazo los convierta en una organización legal.
2. Estudia Economía en sus ratos libres.[s01e08]
3. Aplica sus aprendizajes de marketing para renombrar la droga y hacerla más atractiva.[s02e05]
4. Al contrario que Avon, que es de la vieja escuela, *Stringer* no quiere defender su territorio en las calles: intenta hacerle comprender a Avon que lo importante es la calidad del producto que vendas, no el territorio [s03e01].
5. *Stringer* manda asesinar a Omar un domingo por la mañana, profanando una tradición no escrita entre los gangsters de no matar en día santo [s03e09].

6. Muere Stringer a manos de Omar y Father Bouzone, a los que él intentó matar antes [s03e11].
7. Encuentran en casa del fallecido Stringer una copia de *La riqueza de las naciones* de Adam Smith [s03e12].
8. Snoop, gangster rival, inventa y difunde la leyenda de que Stringer lloró y se puso de rodillas rogando por su vida antes de que lo mataran [s03e12].

En este rápido recorrido se puede observar cómo *Stringer* representa el sueño americano de éxito en los negocios. Es emprendedor y no respeta ninguna tradición para conseguir lo que quiere. Su cariz profano se acentúa al organizar su sede central del narcotráfico en un negocio de pompas fúnebres. No respeta las fiestas sagradas. Veamos ahora el personaje de Omar:

Omar Little

1. Roba a los ricos camellos y jamás molesta a las personas ajenas al game.
2. Confiesa que de niño le gustaba estudiar la mitología griega en el colegio [s02e06].
3. Su figura intimida tanto que no necesita salir a la calle armado para que la gente huya [s04e03].
4. Los niños juegan en la calle a ser Omar [s03e03].
5. Cuando lo matan, la gente roba del cadáver lo que lleva encima como souvenirs de un héroe [s05e08].
6. En el capítulo final de la serie, el nuevo jefe de la droga en Baltimore, arremete contra unos camellos que están en la calle contando la leyenda de Omar: cuentan que lo rodearon 9 personas para matarlo o que fue un complot de la policía. En realidad fue un niño pequeño [s05e10].

En estas escenas seleccionadas vemos algunos de los elementos presentados de manera paralela: el mundo de profanación representado a través de la figura del americano triunfador se contrapone al personaje sacralizante. Hay un momento de la serie que parece hecho a la medida de esta hipótesis, resumiéndola en una única frase. Sergey, contrabandista ruso, la pronuncia con humor al referirse a lo difícil que es para un hombre obeso adelgazar: "*In this country, supermarkets are cathedrals*" [s02e06]. Los supermercados convertidos en catedrales del cuerpo y las catedrales convertidas en supermercados del alma. En cierto sentido, la serie recupera una de las tensiones más fecundas del cine clásico americano. La primera migración

desde la costa este a la oeste tuvo como resultado el cine western. La segunda migración desde el campo hacia las zonas urbanas trajo el cine negro. Al mundo mítico-sagrado a punto de extinguirse de la épica del desierto se le contraponen la prosa-profana del asfalto. *ThW* es entonces desde este punto de vista, sin lugar a dudas, una obra deudora de la gran novela americana en tanto en cuanto busca reformular una vez más estos dos polos de tensión, la naturaleza versus la civilización, el mito y la noticia, ambientando la acción en un lugar ambivalente, un *asfalto desértico*, que redefine por enésima vez el concepto de “América” y reescribe de nuevo otra gran novela americana.

***ThW* y los astronautas**

La narrativa de *ThW* se sostiene continuamente sobre finos hilos que se van tramando muy despacio a la largo de las temporadas. Al igual que el concepto de “América” a través de la polaridad mito-realidad, hay otros hilos tejiéndose a su vez. Uno de los más fecundos en su unión con “América” es el que se identifica con la pregunta hecha a los niños de “¿qué quieres ser de mayor?”. A lo largo de esta trama — que se teje por igual en torno a cualquier otra trama pues no supone en sí una trama propiamente dicha — la serie va desarrollando una idea de lo que las generaciones futuras de americanos serán. Paralelo al concepto de “América”, la serie vuelve a contraponer el mundo mítico de los niños que querían ser astronautas con la realidad de los niños de hoy, que oscilan entre jugador de la NBA a neurocirujano. Aquí algunas de las apariciones de esta trama a lo largo del relato:

1. Los niños antes bebían Tang en todas las comidas porque eso les haría ser astronautas. ¿Qué fueron finalmente? Estibadores. [s02e07]
2. Los niños en los bajos fondos juegan a las pistolas queriendo ser Omar. [s03e03]
3. Bunk, policía, le echa en cara a Omar que los niños quieran parecerse a él. [s03e06]
4. ¿Para qué quieres ir a la escuela? ¿Para ser un astronauta? Le pregunta Bodie, un narcotraficante, a uno de sus discípulos que quiere dejar de vender droga e ir al colegio. [s04e03]
5. ¿Qué queréis ser de mayores? pregunta el profesor Pryzbylewski a sus alumnos. Jugadores de la NBA o dueños de una tienda, responden. [s04e04]
6. ¿Dónde os veis en 10 años? pregunta la psicóloga del colegio. En la NBA o como neurocirujanos contestan algunos. [s04e08]
7. Bunk pregunta a los hijos de McNulty, ambos son compañeros policía, ¿qué queréis ser de mayores? Diseñador de videojuegos y estrella del rock, contestan. McNulty pregunta lo mismo a los hijos de Bunk: jefe de policía y neurocirujano. [s04e10]

8. Gus, editor del área de local del Baltimore Sun, cuenta que de pequeño quería ser periodista para que su padre le prestara tanta atención como al periódico que leía.
[s05e03]

Uno de los encuestadores más famosos de EEUU, Frank Luntz, asegura que las encuestas demuestran que la profesión de astronauta, en otra época la más querida por los críos, ya no figura entre las 10 más citadas por los niños americanos. Prefieren ser, entre otras cosas, deportistas profesionales (Luntz, 2009). En ThW la transformación del mundo mítico de los astronautas hacia el mundo pecuniario de las estrellas de la música o el deporte se va dando progresivamente así como va mutando la forma de sus sueños. En otra frase que resume a la perfección la noción del paso de un modelo de educación a otro, Snoop, narcotraficante, va a un Wal-Mart a comprar una grapadora neumática. El vendedor la convence de la conveniencia de uno de los modelos alegando que es el cadillac de las grapadoras. Ella comenta después con su compañero: se refería al lexus de las grapadoras. El empleado ya en la cincuentena hablaba de una grapadora neumática cadillac para hacer bricolaje o para usarla en un trabajo de sudor en la frente. Snoop, de unos 20 años, hablaba de una grapadora lexus que le permitiera tapiar sin sudar las casas en las que dejaban los cadáveres.

ThW y la novela río

Los ejemplos de los nudos que la serie ha ido tramando entre la ficción televisiva y la realidad son inagotables. Uno de los más originales y que afectan profundamente a la narrativa de ThW es el tratamiento de los muertos. Durante las cinco temporadas, de 2002 a 2008, que duró la serie murieron dos miembros del equipo: un actor y un actor/productor/director. Ambos ocupaban papeles muy secundarios, cameos prácticamente, por lo que hubiera sido sencillo hacerlos desaparecer de la serie sin demasiado ruido. Los creadores en cambio incorporaron las muertes de estas personas dentro del argumento.

Robert F. Collesberry que interpretaba al detective Ray Cole murió el 9 de febrero de 2004 por complicaciones en una operación cardiaca. La muerte fue súbita. El 3 de octubre de 2004 se emitió el capítulo en el que los miembros del cuerpo de policía de Baltimore despiden a la irlandesa [s03e03] al finado. En las siguientes temporadas se incluirá una foto de Collesberry en las caretas de cada capítulo. Richard DeAngelis que interpretaba al coronel Raymond Foerster murió el 28 de diciembre de 2005 tras una larga lucha contra un cáncer de próstata. En un capítulo emitido el 5 de noviembre de 2006 [s04e08] se anunciaba la muerte del coronel y se hacía una despedida irlandesa del cuerpo en la taberna. Lo relevante del caso es que se hizo un seguimiento de la enfermedad de DeAngelis según avanzaba la serie. DeAngelis no respondió a los tratamientos de quimioterapia. En [s04e05] el sargento Landsman anuncia que la quimioterapia no está funcionando en la enfermedad del coronel Foerster. La última aparición de DeAngelis como coronel Foerster en ThW fue justo en el capítulo anterior [s04e04], ya con signos evidentes de debilitamiento por la enfermedad, lo cual hace altamente probable que

la trama de su cáncer se introdujera en la serie antes de la noticia de su muerte. Todos estos ejemplos convierten a ThW en un caso poco frecuente de serie de televisión en donde la ficción observa a la manera de una novela-río desde todos los prismas posibles un lugar del mundo dado, los bajos fondos de Baltimore, y volumen a volumen va desvaneciéndose poco a poco la línea de separación con la realidad.

ThW y los roles en red

La puesta en funcionamiento de los conceptos que hemos analizado anteriormente se realiza dentro de un sistema de transmisión que he denominado de roles en red. La función principal de esta red es la de garantizar que cada parte del relato tenga su espejo en otra, que las partes se hablen entre sí y que el significado de lo que ocurre se demore hasta que el espectador inteligente haya juntado las piezas. Estas piezas, cuyo nombre en sintaxis narrativa sería el de roles narrativos, funcionan en el texto siguiendo las normas estrictas de la tragedia griega. Como he comenzado a apuntar antes, el mundo de la ciudad de Baltimore se escenifica en ThW a través de una representación de segundo nivel que responde al nombre de the game. Tanto es así que los personajes situados dentro del juego se refieren al resto situado al margen de él como taxpayers o más ilustrativamente citizens. Es decir, en su sentido griego, ciudadanos, hombres libres no esclavos. Los jugadores, soldiers, sólo pueden seguir las normas del juego. El sistema de relaciones y las voluntades de los personajes están supeditados a este marco general que rige las normas del juego y del que a imagen del destino del teatro griego, no cabe rebelarse sin cometer hybris. The Game dentro de The Wire es una representación dentro de otra representación, como ocurre cuando Hamlet recrea la muerte de su padre para encontrar a su asesino, una utilización de la ficción como manera más fiable de conocer la realidad. He distinguido tres operaciones principales a la hora de organizar el tráfico de roles en el interior de la narración de la serie. Por una parte están las estructuras del tipo $A=B$, o de identidad, en donde dos tramas de la historia se erigen como dos prismas desde los que mirar la misma idea, dos tramas paralelas. Por otro lado están las estructuras tipo $A \neq B$, o de negación de identidad, en donde se persigue un fin parecido al procedimiento anterior con la operación contraria. Las estructuras tipo $A \rightarrow B$, o sustituciones, consisten en que un mismo rol sea heredado durante la serie por diferentes personajes. Estas tres estructuras de roles están enmarcadas dentro de una estrategia más general consistente en el retardo de las acciones que podríamos denominar estructuras de dilación, $A \rightarrow A' \rightarrow A''$. A continuación expondré los ejemplos más destacados.

Estructuras de identidad ($A=B$). *Las estructuras de identidad construyen el significado del relato a través del paralelismo de las acciones. En ThW, por su temática de serie policiaca que trata los bajos fondos, conviven constantemente los grupos dentro de la ley y los fuera de la ley. Desde el primer capítulo [s01e01] hasta el segundo [s01e02] se desarrolla una trama paralela entre el detective Jimmy McNulty y el camello D'Angelo Barksdale.*

1º: McNulty se salta la cadena de mando y habla con un juez en vez de con su jefe.

1º D'Angelo no respeta la norma de no sacar armas en lugares públicos ni disparar a

taxpayers.

2º: McNulty es abroncado por su jefe.

2º: D'Angelo es abroncado por su jefe.

3º: McNulty es relegado de su puesto de policía.

3º: D'angelo es relegado a las zonas bajas de West Baltimore.

4º: McNulty se emborracha para ahogar su frustración.

4º: D'Angelo se emborracha.

Mediante esta estructura paralela los mundos de la policía y de la mafia muestran unos mecanismos de conducta similares. Este mismo significado se repite después al mostrar en paralelo los honores que rinden los estibadores ante un compañero con la pierna amputada y los mafiosos ante la muerte de uno de ellos.[s02e07]

Otro de los elementos que mantiene una tensión similar a lo largo de ThW es el mundo de la educación y el de la policía. A las estadísticas maquilladas por la policía de los índices de criminalidad se le suma en paralelo el fervor por las estadísticas en los colegios, que lleva a los profesores a enseñar a los alumnos los test de memoria, sin aprender nada, para poder mantener las subvenciones en el centro.

En la cuarta temporada [s04e10] – [s04e13] se produce una estructura de identidad que dura varios capítulos y que engloba a diez personajes. En esta temporada, dedicada al sistema escolar de Baltimore, cinco niños en la pubertad van tejiendo sus vidas alrededor de cinco adultos.

1º: Randy encuentra apoyo en el teniente Carver que lo intenta sacar de la calle. 2º: Namond es ayudado por el ex policía Colvin, que trata de convencer a su padre, narcotraficante, de que el chico podría tener un futuro mejor. 3º: Michael es admitido en la familia del grupo de Marlo, jefe de narcotraficantes, para ser uno de sus asesinos. 4º: Duquan es ayudado por su profesor Mr. Pryzbylewski, que le lava la ropa y le entrega comida. 5º: Bodie es ayudado por el detective McNulty, que intenta hacer que sea un testigo protegido, aunque finalmente es asesinado.

Estas estructuras en red delatan por una parte los esfuerzos de personas particulares por tratar de ayudar a los niños en problemas y por otro lado, la imposibilidad de que estos niños sean ayudados por el sistema de las instituciones, que fracasa una y otra vez en darles cobijo.

Estructuras de negación de identidad (A≠B). *Las estructuras que niegan la identidad para construirse en forma de contraposición sirven al mismo propósito que las estructuras de identidad. A través de ellas se confrontan el mundo del hampa con el de la policía o el del periodismo. Al final de la primera temporada [s01e13] el sargento Carver resume la moraleja de la serie en una frase que delata toda la estructura de contraposición que ha vertebrado esta temporada.*

Viendo a unos narcotraficantes pelearse entre sí, dice: “They fuck up, they get beat; we fuck up, they give us pensions”. Es la razón por la que la policía no podrá nunca vencer al narcotráfico. El narco trabaja arriesgando su vida mientras el policía si se equivoca consigue su jubilación.

En el mundo del periodismo se da exactamente la misma estructura. A un periodista arribista que inventa una historia de asesinatos en serie y citas falsas se le concede el premio Pulitzer [s05e10]. Por contra, a un camello que propagó el rumor de que Marlo era homosexual lo matan [s05e02] sin estar seguros siquiera de que lo hiciera. La sociedad civilizada premia la mentira y pervierte la base de la profesión periodística. La sociedad criminal por contra no tolera la mentira ni el rumor y se basa en el mismo código que defendió el periodismo tiempo atrás.

Por último, ThW maneja continuamente los conceptos de legalidad y moralidad para crear sentidos nuevos a través de ellos. Mediante los personajes de Stringer Bell y Bunny Colvin, la serie reflexiona sobre el paso de la legalidad a la ilegalidad. Stringer es un narcotraficante que trata de convertir su negocio en respetable a partir de sobornos y consejos de abogados corruptos. Stringer no posee moralidad alguna y como ya hemos podido comprobar antes, sus acciones no respetan la sacralidad de las reglas del juego. Al camino inmoral hacia la legalidad de Stringer Bell se le contraponen el camino inverso de Colvin. A punto de retirarse del cuerpo de policía, el mayor Colvin idea un plan para erradicar la delincuencia en las calles de Baltimore. Crea a espaldas de sus superiores una zona en donde la venta de droga es legal, llamada Hamsterdam por lo camellos [s03e04]. Mediante un procedimiento ilegal pero moral, Colvin trata de llevar la paz a las calles. ThW utiliza la estructura en contraposición de estos dos personajes para poner en entredicho el concepto mismo de legalidad.

Estructuras de sustitución (A→B). Sin necesidad de recurrir a las decenas de pequeños ejemplos a lo largo de las cinco temporadas que muestran este tipo de estructuras, me centraré en las más relevantes y notorias. La utilización de la estructura (A→B) en donde un rol cambia de personaje que lo encarna es significativa del final de la serie. En el último capítulo [s05e10], la serie concluye y comienza de nuevo al mismo tiempo. Varios roles narrativos se ven perpetuados a través de nuevos personajes que heredan esos roles de manera sorprendente pero lógica. Al preso Wee-Bey le sustituye Chris Parlow, también con familia e hijos fuera de la cárcel; a McNulty le sustituye Sydnor como nuevo policía inconformista; Omar es sustituido por un nuevo Robin Hood, Michael; mientras Bubs, regenerado y lejos de las drogas ya, se ve relevado por Duquan, un joven adolescente que comienza a engancharse a la heroína.

Estructuras de dilación (A → A' → A”). Como ha señalado David Simon en alguna ocasión, ThW se basa en un relato de “recompensas retrasadas” (VVAA, 2010:34) en donde el significado se obtiene no instantáneamente sino a raíz de un proceso de dilación. Los casos son prácticamente constantes a lo largo de la serie. Uno de los más significativos es el de Snoop. Snoop aparece por primera vez [s03e07] subida de paquete a una moto con una cazadora rosa. Durante las tres temporadas que tiene papel en la serie su personaje se construye a través del eje masculinidad/femineidad. La propia Snoop reconoció que los creadores buscaban a una chica que pareciera un chico para el papel (Hunnie, 2008). La femineidad espera 3 años hasta el penúltimo capítulo

[s05e09] para emerger. Hasta ese momento la hemos visto matar, no mostrar ninguna debilidad y comportarse como uno más dentro de la banda. Segundos antes de morir, sabiendo de su sentencia a muerte, se atusa el pelo con el retrovisor del coche y pregunta a su asesino si está guapa. Es una escena que obliga a releer todo el texto hacia atrás de nuevo, para reconstruir el sentido del personaje de Snoop durante el relato.

De la misma manera, Bubbles, heroinómano rehabilitado, no consigue que su hermana le permita acercarse a su hija hasta el final del último episodio, ya curado. Son lo que el director Simon denomina “earned moments” (Sodano, 2008:194), pequeñas recompensas que los guionistas conceden al espectador fiel que ha podido aguantar todas las temporadas.

Conclusiones

ThW es un producto que siguiendo con la tradición rupturista de la cadena HBO, sitúa aún más allá el límite que la cadena considera que un espectador puede aceptar. Al igual que sus antecesoras en la cadena, trata los temas de riesgo que las Networks evitan: sexo explícito, presencia alta de minorías étnicas, lenguaje difícil de seguir, etc. Sin embargo, la culminación como producto HBO de calidad de ThW se cimenta en su novedosa estructura narrativa. “All the pieces matter” es una de las frases emblemáticas de la serie que evidencia la actitud desde el inicio de sus creadores de construir un relato diferente cuyo rasgo principal fuese el respeto hacia el espectador y su inteligencia.

Como hemos podido observar durante el análisis, la estructura de roles narrativos en red posibilita que la serie gane en independencia respecto a los personajes principales de la trama y que sea capaz de focalizar el texto no a través de los ojos de alguien en particular sino de la totalidad en su conjunto, de una red de instituciones y organismos sociales que se sitúan por encima de los individuos y que al igual que en la tragedia griega son capaces de definir su destino. La propia idea de la careta de títulos de crédito de cada una de las temporadas pone sobre la mesa con claridad esta idea. No existen imágenes de ninguno de los muchísimos protagonistas de ThW aunque todas ellas son imágenes del interior de los capítulos que se emitirán. Se profana un pilar básico de cualquier relato contemporáneo: contarlo en primera persona, contarlo mediante un ejemplo, contarlo huyendo de la abstracción para acercarlo a la sensibilidad de quien escucha. En cambio las cinco caretas de cada temporada reproducen la idea de red social y lo explicitan a partir de las primeras imágenes en cada una de ellas: hilo telefónico en la primera y tercera temporada, amarras de barcos en la segunda, cable de televisión en la cuarta y cadena de montaje de la impresión del Baltimore Sun en la quinta.

Referencias bibliográficas

Brown, Keith; Cavazo Roberto (2005). Why is this show so dumb? Advertising Revenue and Program Content of Network Television. Review of Industrial Organization. Vol 27:pp 17-34.

Cascajosa Virinos, Concepción (ed.)(2007). *La caja lista: televisión norteamericana de culto*. Barcelona: Laertes.

Cascajosa Virinos, Concepción (2006). "No es televisión, es HBO. La búsqueda de la diferencia". *Revista Zer*, Vol. 21: pp. 23-33.

Creeber, Glen (2004). *Serial television. Big drama on the small screen*. London: British Film Institute.

Deegans, Eric (2003). HBO's 'The Wire': Thoroughly engaging, if not 'entertaining'. *St. Petersburg Times*. 1 de junio de 2003.

Dolan, Marc (1995). "The Peaks and Valleys of Serial Creativity: What Happened to/on Twin Peaks" en Lavery, David (ed)(1995). *Full of Secrets: Critical Approaches to Twin Peaks*. Detroit: Wayne State University Press.

http://www.sptimes.com/2003/06/01/Floridian/HBO_s__The_Wire___Tho.shtml

Fuller, Jennifer (2010). "Branding blackness on US cable television" en *Media, Culture & Society*. Sage Publications. Vol. 32(2): pp. 285-305.

Gomery, Douglas (1984). "Economic Change in the US Television Industry" en *Screen*. Vol 25(2): pp 60-70.

Gregory, C. (1997). *Be seeing you...Decoding The Prisoner*. Bedfordshire, UK: University of Luton Press.

Gorton, Kristyn (2009). "Why I love Carmela Soprano". *Feminism Psychology*. Vol 19: pp. 128.

Hammond, Michael; Mazdon, Lucy, (ed.)(2005). *The Contemporary Television Series*. Edinburgh University Press.

Hanson, Christopher (2008). "Some last words on The Wire" en *Film Quarterly*. University of California. Vol. 62(2): pp. 66-67.

Hornby, Nick (2007). "David Simon: Creator-Producer-Writer of HBO's The Wire," *The Believer*, Agosto 2007. Recogido el 30 de agosto de 2010.

http://www.believermag.com/issues/200708/?read=interview_simon

Hunnie, Jaye (2008). "Felicia's Journey. Snoop Recounts Her Life From Jail to The Small Screen". *Baltimore City Paper*. 01/02/2008. Recogido el 30 de agosto de 2010.

<http://www2.citypaper.com/arts/story.asp?id=15035>

Jaramillo, Deborah (2002). "The family racket: AOL Time Warner, HBO, The Sopranos, and the construction of a quality brand" en *Journal of Communication Inquiry*. Sage Publications. Vol. 26(1) January: pp. 59-75.

Johnson, Catherine (2005). "Quality/Cult Television: the X-files and Television History" en Hammond (2005).

Lavery, David (ed)(2006). *Reading The Sopranos*. New York: I.B. Tauris.

Leverette, Marc et al (ed)(2008). *It's not tv: watching hbo in the post-television era*. New York: Routledge.

Losantos Jimenez, Encarna; Sánchez Biosca, Víctor (ed)(1989). *El relato electrónico*. Filmoteca de Valencia.

Luntz, Frank (2009). *What Americans really want... really*. New York: Hyperion.

Mamie Peers, Patricia (2009). *Brothers are better than sisters: a semiotic, feminist analysis of HBO's Rome*. Tesis leída en la University of Nevada. Diciembre de 2009.

Pearson, Roberta (2005). "The Writer/Producer in American Television" en Hammond (2005).

Savater, Fernando (2002). *Invitación a la ética*. Barcelona: Anagrama.

Sheehan, Helena; Sweeney, Sheamus (2009). "The Wire and the world: narrative and metanarrative" en *Jump Cut: a review of contemporary media*. Vol. 51 (Spring).

<http://www.ejumpcut.org/archive/jc51.2009/Wire/index.html>

Sodano, Todd Michael (2008). *All the pieces matter. A critical analysis of HBO's The Wire*. Syracuse University.

VV.AA (2010). *The Wire. 10 dosis de la mejor serie de la televisión*. Madrid: Errata naturae.

Westerfelhaus, Robert y Lacroix, Celeste(2009) 'Waiting for the Barbarians: HBO's Deadwood as a Post-9/11 Ritual of Disquiet'. *Southern Communication Journal*, 74(1): 18-39.

Wiltz, Esther (2007). "The role of her life" en *Washington Post* 16/03/2007. Recogido el 30 de agosto de 2010.

<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/03/15/AR2007031501664.html>

“Kate, we have to go back” Idas y vueltas de la nuevas estructuras narrativas del género seriado ficcional en la hipertelevisión

Virginia Guarinos e Inmaculada Gordillo

Introducción

La llamada tercera edad dorada de la televisión coincide con lo que otros denominan la era del drama televisivo a partir de los años noventa del siglo XX. El dominio de este tipo de productos televisivos es la consecuencia de una serie de inflexiones que se han producido en cadena y que han generado unas características de la televisión actual, situada en lo que conocemos como hipertelevisión o postelevisión. Factores externos al propio medio, fundamentalmente el avance en tecnología y la apropiación masiva de ella por parte del usuario global, han modificado la forma de ver del espectador televisivo y, con ello, también el sistema de producción de sentido de las obras dramáticas de ficción seriada.

La necesidad de originalidad y diferencia marcada por series como *Twin Peaks*, *Canción triste de Hill Street* o *Expediente X*, ha ido marcando una experiencia televisiva que, al desarrollar el culto a la serie entre la audiencia, ha dejado al descubierto la figura del autor televisivo. Nombres como Whedon, Cameron, Singer, Spielberg, Ball, Scott, Liman, McG o Ratner superan la nómina tradicional escasa de las décadas anteriores, en la que el gran público desconocía nombres de guionistas o productores. La generación de las series de culto conlleva en sí misma la existencia de factores sobresalientes desde el punto de vista narrativo. No se trata sólo de temas, personajes y estereotipias, sino que las novedades afectan a las estructuras, es decir, al propio acto enunciativo de contar el relato televisivo ficcional.

El análisis narrativo de las series y sus temporadas da cuenta de la aparición de estructuras novedosas para televisión y la explotación alta de otras tradicionales con límites de barroquismo formal. Y eso es lo que pretende este trabajo. Establecer una tipología de series en función de las estructuras narrativas empleadas.

Método

Para el estudio de las series de televisión a partir de su configuración arquitectónica ha sido necesario contar con un método proveniente del análisis del discurso. Los instrumentos de la Sintaxis Narrativa, provenientes de la Narratología, el Estructuralismo, el Postestructuralismo, el Formalismo y la Semiótica ofrecen herramientas necesarias para elaborar una ficha de análisis, que permita su aplicación al corpus total de las series, así como unas pautas que facilitan el análisis en profundidad de algunas de ellas, elegidas por su complejidad e innovaciones estructurales.

PREVIOUSLY ON

Ficha de análisis

Título original	Año, productora, nacionalidad	Audiencia
Título En español		Seriadas
Temporadas		Independientes
Capítulos		Seriados
		Independientes
Tramas	Principales	Concluyentes/abiertas
	Secundarias	Concluyentes/abiertas
E s t r u c t u r a diegética	Trama principal	
	Tramas secundarias	Duración en episodios/capítulos
	Tramas mosaico	
	Tramas en abismo	
	Tramas verticales/horizontales	
Fragmentación	Diegética	En los capítulos /en las temporadas
	Temporal	En los capítulos /en las temporadas
E s t r u c t u r a temporal	Lineal	
	Proyectiva	Duración en episodios/capítulos
	Regresiva	
	Paralela	
O r d e n a c i ó n temporal	Uso de anacronías	
	Tipos de anacronías	
	Duración	
	Distancia	

Frecuencia (en la estructura)	Repetitiva	En los capítulos /en las temporadas
	Múltiple	En los capítulos /en las temporadas
Género	Único	Hibridación

Cuadro 1. Plantilla de análisis estructural aplicada a las series del corpus

El corpus total de las series consideradas abarca cincuenta títulos, algunos de finales de los noventa (con continuidad en la primera década siguiente) y la mayoría de ellos producidos entre los años 2000 y 2008. Entre los criterios de selección han primado el favor de las audiencias en España y la continuidad de temporadas, aunque también se han incluido series que ofrecían especiales diseños estructurales o modelos tipológicos canónicos.

Así pues, las cincuenta series seleccionadas son: *House*, *Carnivále*, *CSI*, *Perdidos*, *Damages*, *Hijos de la anarquía*, *Mujeres desesperadas*, *Los Serrano*, *Águila roja*, *Física o química*, *El internado*, *Sexo en Nueva York*, *Urgencias*, *Los Soprano*, *A dos metros bajo tierra*, *Los 4400*, *Héroes*, *Sin rastro*, *Flash Forward*, *True Blood*, *Numb3ers*, *Mad Men*, *Dexter*, *Gossip Girl*, *Glee*, *Anatomía de Grey*, *Bones*, *Breaking Bad*, *Prison Break*, *24*, *Fibrilando*, *Qué vida más triste*, *Hospital central*, *Friends*, *Policías*, *The Wire*, *Big Bang Theory*, *Hombres de Paco*, *Modern Family*, *Fear Itself*, *Mir*, *Buffy cazavampiros*, *En terapia*, *Los pilares de la tierra*, *Weeds*, *La chica de ayer*, *Escenas de matrimonio*, *Vaya semanita*, *Ascensores*, *Camera café*.

Resultados

Los resultados de la investigación reflejan una riqueza sintáctica, genérica y argumental de las series de ficción de mayor audiencia en España. Se encuentra un índice importante de hibridación genérica (85 % de las series analizadas), y de fragmentación diegética y temporal, así como la presencia abundante de anacronías (tanto *flashbacks* como *flashforwards*, uso de frecuencia múltiple y en algunos casos (20%) repetitiva. La mezcla de tramas horizontales y verticales en las mismas series organiza una compleja tipología estructural que se desarrollará más adelante, pero que puede contemplarse gráficamente en la clasificación de las series analizadas en el siguiente cuadro:

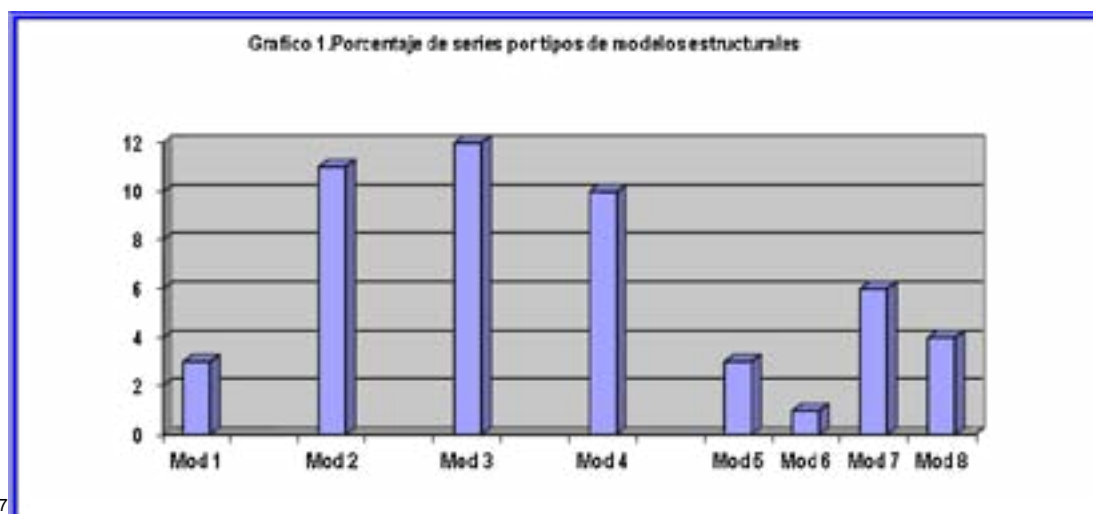
PREVIOUSLY ON

1	2	3	4	5	6	7	8
Modern Family	Perdidos	Los Soprano	House	Anatomía de Grey	Fear Itself	Camera café	Damages
Friends	Héroes	Sexo en Nueva York	Policías	Hospital Central		Qué vida más triste	The Wire
Big bang theory	El Internado	A dos metros bajo tierra	Mir	En terapia		Fibrilando	24
	Prision Break	Hijos de la Anarquía	Bones			Ascensores	Buffy cazavampiros
	Los pilares de la tierra	Carnivale	Dexter			Vaya semana	
	Mujeres desesperadas	Los Serrano	La chica de ayer			Escenas de matrimonio	
	Weeds	Física o química	CSI				
	Breaking bad	Mad Men	Numb3rs				
	Aguila roja	Los 4400	Sin rastro				
	Gossip Girl	Los hombres de Paco	Weeds				
	True Blood	FlashForward					
		La chica de ayer					

Cuadro 2. Series analizadas según modelos tipológicos

- Modelo 1: Capitular
- Modelo 2: Seriado
- Modelo 3: Seriado con subtramas capitulares
- Modelo 4: Capitular con subtramas seriadas
- Modelo 5: Tramas paralelas, seriadas y capitulares
- Modelo 6: Antológica
- Modelo 7: Microepisódica
- Modelo 8: Seriado con temporadas independientes

La mayor recurrencia a la serialidad en detrimento de la autoconclusividad de las tramas se combina en los productos de ficción contemporáneos con elementos de hibridación sintáctica, donde destacan los modelos seriados con subtramas capitulares en número parecido a los modelos capitulares con subtramas seriadas, tal como puede observarse en el siguiente gráfico:



27

27 Bhabha, H.K. (1994) *The location of Culture*. Routledge: New York; Canclini, N. (1997) *Cultura y Comunicación: entre lo global y lo local*. Ediciones de Periodismo y Comunicación: La Plata; Kraidy, M. (2005) *Hybridity, or the Cultural Logic of Globalization*. Temple University Press: New York; Nederveen, P. (2004) *Globalization or empire?* Routledge: New York

Estado de la cuestión

Características generales de la televisión en el siglo XXI

La televisión, en la segunda década del siglo XXI, goza de un excelente estado de salud. Lejos de las voces que pronosticaron su desaparición con la llegada de Internet, el viejo medio se reinventa a comienzos de siglo y se alía con las nuevas pantallas que, lejos de sustituirle, se retroalimentan e interactúan con el discurso televisivo. Pero para seguir manteniendo el liderazgo dentro de los medios convencionales y no sucumbir ante los innovadores, la televisión tuvo que modificar contenidos, estructuras y diseños de producción y programación.

La evolución ha sido rápida y contundente. Tanto que las etapas han ido superponiéndose en el tiempo. Las distintas generaciones televisivas o edades de la televisión sufrieron un aceleramiento que descartó la posibilidad de un distanciamiento histórico que permitiese -como en su momento hizo Umberto Eco- organizar unos términos que toda la comunidad científica consolidara. La televisión que empieza a convivir con Internet, el móvil y otros inventos tecnológicos en la sociedad multipantalla posee numerosas denominaciones, entre las que han destacado postelevisión (Pisatelli, Ramonet e Imbert), televisión 2.0 (Askwith) o hipertelevisión (Scolari, Gordillo).

En la tercera edad de la televisión, a partir del cambio de milenio, las diferencias con el anterior modelo televisivo se multiplican. Como señala Imbert (2008), la realidad deja de ser solamente un referente extraído del exterior y empieza a constituirse a partir del propio discurso televisivo. La actualidad, la información y el espectáculo ya no son únicamente fuentes externas, sino que el propio devenir televisivo construye una realidad que retroalimenta continuamente nuevos espacios de televisión, constituyendo un referente más potente y mucho mejor “registrado” que sucesos, hechos o personajes ajenos a algún programa de televisión. La metatelevisión entonces recorre programas de distintos géneros contagiando a toda la parrilla televisiva, canibalizando y autoconsumiéndose en una puesta en abismo sin fin.

La programación, por tanto, se ve fuertemente modificada en esta nueva etapa: la independencia y las fuertes fronteras entre los diversos programas televisivos (incluso con la publicidad que constituían los spots) se pierde a favor de un flujo comunicativo donde todo se mezcla, donde los personajes protagonistas de espacios aparecen en otros como invitados, entrevistados o colaboradores, la publicidad se introduce dentro de los programas o los personajes y presentadores empiezan a protagonizarla, saliéndose de sus habituales espacios, etc. La mezcla de géneros iniciada en la neotelevisión llega entonces al paroxismo. Si ficción e información, gracias al género docudramático, creaban modelos de hibridación, la fuerte irrupción del entretenimiento y la publicidad en programas informativos, ficcionales y docudramáticos permite hablar de hipergéneros donde los límites y fronteras a veces son imposibles de encontrar.

Pero las hibridaciones internas –dentro del propio discurso televisivo- no son las únicas que se producen en la tercera edad de la televisión. Las relaciones transmediales que se establecen

entre el discurso televisivo e Internet modifican sustancialmente no solo componentes relativos a los contenidos, sino también factores que afectan sustancialmente a la esencia de la recepción. Pero la transmedialidad va mucho más allá de Internet: en la sociedad multipantalla la televisión, lejos de competir, se alía con otros medios y dispositivos para conseguir potenciar sus productos. Los relatos se alargan con prolongaciones en videojuegos, cómics, productos de merchandising o para telefonía móvil, organizando un universo particular donde el receptor posee un papel mucho más complejo que el de mero telespectador, ya que se puede convertir en usuario (de un videojuego, por ejemplo), en aficionado (fandom) o incluso en creador (fanfiction).

Precisamente la denominación televisión 2.0 se debe a que a pesar del fracaso de los intentos de interactividad en el discurso televisivo –que se queda en un mero simulacro o en fórmulas de baja intensidad-, la confluencia con la red y con la telefonía móvil, los dos grandes aliados de series, concursos, *realities*, publicidad y otros formatos de entretenimiento, permite ampliar los estrechos límites de la interactividad televisiva.

Las nuevas relaciones de la televisión con la realidad imponen una especie de deslizamiento, no sólo en relación a los límites de lo representable, sino también hacia ciertos contenidos que nunca habían tenido una presencia tan contundente y reiterada en el discurso de la televisión. El cuerpo, la violencia y la muerte se convierten en ejes temáticos de programas diversos de cualquier género y formato. Lo que Imbert denomina “la hipervisibilidad televisiva, la cultura del exceso y el paso de un código de la mostración a un código de la exhibición” (Imbert, 2008: 158) resulta casi el último peldaño de la evolución de los contenidos que empezaron a apuntarse en la neotelevisión, con la apertura de las ofertas televisivas.

Por otro lado, aunque se construye una realidad metatelevisiva, también se continúa recurriendo a referentes externos, se selecciona el material más espectacular y se le imprime un carácter sensacionalista y morboso. Contenidos dramáticos, violentos, extraordinarios, sorprendentes, privados o aparatosos se inmiscuyen en cualquier género, desde el entretenimiento a la ficción, pasando por los programas informativos. Los sucesos intrascendentes pero espectaculares, las intimidades más recónditas de famosos y anónimos, la cara paródica de las noticias predominan en cualquier cadena generalista de televisión.

En relación al relato de ficción, la hipertelevisión se caracteriza por la búsqueda de fórmulas novedosas que conviven con algunos formatos canónicos como la *sit com* o la telenovela. Las nuevas series organizan insólitos y audaces contenidos, se basan en la hibridación a partir de géneros o subgéneros diversos y buscan nuevas fórmulas narrativas alterando las viejas estructuras tradicionales, consiguiendo series de culto que se convierten en verdaderos fenómenos mediáticos.

La evolución de la ficción en la post/hipertelevisión

Estas mismas edades televisivas encuentran su reflejo en la evolución de la ficción. La era hipertelevisiva conlleva características que afectan a la manera de la construcción de las historias ficcionales y también de los propios formatos. Son ya lejanos los tiempos en los que

la ficción televisiva de calidad se ceñía a la emisión de cine. La decadencia de productos como el telefilme es un hecho, a la vez que el auge, en una nueva etapa dorada, del formato seriado, particularmente de la serie dramática. Pero no es éste el único representante ficcional en la televisión de hoy. El microrrelato y la microdramatización forman parte de diversos tipos de programas, desde los contenedores donde se incluyen secciones ficcionales hasta la propia publicidad, más volcada que nunca en el desarrollo del *storytelling*. Programas de minificciones, del tipo *Camera Café*, alternan con los de monólogos, al estilo del Club de la comedia. Ambos casos están relacionados con dos elementos inherentes a la posttelevisión: la fragmentación y la hibridación de retóricas, además de las de género. La invasión de la realidad en la ficción, el borrado de barreras entre una y otra, llega a producir el género híbrido del infoentretenimiento, por ejemplo.

Con tan amplia gama de nuevos productos, es evidente la decadencia de géneros tradicionales y bien definidos que han decaído, como la miniserie y la telenovela. La *sitcom* se mantiene en menor medida, hibridada también. Se ha ido abandonando la estructura serial pura tanto como la episódica y ya no son características de un género concreto diferenciado de otro por esta característica. Y el gran género donde se encuentran las innovaciones narrativas más destacables es la serie dramática.

En lo que atañe a la ficción seriada, el punto de inflexión marcado por series como *Twin Peaks* o *Expediente X* ha traído una renovación de la serialidad que está recogiendo ahora sus frutos después de una maduración ligada al concepto de autoría en televisión. Las nuevas políticas de televisión derivadas de las políticas económicas neoliberales desarrollan un universo multicanal, en la denominada *post-network era*, apropiado para una cultura de la convergencia, global, que lleva a tener productos televisivos que no acaban en sí mismos, ni en el propio país de producción, sino que desarrollan también dvd con extras, camisetas, videojuegos y todos los elementos que demandan las comunidades de fans (Jenkins: 2006), además de llevar a cabo una programación narrativa en ficción que depende del “do it yourself”, creando una ilusión en la construcción de la series parecida a lo que demanda ahora ya el nuevo espectador activo, que lo mismo puede remontar a su gusto un capítulo de una serie y subirlo a la Red, que seguir una serie en emisión a la carta, disponiendo de su tiempo en cualquier momento y lugar. La ficción seriada televisiva se está preparando, no sólo para competir, sino para poder pasar a las series web o para dispositivos móviles. No obstante, mientras esto sucede, la propia televisión debe diseñar estrategias de diferenciación de sus productos profesionales frente a todos los *amateurs*. El sello autorial de calidad es uno de esos elementos de distinción. Dicho sello autorial busca en las estructuras buena parte de su entidad. Este hecho conduce a la existencia de una amplia riqueza en la gama de estructuras no lineales que se están produciendo en la ficción seriada de la primera década del siglo XXI, de las que son ejemplos de referencia *Lost* o *Life on Mars*, en la versión series, o *How I Met Your Mother* o *Coupling*, en la versión *sitcom* (Shimpach, 2010: 14-15).

Las características clásicas de la serie dramática (duración entre 45-50 minutos, estructuras

episódicas con tramas secundarias seriales por arcos de episodios, especialización en temas y géneros, tramas principales presentadas y resueltas, número limitado de personajes fijos, tramas secundarias de avance lento...) comienzan a quebrarse en la década de los ochenta y dan paso a la *quality television*, en la que la serie rompe estructuralmente su tradición a través de una fórmula mixta que, como afirma Cascajosa, “a partir de ese momento se convertiría en norma para buena parte de la producción dramática: la combinación de multitud de tramas en cada capítulo, unas episódicas y otras que se desarrollan en arcos de varios capítulos, con un tercer tipo desplegándose a lo largo de los periodos más extensos, como una o varias temporadas” (2005: 32)

Las series de la televisión de calidad deben (Maio, 2009) ser originales y buscar nuevas vías narrativas, presentar estructuras narrativas conscientes de sí mismas, poseer complejidad textual nutrida de autorreferencias, y contar con un público activo, participante.

La serie de televisión, la fragmentación y la hibridación

La emergencia de las nuevas estructuras no es el único cambio que se está produciendo en el universo narrativo de la serie de televisión. Se trata de un fenómeno general de metamorfosis narrativa que afecta también a otras categorías como la construcción del héroe y la reinención de los géneros. Todo ello es consecuencia expresiva de otras características básicas televisivas derivadas de la retórica de la postmodernidad, como son la hibridación, la fragmentación y el reciclado e intertextualidad.

La crisis del género en televisión es una constante de esta época de retorno a la ficción televisiva. Precisamente en una época en que la hiperrealidad es parte de las características básicas de la televisión generalista, dicho retorno a la ficción puede parecer contradictorio. No obstante, la búsqueda de la diferencia es un elemento que distingue a la ficción de esa otra gran masa de programas y formatos tendentes al realismo. Por otro lado, la propia ficción no deja de olvidarse de la realidad, como tampoco la realidad rechaza cada vez menos retóricas y modos de expresión propios de relatos ficcionales. La hibridación ficción/realidad es un hecho, como también lo es la hibridación de rasgos de géneros diversos que hagan de cada serie una polifonía de géneros y, con ello, igualmente de estructuras como parte del conjunto narrativo de cada una de ellas. “La crisis genérica consiste en que, frente a un texto determinado, el espectador no sepa a qué atenerse, no tenga como referente los horizontes de expectativas habituales” (Tous, 2010: 58). Y eso es lo que sucede en *House*, en *Mujeres desesperadas*, en *CSI*, en *El ala oeste de la Casa Blanca* o en *Perdidos*. Tous interpreta que la decadencia del género puro de ficción hace volcar la balanza a favor del tema, en el que se recurre a temas, mitos y arquetipos clásicos, como modo de superar la propia cultura del fragmento que es la televisión y que supone otro elemento más de ayuda a la hibridación y crisis del género. La autora afirma que siendo *Lost* una de las series más innovadoras en estructuras narrativas, sin embargo “algunos ingredientes de *Perdidos* parecen totalmente ajenos al posmodernismo, especialmente la religiosidad, la simplicidad del simbolismo y la radical simplicidad de las tramas, de carácter estructuralista –persecución de un objetivo, con tramas colaterales que contribuyen a reforzar el

objetivo principal. *Mujeres desesperadas* combina, también, la adecuación al esquema narrativo canónico con la hibridación genérica; *CSI* y *House* usan la intertextualidad...” (Tous, 2010: 77).

La necesidad de originalidad y distinción de cada serie pone en juego el éxito y la fidelización de audiencias, aparte de un engranaje de producción que rentabilice el objeto y que permita poner en marcha dispositivos de repetición del tipo proyecciones, epígonos, franquicias, *spin-off*, clonaciones (*copy-cats*), etcétera. El género puro de ficción resulta difícil de encontrar ya incluso en relatos cinematográficos, al igual que la linealidad narrativa. En las series dramáticas los géneros de investigación criminal, forense o el género médico se mezclan con los dramas psicológicos; la ciencia ficción puede tener elementos de lo fantástico, el drama realista, costumbrista, las comedias pueden ser dramáticas. Hay dramas adolescentes y juveniles, mezcla de western, comedia y ciencia ficción (*Firefly*), género histórico con melodrama, dramas familiares y series lésbicas, terror y comedia vampírica, género musical para adolescentes, etc. En definitiva, hay una larga lista de series que no son etiquetables con una única marca, sino que hay que recurrir al menos a dos de ellas para definir bien con qué género se desarrolla la historia.

La fragmentación adopta diversas formas: visual y narrativa. A la segunda categoría pertenece la incursión de una trama sobre otra, la suspensión de final de capítulo con el recurso del *cliffhanger*, casi obligatoria en cualquier serie actual. El juego con el tiempo es lo que más fruto estructural está dando en la innovación narrativa seriada, precisamente por su fragmentación. Y a la contra, se desarrollan de igual manera series que hacen del tiempo escena o tiempo real su modo de expresión (24, *En terapia -In Treatment*, HBO, 2008). Aún así la fragmentación temporal y las estructuras elípticas residen en casi toda serie transgresora de moldes estructurales anteriores, ya sea en el interior de cada capítulo (*CSI*, *Breaking Bad*) o en el arco narrativo de cada temporada (*Damages*) o en el diseño general del total de las temporadas (*Lost*), haciendo del *flashback* o del *flashforward*, cuando no de líneas temporales alternativas, herramientas necesarias.

Innovación en diseños estructurales de la ficción seriada

A lo largo de la historia de la televisión los productos ficcionales son una constante cuya continuidad y transformación precisa un acercamiento renovado y sistemático que permita un riguroso marco de referencia para la investigación integral -del género de ficción- y particular, en relación a los distintos formatos. La reflexión en torno a los modos de contar, a los contenidos y a la evolución de los programas requiere una tipología de los productos de ficción televisiva que abarque tanto los elementos constantes como la evolución y nuevas fórmulas.

Por ello esta investigación recurre a formular una tipología que abarque el corpus de programas de ficción de la televisión contemporánea a partir de las estructuras narrativas que presenten. La reflexión en torno a los diseños discursivos de la ficción pertenece a la Sintaxis Narrativa, una de las perspectivas de la disciplina Narrativa Audiovisual, que se ocupa de sistematizar y reflexionar en torno a la colocación y permutación de los elementos estructurales de los relatos (Gordillo, 2009b: 25).

Si partimos de las estructuras clásicas de las narraciones de ficción habría que diferenciar la estructura seriada de la capitular. Ambas, tajantemente diferenciadas desde las primeras etapas de la televisión, dieron paso a géneros ficcionales diferentes marcados a partir de la disyuntiva del drama (producción seriada) y la comedia (producción capitular).

La ficción seriada ofrece una trama principal única (*story-line*), aunque prolongada, ramificada y complicada a lo largo de la emisión completa de todas las temporadas de un producto de ficción. Por ello, los personajes principales se mantienen desde el principio al fin de la serie, aunque resulta posible que se produzcan desapariciones de algunos (generalmente secundarios) por su agotamiento narrativo, así como incorporaciones de otros nuevos que posibilitan la creación de nuevas subtramas y la apertura de nuevas esferas de acción.

La ficción capitular (también denominada episódica o autoconclusiva) organiza un conflicto y su resolución en cada episodio de la serie, de tal modo que existe dependencia diegética (por los personajes y los espacios) pero independencia argumental entre todos los episodios del producto.

En la hipertelevisión, a partir de la diferenciación de estos dos modelos antitéticos, puede rastrearse una hibridación importante de estructuras y disposiciones narrativas, que enumeramos en la siguiente tipología:

- Ficción seriada con subtramas capitulares. Hay un *story-line* que dota de continuidad y donde se organizan contenidos esenciales de la serie, con tramas principales que cubren arcos de episodios conviviendo con tramas secundarias que se resuelven en cada episodio y que, generalmente, no poseen un peso esencial en la trama principal. Muchos de ellos ni siquiera dejan huella en las siguientes entregas, como suele suceder en ficciones capitulares. *Los Soprano* (HBO 1999-2007) es una buena muestra de este tipo de estructura.
- Ficción capitular con subtramas seriadas, muy habitual en series profesionales (policías, abogados, médicos, periodistas...), donde los elementos esenciales de la acción se plantean y resuelven dentro de un solo capítulo, pero las relaciones entre los personajes componen una serie de subtramas –esenciales en el conjunto de la serie, pero secundarias considerando cada capítulo individualmente- con continuidad a lo largo distintos arcos de episodios. En *House* (Fox, 2004-) puede detectarse este modelo estructural.
- Ficción de tramas paralelas, seriadas y capitulares, mezcladas en cada episodio. Las tramas seriadas pueden alargarse durante un arco de episodios limitado y funcionan con independencia de las otras tramas seriadas constantes, relativas a las relaciones entre los personajes fijos del relato. Este tipo de composición compleja de tramas se encuentra en series como en *Anatomía de Grey* (ABC, 2005-).
- Ficción secuencial, donde cada episodio desarrolla una trama independiente, pero se

aleja de la ficción autoconclusiva por la utilización de *cliffhangers* al final de cada episodio por elementos sin resolver en alguna trama secundaria constante. *Lost*.

- Ficción antológica. Los distintos episodios mantienen una independencia total. Ni personajes ni tramas se repiten, aunque existen elementos narrativos comunes a partir del género, la temática o el espacio. Como la serie *Fear Itself* (NBC, 2008-2009).
- Ficción microepisódica o series de *sketches*, formadas por pequeños relatos autoconclusivos y sin que guarden relaciones temporales o de continuidad entre ellos. A veces se desarrollan de forma continua (*Camera café* de M6 o Telecinco en España). También puede desarrollarse a partir de distintos sketches que alternan en el montaje, como si de distintas tramas se tratase (*La tira*, La Sexta, 2008-).
- Ficción serial con temporadas independientes. Son ficciones con arcos dramáticos seriales que se cierran al final de cada temporada. Las relaciones entre cada una de las temporadas mantienen cierta independencia, a pesar de algunos elementos de referencia. En la serie *Damages* (FX, 2007-), como se verá más adelante, se puede encontrar este tipo de diseño estructural.

Por otro lado, al analizar la sintaxis narrativa de las series no solo habrá que tener en cuenta las relaciones entre los distintos episodios y temporadas en relación a la continuidad de las tramas. Además, el diseño temporal resulta un mecanismo narrativo esencial para componer estructuras narrativas novedosas. En gran parte de la ficción televisiva las arquitecturas temporales se organizan de forma lineal progresiva. En la ficción capitular, la progresión ofrece una disposición clásica de planteamiento, nudo y desenlace. En la serialidad, en cambio, es muy frecuente encontrar estructuras temporales de carácter no lineal, a causa del uso frecuente de anacronías, principalmente el *flashback*, que permite desarrollar matices nuevos en los personajes y abrir nuevas subtramas. En la hipertelevisión se intensifica el uso de las anacronías, aunque existen otros juegos temporales, además del uso de la analepsis. La prolepsis o flashforward es un mecanismo no demasiado habitual en cine que la televisión retoma y desarrolla con efectivos resultados narrativos (organizando ambientes dramáticos, de suspense y sorpresa o incluso cómicos), además de otros recursos como la recurrencia a la duración pura (tiempo real) en series como *24* (Fox, 2004-2010).

Estudios de caso

En los capítulos

Dos series tan dispares como *CSI*, en cualquiera de sus franquicias derivadas (*CSI: Las Vegas*, *CSI: Miami*, 2002-, y *CSI: Nueva York*, 2004-), o *Breaking Bad* (AMC, 2008-), a pesar de pertenecer a géneros diferentes -investigación forense y héroe sociopático-, muestran dos maneras posibles de trabajar con las estructuras en el interior de cada capítulo.

CSI, estrenada en 2000 por la CBS, con cotidianidad presenta una estructura típica de drama procedimental, donde los pasos de estructuración de la historia suelen seguirse bajo el mismo esquema de episodio en episodio: descubrimiento de un cadáver, rastreo de escena y pistas,

localización de testigos e interrogatorio, pericia, complicación del caso, de nuevo testigos e interrogatorio y, finalmente, resolución. Este esquema base complicarse con el juego de la experimentación a través de estructuras temporales y/o diegéticas:

- Reconstrucciones imaginarias, muchas de ellas como falsas visualizaciones subjetivas de los sospechosos, testigos, lo propios técnicos forenses, y en algún caso de los mismos finados (capítulo Etiquetas en los pies), al modo de la focalización múltiple o variable del mismo hecho o hechos similares.
- Usos de *flashbacks*, rompiendo continuamente las líneas temporales. Y en algunas ocasiones *flashforward* al comienzo de los capítulos.
- Incursión de microhistorias de las tramas secundarias lineales del arco argumental de la temporada e incluso inter-temporadas, una segunda trama, que puede quedar o no en *cliffhanger* al final del capítulo, y que en muchos casos están constituyendo miniciclos de tramas eventuales en el interior de la temporada. Al menos son dos las tramas que suelen barajarse en los capítulos y que se van resolviendo de forma paralela, lo que exige un montaje fragmentario. Además de esos dos casos de investigación, se añade esa otra trama no episódica sino serial.

Cada capítulo se convierte en un discurso discontinuo desde el punto de vista de la construcción del relato, ayudado por la visualización también fragmentaria de los planos inconexos, de extremo detalle, planos imposibles nanoscópicos, cortinillas y espacios múltiples coexistentes en el interior de cada plano, que en ocasiones provoca la sensación visual de gran *collage*.

La hibridación de procedimientos constructivos hace que no se pueda calificar a la serie ni como serie dramática de acción, ni como serie de investigación forense, sino como ambas al tiempo. Por otro lado, tampoco puede decirse que sea episódica ni seriada, puesto que se trata de ambas cuestiones. La coralidad de los personajes y de las tramas continuadas en conflicto trae consecuencias en otras categorías narrativas como la de espacios y personajes, en tanto que además de los personajes fijos, los hay eventuales y fijos eventualmente.

En las tres primeras temporadas de *Breaking Bad* se presentan dos arcos argumentales diferentes. El primero está formado por las dos primeras y se cierra en el último capítulo de la segunda. En la tercera temporada se abrió una nueva trama que deberá continuarse en la cuarta. Sin embargo, a pesar de esta seriedad tan marcada, pueden establecerse estructuras narrativas recurrentes en algunos capítulos, como suele suceder en series de estructura episódica o con tramas autoconclusivas. En *Breaking Bad* se detectan algunos capítulos donde los juegos con el tiempo dan paso a dos tipos de esquemas: las estructuras con *flashbacks* y las de *flashforwards* encubiertos.

Al inicio de las dos primeras temporadas los sucesos se presentan *in media res* y a continuación se desarrolla un *flashback* que se alarga hasta ese momento ya presentado. Entonces el tiempo avanza hasta conseguir la resolución del conflicto adelantado al principio y planteado al recurrir

al pasado. De ese modo, los sucesos del inicio del episodio encubren un *flashforward* que activa elementos de curiosidad en un espectador que desconoce todos los datos que llevan a una situación extrema.

El primer capítulo de la primera temporada comienza en un instante de tensión de la trama. Unos pantalones vuelan por el aire, una caravana huye a trompicones por el desierto conducida por un cincuentón en calzoncillos cubierto con una máscara antigás que le impide tener buena visibilidad por lo que termina accidentando el vehículo. Entonces oye la sirena de la policía, coge la pistola de un cadáver que está en la caravana y se apunta la sien... Un *flashback* sitúa la acción tres semanas antes y casi final del episodio queda explicado quién es el personaje y porqué está en esa desatinada y turbadora situación, para continuar unos minutos más y conseguir así llegar a una resolución parcial al conflicto.

La elección de un momento climático en la acción, la focalización externa y la ausencia de antecedentes argumentales convierten esta secuencia en un excepcional inicio lleno de suspense e intriga. Se trata de un momento presente que dará paso al pasado que servirá de contexto y explicación de los hechos y personajes pillados en plena acción. Por ello, más que un momento temporal estable a partir del cual desarrollar el *flashback* que da paso a los hechos (donde realmente recae la fuerza del relato), se presentan momentos clave de la acción que actúan como adelantos de la misma, despertando emociones en el espectador. De este modo se presentan piezas demasiado avanzadas en la acción que adelantan momentos futuros, con la misma función que un *flashforward*.

Este inicio de capítulo organiza una estructura recurrente tanto en otros capítulos como en sucesivas temporadas. Al inicio de la segunda se ofrece también un momento del futuro y la recurrencia inmediata al pasado, con la diferencia de que la resolución no se encontrará dentro del mismo episodio sino al final de la temporada. De nuevo podemos hablar de *flashforward* encubierto, donde se ofrece un presente desestabilizado (extraños objetos que flotan o se hunden en una piscina). En un principio se presenta al inicio del relato, por lo que no puede hablarse de un *flashforward* canónico. Pero una vez que el tiempo –tras el *flashback*– se vuelve lineal la recurrencia a ese momento posterior (ampliando datos) sí lo convierte en un *flashforward* real.

Los juegos temporales se ven modificados en la tercera temporada, donde la estrategia narrativa se basa en la apertura de dos líneas dramáticas simultáneas de tramas diferentes que terminan convergiendo y cruzándose. El impactante comienzo del capítulo 3x01, posee una fragmentación diegética en este caso, aunque los juegos temporales no cesan. Los capítulos impares de esta temporada poseen una estructura recurrente basada en el uso del *flashback* al comienzo del capítulo, mostrando momentos del pasado de los personajes tanto principales como secundarios.

En los arcos narrativos

Como muchas otras series, *Perdidos* es el máximo exponente hasta el momento del collage temporal de largo recorrido. Su estructura compleja no afecta sólo al interior de cada capítulo,

que también, sino especialmente al diseño del total de las seis temporadas existentes. Como producto generador de *fandom*, tal y como debe ser una serie de calidad de la televisión actual tal y como lo entienden sus generadores, *Lost* ha jugado y explotado el tiempo hasta fronteras que han rozado lo inesperado, en buena parte debido a que es un producto de los denominados de *ongoing narratives* (Allrath: 2005). En el terreno de la “ciencia ficción” donde la construcción de imaginarios alternativos espacio-temporales es condición sine qua non, la estructura de complejidad rizomática es aceptada con naturalidad por el espectador, e incluso se diría que esperada. Según la observación y análisis, la fragmentación que rompe con las estructuras clásicas narrativas y que la convierten en una serie de estructura mosaico se debe a dos factores:

- Fragmentaciones temporales:
 - tiempo presente (trama “lineal” en la isla desde el accidente)
 - tiempo pasado (microrrelatos de las vidas de los personajes)
 - tiempo paralelo (en la propia isla o en lugares indeterminados pero en el no-tiempo)
- Fragmentaciones diegéticas:
 - La trama base de recorrido completo inter-temporadas va adelgazando de la primera a la sexta y perdiendo presencia a favor de la tramas “secundarias” (por decirlo de algún modo, o mejor dicho, “paralelas” de biografías de personajes).
 - Tramas de personajes aislados (primeras temporadas).
 - Tramas de personajes en relación (últimas temporadas).

Otras muestras de características hipertelevisivas son el uso del autorreciclado de imágenes de temporadas anteriores, la autorreferencialidad, el montaje paralelo que interrumpe tramas, la intertextualidad de otras referencias ficcionales audiovisuales, *cliffhanger* y *macguffin*. En definitiva, elementos que la convierten, como afirma Anna Tous, en un pastiche hipergenérico, donde “las tramas constituyen un hipertexto, una constelación de microrrelatos: las vidas pasadas de los personajes, su supervivencia en la isla y la trama de los otros están conformadas de microrrelatos” (2010: 85). Inclasificable como género (thriller, misterio, ciencia ficción, melodrama...), sus tramas terminan no siendo lo importante, sino las acciones que derivan de la resolución de la misma (*casedriven*, propia del *macguffin*), además de las biografías de los personajes que las generan. La única afirmación rotunda que la serie puede hacerse sin lugar a ambigüedades es su serialidad completa, en los capítulos y las temporadas entre sí. Y no obstante puede llamarse episódico el carácter capitular de algunas tramas que en cada capítulo se centra sólo en la vida de un único personaje o dos de ellos (cuando se tratan de parejas – sentimentales o de oposición).

Cada temporada de *Damages* (FX, 2007-) ofrece un arco argumental que se plantea, se desarrolla y se resuelve totalmente, lo que conlleva relaciones seriadas entre los episodios de una temporada y conexiones episódicas entre cada una de las temporadas que componen

Damages. Sin embargo, aunque los elementos de la historia contengan los ingredientes habituales de las narraciones clásicas, la disposición sintáctica no corresponde al orden temporal tradicional donde el planteamiento, el nudo y el desenlace se organizan de forma cronológica.

En la primera temporada los siete primeros capítulos se organizan a partir del descubrimiento gradual y progresivo de un momento temporal esencial de la trama, que no corresponde al planteamiento de la historia. El inicio de esos siete capítulos aporta datos de un presente que va desarrollándose hacia atrás (cada capítulo comienza en un momento anterior) y hacia delante durante unos pocos minutos, para después desarrollar en forma de *flashback* la presentación de los personajes principales, los antecedentes o el planteamiento de la historia, y la progresión del conflicto. De ese modo, los elementos temporales organizan un puzzle argumental que se concentra en cuatro momentos diferentes, partiendo de un presente (asesinato del prometido de Ellen y detención de ésta), que aparenta ser la resolución pero que no es más que un momento avanzado del conflicto. Por tanto, *Damages* ofrece “un planteamiento que más allá de la mera y hábilmente manejada, curva de tensión de la intriga, la sorpresa y el suspense, forma un juego de direcciones temporales que se cruzan en sentidos opuestos construyendo una red en la que se ven atrapados los personajes, una verdadera espiral del tiempo que se alza como un importante recurso retórico de la narrativa de la serie para construir una atmósfera emocional donde el tiempo es más que una línea contenedora o un recurso para la fidelización del espectador a lo largo de la temporada, es un sentimiento” (Cuadrado, 2010: 250).

Si el engaño, la trampa y la simulación es el *leit motiv* del personaje Patty Hewes (Glenn Close), la estructura narrativa de cada temporada de *Damages* se basa en los mismos mecanismos. El espectador -como Ellen Parsons (Rose Byrne) por parte de Patty- es seducido, embaucado y engañado por la disposición temporal de los hechos. El comienzo *in media res* con elementos climáticos fuertes (el asesinato de un personaje importante y la acusación de uno principal) confunde al espectador, que otorga la categoría de final a esos hechos. Sin embargo, no serán más que un punto de giro que conduzca a un desenlace que todavía desarrollará durante algunos capítulos.

En la segunda temporada, los recursos temporales serán también magistralmente manejados. El inicio del primer capítulo, como ocurría en la primera, se convierte en un momento temporal clave y recurrente, con información esencial oculta -en este caso la persona que Ellen apunta con su arma-, que se desconocerá hasta el final de la temporada. Como en la primera, a partir de ese hecho se retrocede seis meses, cuando un nuevo caso ocupa la atención de Patty Hewes y su ayudante Ellen Parson. Este esquema temporal se consolida como sello de identidad de la serie al volverse a repetir en la tercera temporada de nuevo.

Así pues, *Damages* -como *Lost*-, ofrece un verdadero puzzle temporal, donde la fragmentación juega a favor de la activación del suspense, pero a diferencia de la serie de la ABC, los contenidos diegéticos están -en su totalidad- en función del la trama principal de este drama legal que, gracias a la estructura narrativa activada está más cerca de retóricas de thriller o de policíacos.

Conclusiones

En el momento televisivo actual se producen cruces entre realidad y ficción y la homogeneización de procedimientos provoca que las series busquen especificidades para diferenciarse del resto del continuum televisivo, que tan ficcionalizado está. No obstante, es de resaltar que muchas de las series tienden al realismo en exceso. El triunfo de la *reality tv* entronca con el fenómeno denominado *first person media* o *factual entertainment*, resultando de ello una realidad televisiva que se autoalimenta y una realidad a la que se accede a través de simulaciones televisivas (Van Bauwel y Carpentier, 2010).

Actualmente se alternan estructuras de gran complejidad, estudiadas, y difíciles de tipologizar, y estructuras tramposas improvisadas (como el caso del cierre total de temporadas de *Los Serrano*), que coexisten con estructuras de autores televisivos clásicos que no hipertrofian las estructuras sino los temas y los personajes.

Se podría suponer que la originalidad en las arquitecturas narrativas podría estar motivada por la originalidad en los temas, las tramas o los tratamientos o la tendencia a la ciencia ficción y/o el realismo mágico, no obstante, las estadísticas de este estudio reflejan que no es así. No es el alejamiento del realismo lo que posibilita la ruptura y el juego temporal y diegético.

La motivación de las nuevas características pueden encontrarse en las retóricas también nuevas derivadas de las tecnologías de la información y la comunicación, tales como la de los productos transmediales, los videojuegos, además de la búsqueda de originalidad que consiga una fidelización, elementos narrativos propios de la *cult televisión*.

A pesar de que encontrarnos en la era del microrrelato, la microforma para consumir a la carta, con prisas y desde cualquier lugar con dispositivos receptores móviles del tipo que sean, las series de este corte en muchos casos generan *fandom*, una nueva forma que sustituye el visionado común y simultáneo a una hora concreta y un día concreto, nuevo elemento ajustado a su tiempo como parte de la dimensión afectiva del consumo que todo *fandom* televisivo conlleva (Scaglioni, 2006).

El nuevo espectador que debe asumir las novedosas formas narrativas laberínticas debe tener “capacidad de análisis e interpretación, con la atención a los indicios locales y con el avance de hipótesis, con la conjetura y reconstrucción de las huellas y rastros dispersos por el texto”, un texto que además es “rizomático, configurado como una red, en el que todos los recorridos se hallan entretejidos, un texto navegable en el que nada orienta al lector acerca de los itinerarios ciertos, seguros, previsibles y en el que quizá tampoco se adivine una salida, una conclusión o resolución seguras, esto es, la promesa de un conocimiento, de navegación y de desenvolvimiento del texto” (Lorente, 2010: 144). Es lo que se llama el espectador actuante de la web 2.0, también para televisión.

Referencias bibliográficas

- Allrath, G. & Marion Gymnich (eds.) (2005): *Narrative Strategies in Television Series*, Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- Cascajosa, C. (2005): *Prime Time. Las mejores series de televisión americanas, de CSI a Los Soprano*, Madrid: Calamar.
- Cuadrado, A. (2010): “La espiral del tiempo en Damages”, en Alejandro Salgado (coord.): *Creatividad en televisión. Entretenimiento y ficción*, Madrid: Fragua, pp.247-264.
- Gordillo, I. (2009a): *La hipertelevisión: géneros y formatos*, Quito: CIESPAL.
- Gordillo, I. (2009b): *Manual de narrativa televisiva*, Madrid: Síntesis.
- Imbert, G. (2008): *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales*. Cátedra.
- Lorente, J. I. (2010): “Transformaciones y derivas narrativas en la era de la televisión actual”, en Alejandro Salgado (coord.): *Creatividad en televisión. Entretenimiento y ficción*, Madrid, Fragua, pp. 137-156.
- Piscitelli, A. (1998): *Post/Television: ecología de los medios en la era de Internet*. Paidós, Buenos Aires.
- Scaglioni, M. (2006): *TV di culto. La serialità televisiva americana e il suo fandom*, Milano: Vita e Pensiero,
- Scolari, C. (2008): “Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo” en *Diálogos de la Comunicación* nº 77, julio-diciembre. En línea en (consultado el 16.12.2010) <http://dialogosfelafacs.net/revista/articulos-resultado.php?ed=77&id=88>
- Shimpach, S. (2010): *Television in Transition*, London: Wiley-Blackwell.
- Tous, A. (2010): *La era del drama en televisión*, Barcelona, UOC Press.
- Van Bauwel, S. & Carpentier, N. (2010): *Trans-reality Television. The Transgression of Reality, Genre, Politics and Audience*, New York, Lexington Books.
- Vaughn, E. (2007): “Relatos oceánicos. ¿Te han engañado?”, en Scott Card, O. (coord.): *Todo sobre Perdidos*, Palma de Mallorca: Dolmen, pp.55-63.

VI. Interactivities.

TVseries and Social Network marketing: The Audiovisual Text as a Wider Experience

Emanuela Zaccone

Introduction

Many TV series are constructed as high concept products, generating an expanded narrative universe that creates a strong engagement with the audience. Besides television AV texts we can also find Web series (*Seattle Grace: On Call*, *Dexter: Early Cuts*, *Dexter: Early Cuts: Dark Echo*), minisodes (*True Blood*), mobisodes (*24: Conspiracy*, *Lost: Missing Pieces*), comics (*Heroes*, *True Blood*), ARGs (“Lost Experience”), Web experiences (“Lost University”).

In our present epoch, social networks are fast becoming the main field of promotion and user engagement for audiovisual products. Hence this kind of campaign suggests to us the necessity of reconsidering the idea of text as part of a wider user experience, rather than as a finished, completed product.

This approach leads us to reconsider also the concept of “engagement”: social network marketing campaigns, in fact, are often built to provide an “experience”, which aims not just to generate awareness in users but also to bring TV series into the life of its viewers.

This chapter aims to present some case histories in order to demonstrate how we now need to reconsider the classical ideas of text and engagement.

After a short description of the new media landscape and the user relationship with audiovisual texts, we will consider which kind of interactions can be established between social network marketing and user experience of the text itself and precise elements of it (characters, narratives and casting), right up to the idea of “user generated marketing”. Then we will go on to analyze the importance of sharing and the role of social TV and new entertainment levels.

In conclusion, we shall seek to describe the idea of text as a broader form of experience.

The Relationship with the Text

The new media landscape is governed and defined by dynamics of technological and cultural convergence (Jenkins 2006). In a participative culture era the relationship with serial text is often governed by “affective economics”. As stated by Jenkins (2006: 43), it is a “new configuration of market theory which seeks to understand the emotional underpinnings of consumer decision making as a driving force behind viewing and purchasing decisions,” that values different viewers according to their commitment to the program. Consumers’ tastes are being commodified and accepted or rejected in accordance with the emergent goal of a ‘brand community’. Audiences – now turned into prosumers (Boccia Artieri, 2004) – take decisions led by a strong

relationship with audiovisual products, considered as “lovemarks” (Roberts, 2003), that is to say as brands to which customers feel “loyalty *beyond reason*”.

As Jenkins further notes (1992: 24) “media fans are consumers who also produce, readers who also write, spectators who also participate”. This definition, previously applied to fans, can now be extended to a wider audience – the so-called “extended audience” (Cauldry, 1995) - that interacts with social media and create its own media products. We cannot just create our own media, we are our media (Lasica, 2005) and marketing strategies aim to promote the production of user generated content connected to audiovisual products.

In this media landscape characterized by a huge number of entertainment offerings, in fact, time and attention are precious resources. The so called “attention economy” (Davenport and Beck, 2001) takes it into account and finds in engagement a solution to involve users and recognize the active role that the audience has acquired in relation to the older paradigm of the TV consumer as “couch-potato”; audience is now defined as “juggler”: entertaining themselves and building entertainment for others (Jenkins, 1992). Everyone can now decide *where* to watch and *how* and *when* to watch serial products. The multiplatform distribution of serialized audiovisual contents facilitates the relationship between medium and viewer by freeing consumers from the temporal and spatial regimes of consumption previously imposed upon them.

Fandom goes mainstream (Jenkins, 2006) and the buried “shadow economy” of user generated contents (Fiske, 1987) is now becoming a primary focus of interest for marketing people. In a context in which users are more connected than previously, and the sharing of experiences and interaction online forms a basis for our daily life in social networks, we can look at social media marketing as a form of tribal marketing (Cova, 2003), in which the relationship is more important than the product (Cova, 1997); as defined by Maffesoli in 1988, we can refer to these communities as “affective tribes”. This is the reason why some researchers prefer to talk about “societing”, rather than “marketing” (Badot, Bucci, Cova, 1993).

These days, media users and consumers are not only the main target of cultural industries, they are also a part of them, acquiring an active role now recognized by producers, who actively incorporate user activities into their business models. Sharing, collaborating, networking and co-creating are the keywords on which participatory culture is based, while various forms of “collective intelligence,” (Lévy, 1998) resolves problems by the “wisdom of crowds” (Surowiecki, 2004). All those aspects become part of a new economics model.

We believe social networks are now the best field for observing and analyzing this power shift, and new forms of user interaction with audiovisual texts. Media consumers actively interact with producers and with other consumers outside of traditional forms of organization (Shirkey, 2008), and they can in fact be defined as networked publics (Ito, 2008). At several different levels we can seek to determine how influential this double relationship is: between users and texts and between users and other users.

Against the classical division between bottom-up production and top-down production we can

group social network marketing strategies and products as a sort of “middle area” in which interactions can go deeper and deeper, and predefined roles can begin to switch and change.

Social Network Marketing and Use Engagement

Social network marketing campaigns determine different levels of interaction with the text. Users can interact: with the text itself, with text elements, with text promotional strategies.

In particular we can identify these relationships through a few significant case histories.

User and text itself

At this level we can group all types of user presence within the text.

Here, we are able to distinguish two subcategories of interaction: text “re-adaption/re-enactment” and the relationship with users personal knowledge of the text. In the first case, users become part of the text and personally involved in the story, often also becoming part of its adaptation.

This is what happens with “FlashForward Experience”, an application using Facebook Connect technology to construct a “personal” flash forward: photos, friends lists and images from the series are used to build a “vision” that every user can then share with friends. This means that the application offers the user the possibility of recreating one of the core elements of the ABC product: flash forwards. These are narrative elements that link characters to stories within the series. In the Facebook application these have a double purpose: (a) they make the user part of the narrative experience and (b) they give him the possibility to involve his friends and share this “personal (partly) user generated movie”. Users can then share their flash forwards by joining the “The Mosaic Collective” website, a platform reproducing a similar one presented in the show: an interactive map that locates and shows all inserted witnesses, tagged and keyword searchable; this leads to the fictional website reproducing the aim of the series itself: connecting people through shared experiences and discovery of coincidences and unknown relationships. All posted flash forwards were also sharable on social networks.

The sharing dimension is, in fact, the main focus of social network marketing campaigns, in order to “viralize” and promote the product. This explains why most promotional strategies are social network based, as demonstrated by the “Dexter: Follow the Code” campaign, both for the product launch, and during the fourth season of the Showtime TV series. In this case, users could discover clues on the Facebook and Twitter official accounts in order to unblock part of a mosaic image on the Follow the Code website, or other content (such as clip previews of the episode). Social network status updates, for example, presented questions related to episodes: correct answers to these were the key to the participative game on the website.

The idea of going deeper into the text, or part of it, is also the basis for other campaigns such as Lost University, a sort of online University, based on an ABC TV series. Users can enroll as students by answering questions about the TV series; before the launch of the sixth season users

PREVIOUSLY ON

could also participate in a contest to win a bottle with an USB pen containing a sneak preview of the first episode: all they had to do was correctly answer a few questions about the show. For the mid-season premiere of *Glee*, on April 2010, an interactive “hypertrailer”, plugged into Facebook, YouTube and other networks was launched. This allowed participants to find more information about characters, actors and stories related to the series; these “discoveries” were also shareable on social networks.

Also the *Mad Men* hyper-episodes, *The Hills* enhanced, and *Glee* superfan applications are thought to offer users more intense forms of experience.

As we said, users can also become part of the story in a more personal sense, by for example (re)living some parts or contexts of the narration. This is the case with the Dharma Initiative Recruiting Project, an ARG produced for the launch of the fifth season of *Lost*. In this case users could volunteer as candidates for Dharma projects by signing on at the DharmaWantsYou.com website; after some tests, Dharma elaborated a personal profile and gave special access to reserved contents. In other words, the ARG recreated exactly the same selection process used by Dharma in the TV series, giving users the possibility to participate in a personal way to the story, re-enacting it as a first person experience.

The concept of re-enactment is also the base for the “True Blood Ultimate Fan Experience”. On the occasion of the third season launch, fans could volunteer to participate in local events in 50 cities all over the USA. It was a “one-night-only event” on June 1st 2010 that was broadcast on Simulcast (with a live question and answer session with Alan Ball, creator of the series) and consisted in a collective viewing of the second season finale followed by a sneak peek preview of the third season. To participate it was necessary to access the “Sweeps” area of the Facebook Fan Page, that is to say that user actions (expressions of preference or interactions) were automatically shared with each user’s friends. But the most interesting aspect is that in the real event fans were organized in a hierarchy that reproduced that of the vampires: via Twitter local sheriffs were nominated. and these were responsible for the *truebies* of their zone (who had to follow their sheriffs in order to be informed about event news), exactly as is the case with vampire sheriffs in the TV series. The real world was organized in the same way as the fictional one. Sheriffs were selected via Twitter: candidates had to declare via a tweet - using the official hashtag #UltimateTrubie - why they were ultimate *truebies*, and what their zone was. In this way HBO created a lot of buzz around the initiative and gained publicity for the event. Sheriffs were acclaimed by other users, according to the content of candidate tweets. All Twitter followers of the event also had the possibility, at the end of the night, to obtain the link for the last minisode (“Jason”) before other Web users. Social network activity was thus awarded through gaining access to special content.

For the first season of *Glee* a mobile application for iPhone and iPad – realized by Smule - was launched. This allowed *gleeks* to recreate the *Glee* experience by founding new clubs, joining existing ones and singing (alone or together with others thanks to a special tool (pitch correction and three-part harmonies). and sharing one’s own performance on Twitter and Facebook: sharing

of performances, singing songs and completing missions, let users gain gleeks (a sort of points) that unblocked new songs.

The Glee club experience could thus be in the hands of users and at the same time reproduce, or re-enact, the TV series context.

For the show *How to Make it in America* HBO a Foursquare profile was created that allowed users to check-in to New York locations of the TV series, promoting the idea that is actually possible to transfer TV life into the real life (and, of course, multiple check-ins help users to gain badges).

In all the analyzed cases we can observe a constant: users want to go deeper into the text and want to own it, recreating it in a personal way. News acquisition, sometimes, is not only a collective or individual intelligence activity (such as in traditional fandom), rather, it is provided by producers, not only in the form of blogs or other content online, but also in the form of real-time news, empowered by use of other devices.

For example, for the ABC *My Generation* TV series an iPad app called “My Generation Sync” it was launched, that, using voice recognition during the episode and Media-Sync Technology, identified what episode users were watching, as well as “where” they were within the show, in order to deliver additional content and interaction with the series on your TV (also outside of the original broadcast time slot, while also recognizing pause, flash forwards or rewind actions).

Providing news, sharing it and participating in online discussions are all forms of motivation to encourage users to join conversations during the airing of TV series. This theme deserves wider coverage that we are going to be able to give it in this particular article.

User and text elements: characters, situations, narration and casting

At this level users can interact with precise elements of the text. In particular we are first going to analyze the interaction with character case histories.

We can include in this category all cases of Twitter interaction with TV series characters. This is often is a powerful interaction form that affects the television narrative by opening it up.

At this moment the best example is probably the Twitter accounts of *True Blood* characters. Every character tweets about the story and narrative events witnessed on the screen, and users can retweet, mention and write back regarding the series universe: this means, effectively, that we can find a wider form of narrative text, stemming from user activities and character actions. Also the characters live outside the screen, communicate using social media and interact with users, exactly like a real person. One of the characters – the young vampire Jessica Hamby – opened her personal blog on June 2010 and used it to share video logs and personal stories connected to the *True Blood* plot. The blog attracted a lot of comments and Facebook sharing and interactions (in the form of “like” preferences).

Another example of effective practice connected to use of Twitter is the creation of the account

@upraiser7 for *The Good Wife* TV series. This is the personal account of Becca, girlfriend of Alicia Florrick's— the main character – son Zach. It is possible to follow the account and interact with it, and actually – exactly as in the case of *True Blood* – there are two kinds of interaction: a first referring to the story itself, and another referring to the promotional strategy. In both cases users demonstrated a positive reception.

Sometimes users can be called to become part of the show through social media campaigns. This is what happened with the casting for the second season of *Glee*. On March 2010, *gleeks* were asked to participate in the casting by uploading their own video-performances on a dedicated MySpace page. The most voted users – also according to judgements by Fox– would become part of the *Glee* cast for the second season of the show. The contest was to have been closed on April 26th, but was delayed till April 29th. In any case, on April 26th, 28.000 audition videos had been uploaded and 85.090.415 votes registered.

An interesting category of analysis regarding user relationships with the text is represented by Alternate Reality Games, in which users are called to interact with elements of the narration: this is what happened in the case of the “Lost” promotional alternate reality games The Lost Experience and Find 815, which involved, respectively, The Hanso Foundation and Oceanic Airlines. In these cases, interaction has the function of going deeper into something connected to the narration. We can also take into account here a number of hoax sites and blogs related to TV series plots: to give just a few examples, think of the Red Panda Resources, the Oscar Obregan blog and the Twitter account connected to *FlashForward*, the American Vampire League, Fellowship of the Sun and Love Bitten websites connected to the *True Blood* first season viral campaign (it is also possible to find several promotional videos on YouTube for these associations and for True Blood beverages), the *Lost* i-related websites of the Hanso Foundation, the Oceanic Airlines and the Ajira Airways page.

Users and promotional strategies: co-creation and bottom-up promotional initiatives

All the analyzed cases so far are part of social media campaigns that actively engage users, but these represent merely some kind of promotional strategy: while we can refer to all these as “text centered strategies”, we can also identify a number of “user centered strategies”. The difference between these two types is signaled by creative interventions by users. We are referring here to co-creation processes related to promotional campaigns.

Some weeks before the end of *Lost*, ABC sent out an email – the intriguing object of which was “Lost celebrates the fans” – inviting all *losties* to create a promo for the big finale with the “Ultimate Lost fan promo contest”. ABC was recognizing user’s knowledge and competence regarding the TV series and video creation tools, celebrating their role and “delegating” to them various forms of creative action. The chosen video, based on the number of views online and votes on the website, was to have been aired on TV and winners have been invited to participate in the final party in Los Angeles.

The co-creation strategy formed a basis for the fan art wall dedicated by ABC to all fans who wanted to send and post their *Lost*-related creations. In this way, the company could promote the show through the image *losties* have of it, without creating – in other words – a lot of original materials themselves. This initiative had also a teaser function regarding the launch of the promo contest.

HBO called to action Twitter *truebies* with the contest “Reasons why waiting sucks”. On Spring 2010 – more than two months before the launch of the third season – fans were asked to tweet (using the hashtag #WaitingSucks, with clear reference to the vampire world) their personal points of view about why waiting for the last *True Blood* season was so terrible. The thirteen best tweets were published, on April 1st, on the official *True Blood* website. In this way, HBO: (a) delegated to fans the elaboration of concepts related to waiting for the new season, (b) filled the gap – in addition to the presentation of comics and minisodes – between seasons and (c) stimulated user generated buzz.

There also some cases in which a promotional idea derives directly from users, stemming from their “love” for audiovisual serial products.

In 2009, before the San Diego Comic Con, ABC launched a contest. Fans were asked to create a video that answered a precise question: what you think a *Lost* title song *would be* (if the show had one)? The winner prize – given to the Random Gibberish group - consisted in a screening of the “new title song” before the *Lost* panel at Comic Con. This ABC initiative, though, was not the first related to the *Lost* entry title. From 2005 the Video Island website launched monthly contests asking users to recreate the *Lost* entry sequence in different styles. The most famous was the contest – launched in March 2009 (the same year of the Comic Con contest) for the *Lost* TV series styled entry: we can find the *Lost Veronica Mars* styled entry, *Lost Baywatch* styled entry, *Lost Smallville* styled entry, *Lost Buffy* styled entry and so on. ABC discovered the initiative and didn’t oppose it, but we can reasonably imagine it served as inspiration for the 2009 Comic Con contest.

Another interesting case is represented by *Glee* and *gleeks*. After the pilot of the Fox series aired in the USA on May 2009, fans – who began referring to themselves as *gleeks* (*Glee* + geeks, in assonance with the narrative concept of the show) – started to upload onto YouTube video copycats of the performances seen in episodes. This user-generated content immediately turned into a viral success, and Fox drew advantage from the situation by launching a contest to find the “Biggest gleek”. The winner was selected by monitoring social network activities – especially on Facebook and MySpace. The result was a total success: *Glee* also became the most tweeted show, while ABC made a deal with iTunes to sell online not only the song performed by the *Glee* characters, but also a karaoke version “ready” to be used in user generated videos.

We use the term “user generated marketing” to refer to all those cases in which marketing strategies stem from user activity. These are cases where users demonstrate their competencies regarding marketing strategies and their relationship with the product: collective intelligence can

(sometimes) achieve more than marketing people can; fans know and “own” the text better than its creators, and, above all, they have the power to spread it in a peer-to-peer environment, gaining the attention of other fans. And producers know this. For the launch of the third season of *True Blood*, a video was published on the Facebook Fan Page of the series, with the following description: “the HBO marketing department would like to apologize for getting a little over-exuberant in its enthusiasm for the return of *True Blood*”. In the video we see a member of the marketing team apologizing for all the (weird) products HBO has realized, due to their enthusiasm for the season premiere. What is meaningful here, is that this marketing man is acting exactly like a fan: his happiness, his desire to show it to other people and share his love for the HBO series is the same as a fan. As happened in the case of the videos “The fans have spoken at HBO True Blood”, HBO here demonstrates knowing very well the basic engagement dynamics. Users are definitively becoming advertisers.

The establishment of a peer-to-peer relationship with users sometimes passes by way of calls to action such as choice of the character for the Facebook Fan Page avatar (on *True Blood*, fan page polls of this kind are very frequent) or through celebration of the number of users that are fans of the show (eg. the claim of the *Dexter* Facebook Fan Page on October 2010: “You’re mine now. Dexter 5 millions”). These kinds of initiatives take into account the fans’ contributions to the buzz and sense of success around a TV show, and actively celebrate it.

The network of exchanges, discussions and conversations going on around an audiovisual product has clearly been empowered by social network development.

The Importance of Sharing: Conversations, Social TV and New Entertainment Levels

Interacting with other users, sharing ideas and videos are frequent actions on social networks: comment spaces on Facebook, or use of hashtags on Twitter, are ways to generate buzz and dialogue around audiovisual products. Sharing is primarily a necessity for those users who are most moved by their intense love and interest for a favorite TV series.

That is why most engagement online revolves around forums, discussion boards and tweets. In general, users can share their activities on social networks, and their actions on those platforms can then be rewarded with special discounts or access to exclusive content. NBC, for example, launched the “fan it” campaign in order to reward fans who use MySpace, Twitter, Facebook, Foursquare or MyNBC accounts to share content and promote discussions about NBC network series. In exchange, fans collect points they can use to obtain merchandise, discounts or virtual goods.

But it is first with social TV tools that all the previously analyzed characteristics arrive at their most perfected developmental level.

First of all, we need to look at the discussion sharing potential of social TV applications: Google promoted a Twitter integration tool that allows users to write about their favorite show during broadcast time and, as announced by Nielsen on March 2010, a lot of American

users go online while watching TV. Stemming from experiences such as FoxPop and the social plugins used for social network webcasting, applications like Miso, Tunerfish, GetGlue and Philo, all aim to offer what we could refer to as a double entertainment experience. These applications, in fact, give users the possibility of ‘flagging’ and ‘liking’ programs and, especially, of checking in to audiovisual programs and following/friending other users. That is to say that anyone can create and share a flow of a personal “vision archive”, a timeline shareable on Facebook and Twitter, that functions as a marketing opportunity for investors and a recommendation search engine for other consumers.

In the last months we have seen the emergence of several alliances: *True Blood* made a deal with GetGlue to offer discounts at the HBO ecommerce shop (10% discount for users, 20% for fans and superfans) and exclusive badges (*Dexter*, *Hung*, *Entourage* and GetGlue), or viewing parties (*Chuck*, *Gossip Girl* and others with Philo).

Badge conquering represents a second form of entertainment, beyond audiovisual consumption. So the act of viewing is now a result of a double form of entertainment: watching the show itself and obtaining badges and prizes; and above all, all these actions are shareable. We can generate a personal timeline and a stream of check ins to our favorite shows and we can share it all with friends.

Engagement is more than simple involvement: it is construction of a participatory experience.

Conclusion: The AV as a Wider Experience

As previously mentioned, users are becoming marketers, and they share the same vivid enthusiasm, creativity and relationships with the AV text. Hence, AV media fans are similar to brand communities: collective intelligence and *lovemark* experience are central keywords for understanding the way in which such contemporary tribes function.

User engagement strategies seek to empower consumers as prosumers for marketing purposes, establishing, in doing so, a new kind of relationship between the semiotic notion of text and the marketing concept of consumers and consumption.

User generated content such as personal video-clips, movies, Facebook comments or tweets can be considered part of a wider conception of the text, defined not only by the primary text itself, but also by all the other texts created around it in order to promote this audiovisual product. This new, extended notion of text is a semiotic, marketing-related concept: within this definition of text we can find all elements (trailers, promotional kits, videos, but also ARGs or viral campaign materials etc.) that are part of the whole promotion process, but which have also their own independent “persistence” spaces; that is to say: they are more than mere “paratext” (Genette, 1997): they are also fully independent media productions.

Social Media Marketing strategies lead to a necessary renegotiation of the distinction between primary text (the media product properly understood as such) and secondary text (derivates of its promotion process), which both can be considered entertainment products in their own

right. TV series are not merely audiovisual products, they are also part of a wider world of user experience.

In a context in which “everyone becomes an audience all the time” (Cauldry, 1995: 190) we need to re-elaborate the first principle of the Cluetrain Manifesto: audiovisuals – not markets – are conversations

Works Cited

Books and Journal Articles

- Abbott, S. (ED.) (2010) *The Cult TV Book*, London, New York: I.B. Tauris
- Akass, K. and McCabe, J., (2007), *Quality Tv. Contemporary American Television and Beyond*, London: IB Tauris
- Anderson, C. (2009) *Free. The Future of a Radical Price*, New York: Hyperion
- Andrejevic, M. (January 2008) “Watching Television Without Pity. The Productivity of Online Fans”, *Television & New Media*, vol. 9, pp. 24-46
- Arnesano, G. (2007) *Viral marketing e altre strategie di comunicazione innovativa*, Milano: Franco Angeli
- Bagozzi, R. P., Dholakia U. M. (2006) “Antecedents and Purchase Consequences of Customer Participation in Small Group Brand Communities”, *International Journal of Research in Marketing*, 23, pp.45 – 61
- Balasubramanian, S. and Mahajan, V. (Spring 2001) “The Economic Leverage of the Virtual Community”, *International Journal of Electronic Commerce*, Vol . 5, No. 3, pp. 103–138
- Barabási. A. (2002) *Linked. The New Science of Networks*, Cambridge: Perseus Pub.
- Benkler, Y. (2006) *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*, New Haven: Yale University Press,
- Boccia Artieri, G. (2004) *I media-mondo*, Roma: Meltemi
- Bolter, J. D. and Grusin R. A. (1999) *Remediation. Understanding New Media*, Cambridge: MIT Press
- Boyd, D. (2008) “Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics”, in Buckingham, D. (ED.) *Teenage Social Life. Youth, Identity and Digital Media*, Cambridge: MIT Press
- Carr, N. (2008) Nicholas, *The Big Switch. Rewiring the World, from Edison to Google*, New York: Norton & Co.
- Consalvo, M. (January 2003) “Cyber-Slaying Media Fans. Code, Digital Poaching, and Corporate Control of the Internet”, *Journal of Communication Inquiry*, vol. 27, pp. 67 – 86

- Costello, V. and Moore B. (May 2007) "Cultural Outlaws: An Examination of Audience Activity and Online Television Fandom", *Television & New Media*, vol. 8, pp. 124 – 143
- Couldry, N. (2005) "The Extended Audience" in Gillespie, M. (ED.) *Media Audiences*, Open Uni Press
- Cova, B., Giordano A., Pallera M. (2007) *Marketing non convenzionale: viral, guerrilla, tribal e i 10 principi fondamentali del marketing postmoderno*, Milano: Il Sole 24 Ore
- Cova, B., Kozinets R. V., AND SHANKAR, A. (ED.) (2007), *Consumer Tribes*, Oxford: Butterworth-Heinemann
- Cova, B., Kozinets, R. V. AND SHANKAR, A. (2007) "Tribes Inc.: The New World of Tribalism", in Cova, B., Kozinets R. V., AND SHANKAR, A. (ED.), *Consumer Tribes*, Oxford: Butterworth-Heinemann
- Cova, B. (2003) *Il marketing tribale. Legame, comunità, autenticità come valori del Marketing Mediterraneo*, Milano: Il Sole 24 Ore
- Cova, B. and Cova V. (2002) "Tribal Marketing: The Tribalisation of Society and its Impact On the Conduct", *European Journal of Marketing*, 36, 5/6, pp. 595-620
- Cova, B. (1995) *Au-dela du marche: quand le lien importe plus que le bien*, Paris: Editions L'Harmattan
- Davenport, T. H. and Beck, J. C. (2001). *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Harvard Business School Press
- De Certeau, M. (1984) *The practice of everyday life*, Berkeley: University of California Press
- Dena, C. (February 2008) "Emerging Participatory Culture Practices", *Convergence - The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 14, pp. 41 – 57
- Doyle, G. (2006) *The Economics of the Mass Media*, Cheltenham, Northampton: Edward Elgar Pub.
- East, R. (1997) *Consumer Behaviour. Advances and Applications in Marketing*, London, New York: Prentice Hall
- Eco, U. (1977) *Dalla periferia dell'impero. Cronache da un nuovo Medioevo*, Milano: Bompiani
- Eco, U. (1975) *Trattato di semiotica generale*, Milano: Bompiani
- Fabris, G. (2008) *Societing: il marketing nella società postmoderna*, Milano: Egea
- Fiske, J. (1987) *Television Culture*, London: Routledge
- Genette, G. (1997) *Palimpsestes. La littérature au second degré*, Paris: Editions du Seuil
- Gillespie, M. (ED.) (2005) *Media Audiences*, Open Uni Press
- Gillmor, D. (2004) *We the media*, Sebastopol: O'Reilly
- Gladwell, M. (2000) *The Tipping Point. How Little Things Can Make a Big Difference*, Boston:

Little Brown

- Godin, S. (2008) *Tribes. We Need You to Lead Us*, New York: Portfolio
- Grainge, P. (2008) *Branding Hollywood: Selling Entertainment in a Global Media Age*, London, New York: Routledge
- Gray, J., SANDVOSS, C. AND HARRINGTON, C. L. (2007) *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, New York: New York University Press
- Gray, J. (March 2003) "New Audiences, New Textualities. Anti-Fans and Non-Fans", *International Journal of Cultural Studies*, vol. 6, pp. 64 – 81
- Hammond, M. and Mazdon, L. (ED.) (2005) *The Contemporary Television Series*, Edinburgh: Edinburgh University Press
- Hesmondhalgh, D. (2002) *The Cultural Industries*, Sage
- Hills, M. (2002) *Fan Cultures*, London: Routledge
- Ito, M. (2008) "Networked Publics: Introduction", in VARNELIS, K. *Networked Publics*, Cambridge: MIT Press
- Jancovich, M. AND Lyons, J. (2003) *Quality Popular Television. Cult Tv, the Industry and Fans*, London: British Film Institute
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York: New York University Press
- Jenkins, H. (2005) *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*, New York: New York University Press
- Jenkins, H. (1992) *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, New York: Routledge
- Johnson, S. (2005) *Everything Bad is Good for You. How Today's Popular Culture is Actually Making Us Smarter*, New York: Riverhead Books
- Kirsner, S. (2009) *Fans, Friends and Followers. Building an Audience and a Creative Career in the Digital Age*, Cambridge: Scott Kirsner
- Kotler, P. and Keller, K. (2006) *Marketing Management*, Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall
- Lancaster, K. (2001) *Interacting With Babylon 5. Fan Performances in a Media Universe*, Austin: University of Texas Press
- Lasica, J.D. (2005) *Darknet. Hollywood's War Against the Digital Generation*, Hoboken Wiley
- Le Guern, P. (2002) *Les cultes mediatiques: Culture fan et oeuvres cultes*, Rennes: Presses Universitaires de Rennes II
- Levine, R., Locke, C., Searls, D., Weinberger, D. and McKee, J. (2000) ***The Cluetrain Manifesto. The End of Business as Usual***, Cambridge: Perseus

- Lévy, P. (1997) *Cyberculture*, Paris: Editions Jacob
- Lévy, P. (1994) *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*, Paris: La Découverte
- Lewis, L. A. (ED.) (1992) *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, London, New York: Routledge
- Maffesoli, M. (1988) *Le temps des tribus: le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*, Paris: Méridiens Klincksieck
- Manovich, L. (2002) *The Language of New Media*, Cambridge, MIT Press
- Mazzoli, L. (ED.) (2009) *Network effect. Quando la rete diventa pop*, Torino: Codice Edizioni
- McAlexander, J. H., Schouten, J. W. AND Koenig, Harold F. (January 2002) "Building Brand Community", *Journal of Marketing*, 66, 1, pp. 38 – 54
- Meyrowitz, J. (1985) JOSHUA, *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York: Oxford University Press
- Muniz JR., A. M. AND O'Guinn, T. C. (March 2001) "Brand Community", *Journal of Consumer Research*, 27, 4, pp. 412 – 432
- Negroponte, N. (1995), *Being Digital*, New York: Knopf
- Pearson, R. E. (ED.) (2008), *Reading Lost. Perspectives on a Hit Television Show*, London: I.B. Tauris
- Pearson, R. E. AND Gwenllian-Jones S. (ed.) (2004), *Cult Television*, Minneapolis: University of Minnesota Press
- Picard, R. G. (2002) *The Economics and Financing of Media Companies*, New York: Fordham University Press
- Pozzato, M. P. AND GRIGNAFFINI G. (ED.) (2008), *Mondi seriali. Percorsi semiotici nella fiction*, Milano: Mediaset/RTI (collana Link Ricerca)
- Rheingold, H. (2003) *Smart Mobs. The Next Social Revolution*, Cambridge: Perseus Publishing
- Roberts, K. (2006) *The Lovemarks Effect. Winning in the Consumer Revolution*, Brooklyn, NY: PowerHouse Books
- Roberts, K. (2004) *Lovemarks. The Future Beyond Brands*, New York: PowerHouse Books
- Sandvoss, C. (2005) *Fans: the Mirror of Consumption*, Cambridge: Polity
- Scaglioni, M. (2006) *TV di culto. La serialità televisiva americana e il suo fandom*, Milano: Vita & Pensiero
- Shirky, C. (2008) *Here Comes Everybody. The Power of Organizing Without Organizations*, New York: Penguin Press
- Surowiecki, J. (2004) *The Wisdom of Crowds. Why the Many Are Smarter Than the Few and*

How Collective Wisdom Shapes Business, Economies, Societies and Nations, New York: Doubleday

Tapscott, D. and Williams, A. D. (2006) *Wikinomics. How Mass Collaboration Changes Everything*, New York: Portfolio

Thompson, K. (2003) *Storytelling in Film and Television*, Cambridge: Harvard University Press

Thompson, R. J. (1996) *Television's Second Golden Age. From Hill Street Blues to ER*, New York: Continuum

Varnelis, K. (2008) *Networked Publics*, Cambridge: MIT Press

Wolf, M. J. (1999) *The Entertainment Economy. How Mega-Media Forces are Transforming Our Lives*, New York: Times Books

Zaccone, E. (September 18, 2010) *Glee: il talento fuori e dentro il testo*, Immaginario, Immagini, Media. La Qualità della Televisione – University of Turin Summer School proceedings [forthcoming]

Electronic and Web Based Reference

Anderson, C. (May 8, 2005) *The origins of the Long Tail*, [Online], Available: http://longtail.typepad.com/the_long_tail/2005/05/the_origins_of_.html [May, 2008]

Anderson, C. (October, 2004), *The Long Tail*, [Online], Available: http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail_pr.htm [May, 2008]

Badot, O., Bucci A. and Cova B. (2006) *Beyond Marketing Panaceas. In Praise of Societing*, [Online], Available: http://visionarymarketing.com/_repository/societing/societingcovabadotbucci.pdf [February, 2010]

Howe, J. (June, 2006), *The rise of crowdsourcing*, [Online], Available: <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html> [January, 2008]

Jenkins, H. (August 10, 2004), *When Piracy Becomes Promotion. The underground subtitling and circulation of Japanese anime helped to open the American market to Asian cultural imports*, [Online], Available: www.technologyreview.com/Biotech/13722/?a=f [January, 2008]

Jenkins, H. (July 3, 2007), *Catching Up on Fan Culture...*, [Online], Available: http://henryjenkins.org/2007/07/catching_up_on_fan_culture.html [January, 2008]

Jenkins, H. (November 30, 2006), *When Fandom Goes Mainstream...*, [Online], Available: http://henryjenkins.org/2006/11/when_fandom_goes_mainstream.html [January, 2008]

Jenkins, H. (September 28, 2006) *Triumph of a Time Lord (Part One): An Interview With Matt Hills*, [Online], Available: http://henryjenkins.org/2006/09/triumph_of_a_time_lord_part_on.html [January, 2008]

- Jenkins, H. (September 29, 2006) *Triumph of a Time Lord (Part Two): An Interview With Matt Hills*, [Online], Available: http://henryjenkins.org/2006/09/triumph_of_a_time_lord_part_tw.html [January, 2008]
- Jenkins, H. (August 28, 2006) *Fan Activism in a Networked Culture: The Case of Stargate SG-1*, [Online], Available: http://henryjenkins.org/2006/08/fan_activism_in_a_networked_cu.html [January, 2008]
- Jenkins, H. (1998) *The Poachers and the Stormtroopers: Cultural Convergence in the Digital Age*, [Online], Available: <http://web.mit.edu/cms/People/henry3/pub/stormtroopers.htm> [January, 2008]
- Mittell, J. (2009) *Sites of participation: Wiki fandom and the case of Lostpedia*, *Transformative Works and Cultures*, 3, 2009, [Online], Available: <http://dx.doi.org/10.3983/twc.2009.0118> [November 2009]
- Pontin, J. (June 2005) *Digital Properties. Star Wars: Revelations and copyright*, [Online], Available: <http://www.technologyreview.com/Infotech/14499> [January, 2008]
- Raymond, E.S. (2000) *The Cathedral and the Bazaar* [Online], Available: <http://catb.org/esr/writings/cathedral-bazaar/cathedral-bazaar> [January, 2008]
- Zaccone, E. (November, 2010) *Cinema e realtà aumentata: intervista a Mauro Rubin*, [Online], Available: <http://www.moviecamp.it/generale/cinema-e-realta-aumentata-intervista-a-mauro-rubin.html> [November, 2010]
- Zaccone, E. (November 3, 2010) *Gli audiovisivi a misura di me: crowdsourcing, partecipazione e personalizzazione*, *MovieCamp Roma papers*, [Online], Available: <http://www.slideshare.net/EmanuelaZaccone/moviecamp-roma> [November, 2010]
- Zaccone, E. (October, 2010), *[Aspettando Moviecamp] Il cinema a misura di noi: Barcamp, User Generated Movies e archivi personali*, [Online], Available: <http://www.moviecamp.it/generale/aspettando-moviecamp-il-cinema-a-misura-di-noi-barcamp-user-generated-movies-e-archivi-personali-2.html> [November, 2010]
- Zaccone, E. (September 30, 2010) *Social TV e interazione: una ricostruzione dell'audience in salsa 2.0*, [Online], Available: <http://www.ninjamarketing.it/2010/09/30/social-tv-e-interazione-per-una-ricostruzione-dell-audience/> [September, 2010]
- Zaccone, E. (September 21, 2010) *User generated movies: quando il film è una questione personale*, [Online], Available: <http://www.ninjamarketing.it/2010/09/21/user-generated-movies-quando-il-film-e-una-questione-personale/> [September, 2010]
- Zaccone, E. (September, 2010), *Product Placement e innovazione: il caso (e)-motional*, [Online], Available: <http://www.moviecamp.it/generale/product-placement-e-innovazione-il-caso-e-motional.html> [November, 2010]
- Zaccone, E. (September 10, 2010) *Nightmare augmented reality experience: raccoglierai il quanto di sfida?*, [Online], Available: <http://www.ninjamarketing.it/2010/09/10/nightmare->

[augmented-reality-experience-raccoglierai-il-guanto-di-sfida/](#) [September, 2010]

Zaccone, E. (September 9, 2010) *Audience e social media: tra produzione partecipata e utenti esercenti*, *MovieCamp Venezia papers*, [Online], Available: <http://www.slideshare.net/EmanuelaZaccone/moviecamp-venezia-5191580> [September, 2010]

Zaccone, E. (September 2, 2010) *Miso: la social TV arriva sui nostri schermi*, [Online], Available: <http://www.ninjamarketing.it/2010/09/02/miso-la-social-tv-arriva-sui-nostri-schermi/> [September, 2010]

Zaccone, E. (June 17, 2010) *Mubi, i Webby Awards e gli archivi audiovisivi: verso la fruizione personalizzata*, [Online], Available: <http://www.ninjamarketing.it/2010/06/17/mubi-i-webby-awards-e-gli-archivi-audiovisivi-verso-la-fruizione-personalizzata/> [July, 2010]

Zaccone, E. (June 10, 2010) *Social media marketing & social network casting: cercasi talenti per Glee*, [Online], Available: <http://www.ninjamarketing.it/2010/06/10/social-media-marketing-social-network-casting-cercasi-talentiper-glee/> [June, 2010]

Zaccone, E. (May 24, 2010) *Lost celebra i suoi fan per il gran finale: tra user generated contents, crowdsourcing e intelligenza collettiva*, [Online], Available: <http://www.ninjamarketing.it/2010/05/24/lost-celebra-i-suoi-fan-per-il-gran-finale-tra-user-generated-contents-crowdsourcing-e-intelligenza-collettiva/> [June, 2010]

Zaccone, E. (March 5, 2010) *Lost: ultima spiaggia ultima stagione*, [Online], Available: <http://www.ninjamarketing.it/2010/03/05/lost-ultima-spiaggia-ultima-stagione/> [consultato nel marzo 2010]

Zaccone, E. (February 25, 2010) *Fenomenologia delle strategie non convenzionali al cinema: gli utenti esercenti*, [Online], Available: <http://www.ninjamarketing.it/2010/02/25/fenomenologia-delle-strategie-non-convenzionali-al-cinema-gli-utenti-esercenti/per-una-ridefinizione-dei-canali-di-distribuzione/> [February, 2010]

Zaccone, E. (December 22, 2009) *Glee: un'epidemia user generated*, [Online], Available: <http://www.ninjamarketing.it/2009/12/22/glee-unepidemia-musicale-user-generated/> [December, 2009]

Zaccone, E. (December 18, 2009) *Avatar: quando il social network marketing è un obbligo*, [Online], Available: <http://www.ninjamarketing.it/2009/12/18/avatar-quando-il-social-network-marketing-e-un-obbligo/> [December, 2009]

Zaccone, E. (November 18, 2009) *FlashForward: memoria virale fatta in serie*, [Online], Available: <http://www.ninjamarketing.it/2009/11/18/flashforward-memoria-virale-fatta-in-serie/> [November, 2009]

Zaccone, E. (May 12, 2009) *Hashmobbing e wedding running: gli utenti come esperti di marketing*, [Online], Available: <http://www.ninjamarketing.it/2009/05/12/hashmobbing-e-wedding-running-gli-utenti-come-esperti-di-marketing/> [May, 2009]

“We are all Gossip Girl”: *Gossip Girl* and the Promise of Interactive Television

Elisa Lange

In November 2010, Current TV, a cable network founded by former Vice President Al Gore, has started airing a 30 minute TV series called *Bar Karma*, which is created in online collaboration with fans and is thus a new step to truly participatory and interactive TV. On a website users can pitch storylines, comment on submitted entries, talk to the producers, and contribute marketing ideas. The show is co-produced by *SimCity* creator Will Wright and features well-known actors like William Sanderson (<http://current.com/studios/about/>). Of course, there is no guarantee that the fans' story idea will find its way into the actual show since the producers and writers still hold the power to decide how and if a pitch is worked into the final product. Still, this project allows viewer to have more than an imaginary control over the televised narrative even if the project's success still remains to be seen.

Still, interactivity rarely plays out on the primary level of the TV program itself, but more commonly on the secondary level and tertiary level of the televisual text, that is network created websites that allow some contributions from fans and unregulated communications between fans (Fiske, 1983: 85). Interactivity within the TV landscape is often associated with the viewers' ability to turn from passive consumers into active producers of content that “adds” to the televised narrative but does not change it (Hassapopoulou, 2010: 48). This distinction usually does not take into account that even when viewers are passively sitting on their couch watching soap operas, their minds are still actively engaged in making sense of the narratives and relationships. Nonetheless, recent views of audience interactivity have been tied to “new communication technologies” (Kioussis, 2002: 356) and the development of “transmedia storytelling,” defined by Jenkins (2006: 96) as content “unfolding across multiple media platforms”. This correlation between new media and interactivity on the secondary and tertiary level of televisual texts has been examined in several studies, for example, Mark Andrejevic's (2008) article on the fan forums on *Televisionwithouthipity.com*, Perryman's (2008) analysis of transmedia storytelling on *Dr Who*, or Will Brooker's (2004) essay on *Dawson's Creek*. However, the consensus is for the most part that the promise of interactive TV and shared narrative control is often only “imaginative” (Jones, 2004: 167), which Marina Hassapopoulou has exemplified in her analysis of the *Heroes* fandom. She argues that although fans are given more opportunities to participate beyond the televised narrative, these activities usually do not extend beyond the digital extensions of a show and “parameters established by producers and network executives” (Hassapopoulou 2010: 48). Hence, viewers are encouraged not only to consume the show but also to produce additional content in order to create a loyal and stable fanbase. Consequently, a primary television text can rarely be altered but is usually enhanced by the communicative aspects of new media venues like Internet forums, YouTube, fanfiction webpages, Twitter, comment sections or blogs, often

referred to as added “new value” (Jenkins, 2008: 9) or “enhanced content” (Caldwell, 2002: 257).

For this reason Matheson (2005: 158) argues that “if some digital media reveal new textual dynamics, it is not because they are newly interactive, but because they enable interactivity or connectivity in distinctive and particularly rich ways”. Similarly, Kelli Fuery (2009: 43-45) suggests, that “we have to stop thinking of interactivity as a process in which we participate and perform” but look at it in terms of “experience and practice”. Thus, the promise of interactive television in *Gossip Girl* should be understood in terms of experiencing communicative exchange between the fans, the producers, and the TV network, made possible by new media. This communicative exchange enables the viewers to contribute to the narrative database of the primary text, that is – gossip. As the show is structured around the use and abuse of new media, the unseen character of *Gossip Girl*, and the unapologetic disclosure of its market-oriented production and “hypermediacy” (Bolter, 2000: 62), it mirrors today’s prevalent mediated communication and addresses the fans on a meta-level. Thus, *Gossip Girl* on the one hand encourages critical engagement with the consumption of new media and the show itself; on the other hand, it exemplifies the tension between the simulation and the actuality of interpersonal communication and shared power within interactive media.

***Gossip Girl* and “Hypermediacy”**

Gossip Girl’s initial online popularity stemmed mostly from it being loosely based on the already popular novels of the same title by Cecily von Ziegesar and it being produced by Josh Schwartz, who had already created *The O.C.*, another successful teen drama. *Gossip Girl* premiered on the small network The CW in the fall of 2007, half a year after the cancellation of *The O.C.*, which had aired on FOX. The series starts with former bad girl and socialite Serena van der Woodsen returning from boarding school to the Upper East Side after her brother Eric has attempted suicide. It is later revealed that she left New York abruptly after sleeping with her best friend’s boyfriend, Nate Archibald. During Serena’s absence, her best friend (and sometimes enemy) Blair Waldorf has taken over Serena’s crown as the schools reigning “queen bee” and is none too happy about Serena’s reappearance. The show is also populated by the Humphrey family and their family friend Vanessa Abrams, who live in Brooklyn and thus equal the *Gossip Girl* definition of “poor,” as well as Chuck Bass, who is the show’s resident bad boy and hedonist billionaire. Of course, as every fan knows, over the course of four seasons the web of relationships and storylines has grown too complex to explain in a few sentences. However, at its core the show always revolves around the lives of wealthy New Yorker teenagers, which is filled with scandal, a warped sense of morality and documented by the omnipresent but never seen narrator/blogger *Gossip Girl*, who feeds of the anonymous tips, photos, and videos people send in. The show’s premise can best be summed up by its poignant tagline “You are nobody until you are talked about” and highlights the blurring lines between public and private live that we face in today’s mediated

society. Although *Gossip Girl* has never been a ratings success, it permeates the Internet like no other current show, drawing up more Google Search hits than, for example, *Grey's Anatomy* or *Glee* (Google Search, 2010). Thus, *Gossip Girl* still provides a poignant insight into today's surveillance economy, celebrity culture and zeitgeist.

As stated, social and information networks like Facebook and Twitter play an integral part for viewers in creating connectivity and added value. Thus, sociologist Vincent Miller (2008: 394) argues that social media leads to an increasingly "phatic" culture. According to his article, "phatic" messages "are not intended to carry information or substance for the receiver, but instead ... maintain and strengthen existing relationships in order to facilitate further communication". This development is often linked to the rise of a "postsocial" society that is defined by a flattening of social relations and increasing communication with others through objects, e.g., mobile phones (Knorr-Cetina, 1997: 1-2). *Gossip Girl* harvests this development by emphasizing "phatic" and mediated communication as a focal point of its primary narrative, using it on the secondary level for advertisement and for encouraging buzz on the tertiary level. Since the show is explicitly permeated by new media inside and outside of the primary narrative, it can be called a "hypermediated" show that "makes us aware of the medium or media ... (in sometimes subtle and sometimes obvious ways)" (Bolter, 2002: 34) and "seeks the real by multiplying mediation so as to create a feeling of fullness, a satiety of experience" (Bolter, 2002: 53). On the show's primary narrative level we are confronted with the ambiguous identity of *Gossip Girl*, which constantly reminds us of our own voyeurism. Furthermore, the viewer is faced with an array of intertextual literary and pop culture references, the conspicuous use of new technology and social media for interpersonal communication, or barely veiled product placement for the Microsoft search engine Bing, Vitamin Water, or designer fashion labels. Beyond the show's primary level the narrative is extended to the official *Gossip Girl* blog (which is part of The CW's official homepage, mobi-sodes, various Twitter accounts of producers, actors and even characters, and of course the real-life gossip industry, which the actors and fans are a part of.

The constant "hypermediacy" and self-reflexivity on *Gossip Girl* enables the "users [and viewers] to perceive the experience [of interactivity] to be a simulation of interpersonal communication" (Kioussis, 2002: 379) and enables viewers to question the walls between reality and fiction as attentive consumers and media critics. For this reason, Jacob Clifton, a writer who recaps the *Gossip Girl* episodes for Televisionwithoutpity.com has pointed out in his reviews that the "whole show is a wink to us viewers" (Clifton, 2010: 16) . Thus, it often toes the line of consisting of nothing more than meta-commentary: the show's narrative references other media like Internet forums or celebrity blogs that publish gossip, which in turn informs fan forum discussions, review articles and more gossip, which in turn serves as new fodder for *Gossip Girl*'s narrative database. Another dimension to this self-referential cycle is added by the celebrity status of the show's actors, who are prime targets for online gossip columns, paparazzi, and fan scrutiny. Thus, the

show allows the viewers to contribute actively to the narrative database of the show - gossip and surveillance culture. Hence, *Gossip Girl* not only mirrors today's surveillance culture and economy but also tries to reveal the modes of television production to the viewers. Josh Ellis argues that "popular understanding of how TV is produced is necessary if viewers are to know the status of what they are being shown, not so that they can go out and make TV themselves" (Ellis, 2004: 275). Although recent projects like *Bar Karma* show that the concept of interactive television is still expandable, television's self-reflexivity still "fails to deliver on the promised transformative shift in power relations" (Andrejevic, 2008:44). However, the *Gossip Girl*'s constant self-aware portrayal of itself, surveillance, and media aims to disrupt the viewers' "invisible, silent third-party" voyeurism (Abelmann, 1998: 97) by making them "aware of television as television, as a signifying apparatus" (Butler, 2010: 118), thereby trying to break the fourth wall.

The ambiguity of Gossip Girl

On *Gossip Girl*, an important element for breaking the fourth wall between audience and the fictive world of the show is the unclear identity of the Gossip Girl persona itself. Gossip Girl has to be understood on two different levels. On one level, Gossip Girl is an omniscient narrator that recounts the frame narrative to the viewers. Every episode begins and ends with a Gossip Girl commentary. At the episode opening Gossip Girl often greets the viewers directly, e.g., "Good Morning, Upper East Siders", while the end is signified by "XOXO, Gossip Girl". Although Gossip Girl often uses the restrictive label "Upper East Siders" to classify the audience, the viewers are openly acknowledged as active participants and partners in the Gossip Girl's voyeurism. By referring to specific events the Gossip Girl narrator also establishes an imaginary "common ... space and time" (Wilson, 1993: 139), which both audience and narrator occupy for the duration of the episode. For example, in the Thanksgiving episode of the second season, Gossip Girl starts the episode by saying, "For the rest of the country, Thanksgiving is when families come together to give thanks, but on the Upper East Side the holiday thankfully returns to its roots – lying, manipulation and betrayal" (Safran, 2008). Here, the show makes use of "familiar direct address" to "position their viewers as recipients of the spoken discourse of the conversation" (Wilson, 1993: 150-51). Thus, Gossip Girl's narration ensures the viewers' complicity in watching Gossip Girl watch the characters of the show and reminding them throughout the episode of their participation in voyeurism. The snarky, disembodied voice-over narration of Gossip Girl throughout the episodes creates a Gossip Girl persona that is all-knowing in the universe of the show, shares the knowledge of the viewers and thus creates communicative coherence. This shared knowledge often encompasses allusions to events that are known to the audience but not to the characters or the Gossip Girl persona on the character level, thereby creating dramatic irony and an atmosphere of "indiscreet discretion" (Bergmann, 1987: 39) between the viewers and the narrator. For instance, the Gossip Girl frame narrator already comments on Chuck and Blair's secret affair in the seventh episode of season one "Seventeen Candles"; however, the Gossip Girl on the character level first learns of that information after a tip from Chuck in episode thirteen of the same season "The Thin Line Between Chuck and Nate". On the character level, Gossip Girl appears within the story as digital messages displayed on the characters' phones

or computers, mostly read out loud by the Gossip Girl narrator. These gossip messages are always based on secret tips, photos, and videos being sent to Gossip Girl. Thus, Gossip Girl as a character possesses only a limited knowledge. Still, Gossip Girl never actively creates rumors herself but only acts as a distributor of gossip, crossing the boundaries between private and public knowledge.

The dichotomy between Gossip Girl as omniscient narrator and Gossip Girl as a character, whose knowledge is restricted to the tips sent to her, is an interesting plot device that draws the audience attention to the fourth wall and allows the viewer to “to seek out the limits of the simulation” (Johnson, 2005: 45). Drawing the curtain back that far exposes the extra-textual level of television, where Gossip Girl is indeed just a narrative device created by the writers and given voice to by the actress Kristen Bell (whose name does not appear in the credits). Still, it is perhaps fruitful to view Gossip Girl’s ambiguousness concerning the relationship towards the main characters, gender, identity, and knowledge in relation to trickster figures. Tricksters are often morally ambiguous but exhibit mediative, community-creating functions; they are akin to transgressing boundaries of every kind; they break and uphold social rules at the same time (Fritsch, 2004: 36-37). Esther Fritsch (2004: 36) has equated gossip itself to the features usually exhibited by trickster figures in African-American and Native-American literature. Consequently, on *Gossip Girl*, both gossip and the dichotomous Gossip Girl persona display trickster-like features and functions. For instance, Gossip Girl’s gender, despite having a female narrator’s voice, is never certain. In the episode “The Goodbye Gossip Girl”, Eric’s boyfriend Jonathan is accused of being the infamous blogger. Thereby, the viewers are encouraged to question the seemingly set gender of Gossip Girl as well as the supposedly female gaze in order to realize that “because ... [most] presences online are textual they are also self-evidently performances, and therefore one can be liberated from the concept of authenticity itself” (Slater, 2004: 601). Furthermore, Gossip Girl, as a character, occasionally likes to help Blair and Serena because “she prefers to be the only one screwing with [them]” (Lasher, 2010). In the third episode of season four “The Undergraduates”, Gossip Girl streams a video on her website as a favor to Blair and Serena. Later in the season, Blair asks Gossip Girl (via e-mail) directly for help in finding someone for her. Gossip Girl obliges because Blair and Serena “are her people” (Lasher & Savage, 2010). Here, the show emphasizes the community-building function of Gossip Girl but also illustrates that Gossip Girl’s relationship with the main characters is indeterminable and never safe. Since Gossip Girl is both the narrator and a character within the series, she/he signifies the embodiment of transgression by blurring and questioning the socially created boundaries between private and public life.

Gossip, community, and shared control

Gossip is, of course, not only a “discreet indiscretion,” as sociologist Jörg Bergmann (1987: 39)

PREVIOUSLY ON

has called it, used to expose hypocrisy. Gossip can also be understood as a community-building discursive strategy. In the context of *Gossip Girl*, gossip builds a communicative “bridge” (Skains, 2010: 104) that serves as a common text to connect, not only the characters within the show, but also the producers, the viewers, and the network. Whether gossip plays out within the narrative of the show, as meta-references to reality, as Twitter conversation among fans and producers, or as critical responses to story arcs or ad campaign, “the specific content of gossip is often less important than the social ties created ... between participants” (Jenkins; 2006: 84). A similar view is voiced by *Gossip Girl* in the episode “The Goodbye Gossip Girl”. *Gossip Girl* expresses the hope that the main characters’ experience with scandalous gossip and surveillance “will bond them forever” (Safran, 2009). Just how much gossip and *Gossip Girl* serve as community-building tool for the show became apparent in season three when most of the characters started college and the high school group dissolved. In high school the protagonists had often been tied together by *Gossip Girl* blasts; they provided coherence and a common communicative ground. However, the blasts became noticeable scarce in season three and thus, the storylines and relationships felt disjointed and fragmented. In the fourth season the show returned to include *Gossip Girl* as an active agent, driving the plot forward and connecting the characters. Additionally, new features for the *Gossip Girl* blog were introduced, for example, live stream videos or polls. These features were partly extended to the “real” *Gossip Girl* blog on the The CW website, thus expanding the televised narrative of voyeurism into the viewers’ reality (<http://gossipgirl-blog.cwtv.com>). For example, in the second episode of the fourth season, “Double Identity,” it is mentioned by Blair that *Gossip Girl* has set up a poll between Dan and Nate, which could then be found on the “real” *Gossip Girl* blog to vote and comment on.

The live stream features introduced in season four are certainly a visual quotation of real celebrity gossip websites like TMZ.com. Indeed, Stephanie Savage said in an interview before the start of season four that the revamping of the fictional *Gossip Girl* website as a “TMZ-style live feed” was necessary to give the show a more contemporary look since it had “fallen a little behind the times in terms of what these websites can actually do” (Rochelle, 2010: 6). Over the years, as the characters have matured and the actors have become more famous, the show has grown to reference and include yellow press and celebrity blogs in its story lines. Thus, the show seeks to draw parallels between itself and the real gossip industry and, consequently, to extend the narrative beyond the televised text as meta-commentary. In the third season, the popular actress Olivia Burke (played by teen star Hillary Duff of *Lizzy McGuire* fame) starts studying at NYU and falls in love with Dan Humphrey. Her popularity is mostly owed to her starring role in the vampire movie trilogy *Endless Knights*, which is a jab at the *Twilight* movies. Due to her fame, her relationship with Dan becomes the target of celebrity blog PerezHilton.com in the episode “How to Succeed in Bassness”. Hence, the show not only comments on the gossip-fueled celebrity industry but also quotes real-life gossip, i.e., young actresses visiting college, for example, Emma Watson studying at Brown University. Writer and co-executive producer Joshua Safran acknowledged in an interview that the writers occasionally “rip” celebrity news

PREVIOUSLY ON

from headlines for *Gossip Girl* plots (Gruben, 2009b). At the same time the show dramatizes its own paradox of “beautiful young people living in New York, playing beautiful young people living in New York on TV” (Gay, 2009: 43). Josh Schwartz even admitted that “where the show ends and reality begins can be very blurry” (Gay, 2009: 43) as the actors have become a stable fixture in today’s gossip pages and the New York sets are usually swarmed by paparazzi and fans armed with cell phone cameras. Thus, the viewers continually add to narrative database of the show by talking and gossiping about the show and its actors, which the producers and writers can recycle for new storylines.

Furthermore, Twitter accounts of showrunner Josh Schwartz, episode director Norman Buckley, various actors, the network and fictional characters from the show (Blair Waldorf’s maid Dorota regularly updates and answers messages during the TV season) help to create social ties through “phatic” communication and gossip. Twitter helps to build a community around the show and it is a useful tool for recognizing fans’ voices. As Josh Schwartz is also the executive producer of the spy-show *Chuck* (NBC), which features heavily in his Twitter messages, he often has to assure *Gossip Girl* fans that he appreciates them and the show just as much. For example, on March 18, 2010, he responded to a concerned *Gossip Girl* fan with “Love all children equally. It’s just Gossip [Girl] is already renewed for S4”, and on August 4, 2010, he wrote, “I love Gossip Girl. We have more chuck [sic] casting news right now. Read nothing more into these tweets”. Craig Engler (2010), the general manager and senior vice president of the TV channel Syfy Digital, wrote just recently on a blog post for *Mashable.com* that Twitter (and other social networks) can be of great value in the TV business for clearing up rumors, gaining instant feedback, showing respect and appreciation to the viewers and give them the feeling that someone is listening. For example, on August 12, 2010, Josh Schwartz denied the rumor that Blake Lively was leaving *Gossip Girl* via his Twitter account because it “seemed to upset a lot of [people]”.

Still, Twitter also opens up venues for direct harassment that many TV producers and writers have to learn to deal with without resorting to an eye-for-an-eye attitude. This dilemma often implies “creating an online persona” (Lacob, 2010) that can straddle the gap between publicity and privacy. Nevertheless, social media “expands the dynamic between author, text, and reader by offering a space for metafictional discourse” (Skains, 2010: 96) that has barely existed before. Whether Josh Schwartz has insults hurled at him via twitter because fans are disappointed with story lines, whether viewers congratulate him on a good episode, or whether fans share cooking recipes with maid Dorota or her real-life counterpart Zuzanna Szadkowski, Twitter creates the simulation of interpersonal communication by narrowing the perceived distance between the audience and the people behind the fourth wall. However, the tension between the viewer’s desire for shared creative power, which has been multiplied due to new media’s enhancement of connectivity, and the actuality of author- or producer-centered narratives on TV is the Achilles heel of every TV show. Linda Holmes (2010) wrote a poignant online article about the “entitled

fanbase” and the problem of ownership of a televised narrative. She argues that “television plots are not supposed to be determined by majority vote” (para.1), thereby bluntly debunking the idea of interactive television and shared control. She concedes that fans should talk about what they want and what does not work; yet, they cannot always get what they desire since TV shows are “the creation of its creators” (para. 16). Thus, fans need to be able to come to terms with their “relative powerlessness” in order to enjoy the show (Holmes, 2010: para. 14). Mark Andrejevic (2008: 40) voices a similar opinion in his study about fan communication on the popular Televisionwithoutpity.com forums. He states that the “fate of the savvy viewer [is] to search for the redeeming value of the media not in the content – over which their newly enhanced, interactive participation has little influence – but in understanding why their participation *must* be ineffective, in their insider knowledge of how the system works”. Thus, fans who criticize their favorite show on forums or blogs, who discuss flaws in acting or directing, who write fanfiction to rework the televised narrative, or who create parody videos are able to “identify with the position of the producer” (Andrejevic, 2008: 34) and can advance their critical abilities. However, they cannot control the televised narrative itself. Several new media critics, for example Henry Jenkins (2006) or Victor Costello (2007), view this form of engagement as an empowerment of the audience. Yet, it can only be understood in this way if viewers are aware of their “relative powerlessness” regarding the televised narrative. Otherwise, viewers perceive unwanted storylines as personal betrayal and slight, which also occurred on *Gossip Girl* at the end of the third season.

In the season’s final episode “Last Tango, Then Paris”, Jenny Humphrey, a teenage wannabe fashion designer gone rogue, loses her virginity to her stepbrother and bad boy Chuck Bass. This plot development caused outrage among the fans, not only because Chuck Bass had tried to force himself on Jenny in the pilot episode and is one half of the most popular romantic pairing on the show, but more importantly because executive producer Stephanie Savage had denied the possibility of a Jenny/Chuck liaison in an interview with E!Online two months earlier, “I want to leave [that rumor] alone. It’s like when people said that Eric [Serena’s younger brother] was *Gossip Girl*. Saying “What? Are you crazy? Eric’s not *Gossip Girl*!” is somehow giving credence to it” (Dos Santos, 2010a). It is hard to judge if Savage deliberately misled the fans or was just trying to avoid answering the question to make the finale more shocking; however, many viewers felt they were lied to for the sake of one of the show’s now infamous “Oh My God (OMG)” moments and thus lost their trust in the producers. Many fan reactions echoed the anger that one commenter on E! Online voiced: “They [the showrunners] denied chuck and jenny sex straight to fans and they [the fans] got screwed over by believing them [sic]” (E!Online; 2010). On Twitter one fan (Headband Project) wrote to Josh Schwartz on June 22, 2010, “The worst part was blatantly lying to the fans”, referring to Savage’s interview in March. On May 16, 2010, Josh Schwartz reacted to the complaints by writing on Twitter, “*Gossip Girl* fans. Love the passion.” Thus, the producers’ aim to create buzz and gossip via the storylines, interviews, and new media channels clashed with the audience’s perception of interpersonal communication as something they can trust and believe in.

PREVIOUSLY ON

In an interview given after the finale, Schwartz and Savage defended their creative choices by saying, “That’s the show. We were launched on the “OMFG” ad campaign; we gotta live up to that” (Dos Santo, 2010b). This statement caused fans to question whether “OMFG” moments were more important to the writers than character development and, consequently, has developed into a negatively connotated expression in fandom. This subversion of the “OMG” theme allows fans to reject the network’s and producer’s call for consumption. Schwartz and Savage’s explanation reveals that the network is another important element in the complex web of communication surrounding the show. The “OMFG” campaign was launched by The CW at the end of the writer’s strike in April 2008 to promote new episodes of *Gossip Girl*; so the show was not necessarily “launched” on this campaign, as Savage claims, but “re-launched” after assessing its potential. The provocative campaign featured two posters with racy, sexual scenes from the show titled with either “OMG” or the more controversial “OMFG.” However, the meaning of the “F-word” is entirely implied and never spelled out, thus playing with society’s preconceptions. The campaign was created, according to a The CW statement, “to remind viewers of some of the ‘OMG’ moments that have made *Gossip Girl* one of the most buzzed-about new shows on television ... and speaks directly to our adult 18-34 viewers using expressions that are part of their lexicon” (Hibberd, 2008). What is interesting here is that The CW glosses over the fact a considerable part of *Gossip Girl*’s audience falls into the teenage 12-17 demographics (Fitzgerald, 2007). This explicit targeting of the 18-34 demographics allows the network by default to create more adult-themed ads (Moore, 2009). Furthermore, the network acknowledges that the ad campaign re-appropriated a popular Internet acronym to strengthen *Gossip Girl*’s status as a buzz-worthy show. In turn, *Gossip Girl* became The CW’s flagship show for its rebranding as a network with “TV to talk about” and “OMG TV,” launched in 2009. Thus, The CW cleverly used *Gossip Girl*’s online success to position itself as a network for the new media generation and to justify the lack of traditional TV viewers. Additionally, by emphasizing the “buzz” surrounding the show instead of the viewer numbers, the network reiterates the show’s core theme and encourages the viewers to gossip about the show in order to create cultural relevance and presence. Thus, the “OMG” theme has been used repeatedly for TV ads, promoting new episodes. In the third season it was changed to “OM3” to hype an upcoming threesome in the episode “They Shoot Humphreys, Don’t They”. In the fourth season the acronym was translated into the French version “OMD” (Oh Mon Dieu) in lieu of the first episodes taking place in Paris. On a more comical and self-ironic note, the “OMG” theme appears in a season two episode that includes Chuck visiting former bad girl Georgina Sparks in a Christian camp, where she has to wear a t-shirt that reads “OMJC” (Oh My Jesus Christ) (Gerstein, 2009). Hence, the “OMG” motif functions as a shared text that viewers, producers, writers, and the network can draw on as a communicative bridge, even if it has been appropriated in different ways by each party over the course of the series.

***Gossip Girl* and consumption**

Based on Caldwell's (2002: 265) assessment of new media, the hyping of "OMFG" moments can be read as the dependency of modern consumer culture "on a successfully manufactured 'new'", which can be traced back to the ideas of Fordism. Caldwell (2002: 265) also argues that "electronic media and advertising survive only by scanning the horizon for semiotic unevenness ... and appropriate it as their own", which is the "basis for successful marketing in the modern era". On *Gossip Girl*, the search for next big scandalous moment, i.e., "semiotic unevenness," best exemplified by the inclusion of the "F-word" in a nationwide campaign, has been deeply embedded into the show's primary and secondary level texts in order to create gossip and consumption on the audience level. Yet, in contrast to other television shows, *Gossip Girl* is rather unapologetic and conspicuous about the entanglement of economic interests and television production, highlighted by Stephanie Savage's claim that "on *Gossip Girl*, every episode is a sweeps episode" (Gruben, 2009a). Like a commercial, the style of *Gossip Girl* is not "invisible" but draws the "viewers' interest to the product" (Butler, 2010: 134). In this case "the product" being the show itself as well as the countless brands referenced within the show's narrative. These references include foremost the constant visual display of designer clothes and designers, which are not always named explicitly. However, since fashion is one of the biggest draws of the shows, as recently stated by the *LA Times* (Magsaysay, 2010), viewers are encouraged to take actions in the real world to find the product they are looking for on the Internet, for example, by scouring the The CW website or *Gossip Girl* fashion blogs (<http://www.gossipgirlfashion.net/>). The official The CW *Gossip Girl* blog, for instance, includes a link to "See what the fashionistas of the UES are wearing", which leads the users to an online shop where they can buy designer clothes as seen on the show. On November 18, 2010, The CW posted a message on its Twitter account saying, "How did new girl Juliet snag her style on *Gossip Girl*? Find out more on www.renttherunway.com/gossip". Thus, the network redirects the viewers' fashion interest to its advertisement partners, inducing them to consume by including a discount code within the Twitter message. This expansion of the TV text is referred to as "merchandising augmentation" by Caldwell (2002: 260) and includes everything "that extends the show's text into the fans' very real space". Furthermore, product placement is often unobviously included into the characters' dialogues. For instance, in the episode "The Unblairable Lightness of Being" the Microsoft search engine Bing is so poorly woven into the dialogue that the advertisement becomes jarringly obvious for the viewers. In the relevant scene, the fashion designer Eleanor Waldorf tells a wedding planner to "bing" (Leitenberg, 2010) suitable wedding locations and thus appropriates the term "to google" for a lesser known search engine. This conspicuousness of advertisement is of course necessary to create product cognizance on the side of the viewer, but it also deliberately enhances the viewers' awareness "of television as television" (Butler, 2010: 118) and that "consumption and display" is not only the "raison d'être of the *Gossip Girl* characters" (Pattee, 2006: 168) but also of the show itself. Thus, the show forces the viewers "to seek out the limits of the simulation, the points at which the illusion of reality breaks down, and you can sense that's all just a bunch of algorithms [or in this case: writers, producers, network, advertisers] behind the curtain" (Johnson, 2005: 45).

***Gossip Girl* and the fourth wall**

The show's narrative often deliberately points to the fourth wall with what Johnson (2005: 75) calls "flashing errors," i.e., a "narrative signpost". In the episode "The Goodbye Gossip Girl," Serena unsuccessfully tries to unveil the true identity of Gossip Girl. However, at the end of the episode, Gossip Girl sends out a message saying, "You wanted to meet Gossip Girl, well look around, you just did. I'm nothing without you" (Safran, 2009). The show directly tells the audience how to interpret the narrative, namely, that, as Stephanie Savage likes to say, "we are all Gossip Girl" (Warner, 2008). A similar but more subtle portrayal of the show's core theme can be found in the episode "The Age of Dissonance" (Queller, 2009). In the episode, the characters are performing Edith Wharton's *The Age of Innocence* as a play. Each character is playing a part that in some way reflects a current dilemma in his or her life. For example, Blair, who has just been rejected by her dream college Yale, can now empathize with the desolateness of Countess Olenska's life. Therefore, the characters are basically performing their own lives on stage for a critical audience, additionally being filmed backstage by Vanessa for a documentary and constantly being confronted with exposing Gossip Girl blasts. In the second act of the play the characters suddenly step out of their roles after Nate yells directly at the theater audience, "You want feelings. Well, I hate these clothes. I hate this play". However, The audience, represented by New York Times' theater critic Charles Isherwood, is delighted by the reinterpretation of Wharton's "repressed characters, melding with the actual kids aggressively expressing their feelings". Thus, the show makes itself the punch line of a meta-joke and thereby addresses the TV viewers behind "the curtain", exaggerated even more by the inclusion of meta-commentary on fan gossip. For example, Vanessa admits that she is "annoying", thereby voicing verbatim fans' complaints about her. The show here literally dramatizes itself on a meta-level – recognizing its indebtedness to classic literature, its relationship with the audience and the elusiveness of private and public self in a surveillance society.

In the *Gossip Girl*-verse, where reputation and social image mean everything, the show often revolves often around how the perception of our self relies on the perception of others (Solove, 2007: 31), how we are both the watchers and the watched. Hence, the shaming quality of Internet gossip is often used to enforce social norms and social justice, as recently demonstrated by the release of secret US diplomatic cables by Wikileaks. One user on Gawker.com (2010) even asked sardonically, "So Julian Assange is Gossip Girl?". This type of surveillance might reveal hypocrisy, but it also creates an atmosphere of rigid social control that echoes Foucault's theory of panopticism (Solove, 2007: 65). The link between power and surveillance and the blurry line between personal and public self is an important aspect of *Gossip Girl* since public shaming via the Gossip Girl blog is often responsible for gaining or losing social power. Gossip Girl, of course, often represents the ever watchful eyes of today's surveillance society or "voyeur nation" (Calvert, 2000) and induces the protagonists to create an impenetrable public self. However, as public and private self are just different aspects of the same person, *Gossip Girl* likes to illustrate that the

disclosure of private secrets never brings us closer to the “true” person. It only humiliates people by “displaying [them] out of the context in which others may know them” (Solove, 2007: 69). In the ‘Age of Dissonance’, the carefully crafted “performance” of the characters stops when Nate directly acknowledges the audience in the theater. He thus breaks the fourth wall and “reminds the audience that they are watching a play” (Fuery, 2009: 55). For a moment the characters are able to be themselves, thereby risking the disapproval of society. However, this struggle between private and public self holds up a mirror to the TV viewers in order to encourage them to assess their own mediated life more critically.

Conclusion

Gossip Girl often exemplifies what Kelli Fuery (2009: 141) has described as “the post-panopticism of new media in which we are so aware of being watched that part of our strategy of transgression is to incorporate the very acts of surveillance”. The characters on *Gossip Girl* might be subject to the watchful eyes of cell phone cameras and gossipmongers, but they also know how to use surveillance to turn society’s voyeurism onto other targets. The underlying implication is that to break the hold of a mediated panoptic gaze, we have to become “surveillants” ourselves or at least have to become aware of our own position in today’s surveillance culture. The rise of new media technology, social networks, smart phones, and other devices has made it incredibly easy to circulate information. However, the awareness of the possible damage that public accessible information can have for one’s own or other’s reputation is still lacking. *Gossip Girl* continually tries to break the fourth wall by directing the audience’s awareness towards point where fiction and reality intersect. The point where they realize that they contribute to the gossip fueling the show’s narrative by partaking in surveillance, the point where they start to question television and new technology as media that aims at consumption of products and “phatic” communication in order to create loyal viewership. Still, *Gossip Girl*, much like its narrating and blogging counterpart, is an ambiguous construct. It seeks to sell itself and consumer products to stay on the air but at the same time aspires to prevent its audience from being cultural dupes.

However, in a show that deals so extensively with new media as *Gossip Girl*, the long-term effects of online shaming are too rarely portrayed to leave an impact on the audience. Especially in the light of the outcry caused by the suicide of 18-year old Tyler Clementi in September 2010 after his roommate had streamed a live feed of him having sex with another male (Foderaro, 2010). Ironically, many online news reports featured a picture of the roommate, thereby publicly tying his name and face forever to the incident and denying him rehabilitation. Since *Gossip Girl* actually featured a similar storyline in season one, which was resolved when the homosexual character Eric orchestrated his own coming out via *Gossip Girl* in the episode “All About My Brother”, the show could explore the serious repercussions of Internet gossip in greater depth instead of just using it as plot tool or meta-joke.

Works Cited

- Andrejevic, M. (2008): Watching television without pity: The productivity of online fans. *Television & New Media*. [Online]. 9 (1), p.24-46. Available from: <http://tvn.sagepub.com/cgi/content/abstract/9/1/24>. [Accessed: 22 Jun 2010].
- Abelman, R. (1998): *Reaching a critical mass: A critical analysis of television entertainment*. New York: Routledge.
- Bergmann, J. (1987): *Klatsch – Zur Sozialform der diskreten Indiskretion*. Berlin: de Gruyter.
- Bolter, J.D. (2000): Remediation and the desire for immediacy. *Convergence: The international journal of research into new media technologies*. [Online]. 6 (1), p.62-70. Available from: <http://con.sagepub.com/content/6/1/62>. [Accessed: 6 Oct 2010].
- Bolter, J.D. (2002): *Remediation: Understanding new media*. Cambridge: The MIT Press.
- Brooker, W. (2004): Living on *Dawson's Creek*. Teen viewers, cultural convergence, and television overflow. In: Allen, R.C. & Hill, A. (eds). *The television studies reader*. London: Routledge. p.569-580.
- Butler, J. (2010): *Television Style*. New York: Routledge.
- Caldwell, J. (2002): New media/old augmentations: Television, the Internet, and interactivity. In: Jerslev, A. (ed). *Realism and 'reality' in film and media*. Copenhagen: Museum Tusulanum Press. p.253-274.
- Calvert, C. (2000). *Voyeur nation: Media, privacy, and peering in modern culture*. Boulder: Westview Press.
- Clifton, J. (2010): Pieces of Jennifer's body (Recap of the episode 'The Undergraduates'). *Televisionwithoutpity.com*. [Online]. Available from: http://www.televisionwithoutpity.com/show/gossip_girl/_the_undergraduates_a.php?page=16. [Accessed: 11 Dec 2010]
- Costello, V. (2007): Cultural outlaws: An examination of audience activity and online television fandom. *Television & New Media*. [Online]. 8 (2), p.124-143. Available from: <http://tvn.sagepub.com/cgi/content/abstract/8/2/124>. [Accessed: 22 Jun 2010].
- Dos santos, K. (2010a): *Gossip Girl boss promises a "great," "emotional" story for Chuck and Blair*. [Online]. Available from: http://www.eonline.com/uberblog/watch_with_kristin/b169496_Gossip_Girl_Boss_Promises_a_quotGreatquot_quotEmotionalquot_Story_for_Chuck_and_Blair.html. [Accessed: 19 Nov 2010].
- Dos Santos, K. (2010b): *Is ***** really dead?! Gossip Girl bosses tell all about shocking finale*. [Online]. Available from:

PREVIOUSLY ON

http://www.eonline.com/uberblog/b181642_Is_____i_Really__i__Dead____i_Gossip_Girl__i__Bosses_Tell_All_About_Shocking_Finale.html. [Accessed: 19 Nov 2010].

Ellis, J. (2004): Television production. In: Allen, R.C. & Hill, A. (eds). *The television studies reader*. London: Routledge. p.275-292.

Engler, C. (2010): *10 reasons every TV exec needs to start tweeting*. [Online]. Available from: <http://mashable.com/2010/11/05/tv-executives-twitter/>. [Accessed: 5 Nov 2010].

E! ONLINE (2010): May 18. Comment. [Online]. Available from: http://www.eonline.com/uberblog/b181642_Is_____i_Really__i__Dead____i_Gossip_Girl__i__Bosses_Tell_All_About_Shocking_Finale.html. [Accessed: 19 Nov 2010].

Fiske, J. (1983). *Television culture*. New York: Routledge.

Fitzgerald, T. (2007): *With teens at least, 'Gossip Girl' is hot: It's the top-rated new show among 12-17-year-old*. [Online]. Available from: http://www.medialifemagazine.com/artman2/publish/Younger_viewers_49/With_teens_at_least_Gossip_Girl_is_hot.asp. [Accessed: 11 Dec 2010].

Foderaro, L.W. (2010): Private moment made public, then fatal jump. *The New York Times*. [Online]. 29th September. Available from: <http://www.nytimes.com/2010/09/30/nyregion/30suicide.html>. [Accessed: 11 Dec 2010].

Fritsch, E. (2004): *Reading gossip. Funktionen von Klatsch in Romanen ethnischer amerikanischer Autorinnen*. Trier: Wissenschaftlicher Verlag.

Gawker.com (2010) November 28. Comment. [Online]. Available from: <http://gawker.com/5700580/>. [Accessed: 11 Dec 2010].

Gay, J. (2009): The nasty thrill of 'Gossip Girl'. *Rolling Stone*. 2nd April. p.42-47.

Gerstein, L. (Writer), & Norris, P. (Director). (2009): Southern gentlemen prefer blondes (Television series episode). Schwartz, J. & Savage, S. (Producers), *Gossip Girl*. New York: Silvercup Studios.

Google Search. (2010): Google Search 'Grey's Anatomy', 'Glee', 'Gossip Girl'. [Online]. Available from: www.google.com. [Accessed: 11 Dec 2010].

Gruben, A. (2009a): *3 part series: 'Gossip Girl' co-executive producer Josh Safran on kisses and disses in season 3*. [Online]. Available from: <http://www.examiner.com/pop-media-in-los-angeles/3-part-series-gossip-girl-co-executive-producer-josh-safran-on-kisses-and-disses-season-3>. [Accessed: 11 Dec 2010].

Gruben, A. (2009b): *Interview part 3: 'Gossip Girl' co-exec prod, Josh Safran, on funerals, a love child & Henry the cat*. [Online]. Available from: <http://www.examiner.com/pop-media->

in-los-angeles/interview-part-3-gossip-girl-co-exec-prod-josh-safran-on-funerals-a-love-child-henry-the-cat. [Accessed: 11 Dec 2010].

Hassapopoulou, M. (2010): Spoiling *Heroes*, enhancing our viewing pleasure: NBC's *Heroes* and the re-shaping of the televisual landscape. In: Urbanski, H. (ed). *Writing and the digital generation*. Jefferson: McFarland. p.45-57.

Hibberd, J. (2008): *CW hopes sex sells 'Gossip'*. [Online]. Available from: <http://www.reuters.com/article/idUSN1041826120080411>. [Accessed: 11 Dec 2010].

Holmes, L. (2010): The double-edged sword of devotion: 'Chuck' vs. the entitled fanbase. [Online]. Available from: http://www.npr.org/blogs/monkeysee/2010/02/the_doubleedged_sword_of_devot.html. [Accessed: 7 Oct 2010].

Jenkins, H. (2006): *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.

Jenkins, H. & Deuze, M. (2008): Editorial: Convergence culture. *Convergence: The international journal of research into new media technologies* [Online]. 14 (1), p.5-12. Available from: <http://con.sagepub.com/content/14/1/5>. [Accessed: 6 Oct 2010].

Jones, S. (2004): Web wars: resistance, online fandom and studio censorship. In: Janovich, M. & Lyons, J. (eds). *Quality popular television. Cult TV, the industry and fans*. London: BFI Publishing. p.163-180.

Kiousis, S. (2002): Interactivity. A concept explication. *New Media & Society* [Online]. 4 (3), p.355-383. Available from: <http://nms.sagepub.com/cgi/content/abstract/4/3/355>. [Accessed: 22 June 2010].

Knorr-Cetina, K. (1997): Sociality With Objects. *Theory, Culture & Society* [Online]. 14 (4), p.1-30. Available from: <http://tcs.sagepub.com/content/14/4/1>. [Accessed: 9 Nov 2010].

Lacob, J. (2010): *Twitter's TV wars*. [Online]. Available from: <http://www.thedailybeast.com/blogs-and-stories/2010-11-29/hart-hanson-dan-harmon-and-shonda-rhimes-discuss-twitter/full/>. [Accessed: 30 Nov 2010].

Lasher, A. (Writer), & Buckley, N. (Director). (2010): The undergraduates (Television series episode). Schwartz, J. & Savage, S. (Producers), *Gossip Girl*. New York: Silvercup Studios.

Lasher, A. & Savage, S. (Writers), & Lazarov, J. (Director). (2010): The townie (Television series episode). Schwartz, J. & Savage, S. (Producers), *Gossip Girl*. New York: Silvercup Studios.

Leitenberg, J. (Writer), & Cooke-Leonard, J. (Director). (2010): The unblairable lightness of being (Television series episode). Schwartz, J. & Savage, S. (Producers), *Gossip Girl*. New York: Silvercup Studios.

Magsaysay, M. (2010): The hottest thing on 'Gossip Girl'? The clothes. *Los Angeles Times*.

[Online] 14th November. Available from: <http://www.latimes.com/features/image/la-ig-gossipgirls-20101114,0,5274014.story>. [Accessed: 11 Dec 2010].

- Matheson, D. (2005): *Media discourses: Analyzing media texts*. Maidenhead: Open University Press.
- Miller, V. (2008): New media, networking and phatic culture. *Convergence: The international journal of research into new media technologies*. [Online]. 14 (4), p.387-400. Available from: <http://con.sagepub.com/content/14/4/387>. [Accessed: 6 Oct 2010].
- Moore, F. (2009): 'Gossip Girl' threesome prompts Parents Television Council Campaign against show. [Online]. Available from: http://www.huffingtonpost.com/2009/11/04/gossip-girl-threesome-pro_n_346054.html. [Accessed: 11 Dec 2010].
- Pattee, A. (2006): Commodities in literature, literature as commodity: A close look at the Gossip Girl series. *Children's Literature Association Quarterly*. 31 (4), p.154-175.
- Perryman, N. (2008): *Doctor Who* and the convergence of media: A case study in 'Transmedia Storytelling'. *Convergence: The international journal of research into new media technologies*. [Online]. 14 (1), p.21-39. Available from: <http://con.sagepub.com/content/14/1/21>. [Accessed: 6 Oct 2010].
- Queller, J. (Writer), & Buckley, N. (Director). (2009): The age of dissonance (Television series episode). Schwartz, J. & Savage, S. (Producers), *Gossip Girl*. New York: Silvercup Studios.
- Queller, J. (Writer), & Lazarov, J. (Director). (2010): War at the Roses (Television series episode). Schwartz, J. & Savage, S. (Producers), *Gossip Girl*. New York: Silvercup Studios.
- Rochelle, T. (2010): Exclusive interview: GG producer Stephanie Savage offers up big season 4 scoop. [Online]. Available from: <http://www.wetpaint.com/gossip-girl/articles/exclusive-interview-gg-producer-stephanie-savage-offers-up-big-season-4-scoop#6>. [Accessed: 14 Sep 2010].
- Safran, J. (Writer), & De Segonzac, J. (Director). (2008): The magnificent Archibalds (Television series episode). Schwartz, J. & Savage, S. (Producers), *Gossip Girl*. New York: Silvercup Studios.
- Safran, J. (Writer), & Buckley, N. (Director). (2009): The Goodbye Gossip Girl (Television series episode). Schwartz, J. & Savage, S. (Producers), *Gossip Girl*. New York: Silvercup Studios.
- Schwartz, J. (2010): *JoshSchwartz76 Twitter messages*. [Online]. Available from: <http://twitter.com/#!/JoshSchwartz76>. [Accessed: 11 Dec 2010].
- Skains, R.L. (2010): The shifting author-reader dynamic: Online novel communities as a bridge from print to digital literature. *Convergence: The international journal of research into new media technologies*. [Online]. 16 (1), p.95-111. Available from: <http://con.sagepub.com/>

content/16/1/95. [Accessed: 6 Oct 2010].

Slater, D. (2004): Social relationships and identity online and offline. In: Allen, R.C. & Hill, A. (eds). *The television studies reader*. London: Routledge. p.596-614.

Solove, D.J. (2007): *The future of reputation: Gossip, rumor, and privacy on the Internet*. New Haven: Yale University Press.

The Cw. (2010): *The CW Twitter message*. [Online] 8 Nov 2010. Available from: http://twitter.com/#!/CW_network. [Accessed: 8 Nov 2010].

The Headband Project. (2010): *The Headband Project Twitter message*. [Online] 22 Jun 2010. Available from: <http://twitter.com/#!/ProjectHeadband>. [Accessed: 11 Dec 2010].

Walter, T. (2008). Producer says we are all 'Gossip Girl'. [online]. Available at: http://www.ctv.ca/servlet/ArticleNews/show/CTVShows/20080212/savage_gossip_080212/20080212/. [Accessed: 12 Dec 2010].

Wilson, T. (1993): *Watching television. Hermeneutics, reception and popular culture*. Cambridge: Polity Press.

Promoting Lost. New Strategies and Tools of Commercial Communication

Marina Ramos-Serrano

Javier Lozano-Delmar

Introduction

Today, Television show audiences have abandoned their once small screens and moved viewing episodes on their personal computers. With this simple change, the spectator has become independent from schedules and programs imposed by the TV broadcasting systems in their country. This way, the new spectator does not have to wait for a TV channel to buy the emission rights of a specific TV show, but rather he can directly access it through the net a view every chapter in a simultaneous fashion, very close in time to when the episode itself is being broadcasted on TV. This new option equates to an elimination of spatial-temporary boundaries and the globalization of contents. Thus, any TV show is conceived as an entertainment product, accessible to anyone, anytime, from almost anywhere in the world, and above all, in a completely free way. As a consequence, language boundaries have become diluted as well. The new spectator accesses the content in its original version; thanks to subtitles which are frequently elaborated by the TV show's fans.

Despite the fact that this study specially focuses on the analysis of the new advertising strategies that *Lost* has developed within the Internet, it is important to note that in the past some fan communities had already discovered the possibilities of the net as a communication and informational exchange forum. Jenkins (2009) noted at the beginning of the 1990's how the first Internet users used this tool, still limited in that time to the university and research community, in order to discuss cultural products, like TV shows. *Twin Peaks* (ABC, 1990-1991) specifically stands out in this sense, since not only did the show become "an ephemeral as well as a powerful sociological phenomenon" but it also was "the first TV show raised to an artistic category by critics and academic researchers [...] opening a new era in TV studies [...]" (Cascajosa, 2005: 42). Therefore, despite the fact that the academic study of TV shows is an important line of research nowadays, their fans' substantial role in this endeavor should also be taken into account.

For this reason, Jenkins's chapter called "Do you enjoy making the rest of us feel stupid? Alt.tv.twinpeaks, the Trickster Author, and Viewer Mastery" can be conceived as the first academic approach to the fan culture from an online setting. *Twin Peaks* shared with *Lost* the delight of creating enigmas with multiple interpretations which promoted discussion and dialogue among its followers. Nevertheless, while *Twin Peaks'* online community was a minority due to the limited development of the Internet at that time, *Lost* emerges as the result of a massive use of the net and the 2.0 web in the 21st century. In this sense, Jenkins states that "I now see Alt.tv.twinpeaks as an early example of what Pierre Levy would describe as a knowledge community or a collective intelligence" (2006:116).

Thus, any study about *Lost* should not obviate the decisive influence of its fandom within the Internet. As Cascajosa notes:

the development of new technologies, specially the Internet and DVD, has contributed to the burgeoning moment of the current Television drama. The fan communities, traditional since they contributed to prolong the *Star Trek* series at the end of the 60's, have become global entities where TV shows admirers, from the US, Singapur, Argentina or Spain, can discuss about their favorite program, access information about the plot in advance and, sometimes, they even analyze programs under an unusual scrutiny (2005: 13).

To put it in other words, the Internet and the 2.0 tools have made fandom visible, transforming it into a global phenomenon. As a matter of fact, no TV show, cultural product, or brand can live on the margin of the Internet.

At this point, it should be clarified that the transformation provoked by the interactive communication was not started with the 2.0 web, the social networks, nor the Internet. From our point of view, it should be understood as a slow and progressive changing process which has been ignored by some sectors throughout a period of time. This shift has taken place in several levels. On one hand, not only has the technological change allowed for the creation of new means of communication, but it has also modified the preexistent ones, thanks to the digitalization of their contents. On the other hand, the social transformation has favored the users to acquire an active role in their interaction with enterprises and institutions and said modifications refer to both audiovisual companies and the commercial communication realm.

The power of the *prosumer*

It is becoming increasingly common to find examples that show the power of the user, favored by new technologies of communication, especially through the Internet and social networks. This aspect shows the fact that users have become relevant elements within the communication process, who are not limited by their addressee function, but rather they take a more active role. The user is currently defined as *prosumer*, a person who doesn't limit himself to the mere enjoyment of a consumer society, but he also contributes with his own values and proposals, so that others can participate with his lifestyle. The *prosumer* refers to a new kind of consumer who has moved away from the content attitude presented by the traditional client. The term was coined by Toffler in his book *The Third Wave*, and it refers to a new individual within the "Global Village" who does not limit himself as a consumer but he provides other goods or services in return to the net (Toffler, 1980). The evolution of the term, provoked by multiple perspectives from other tendencies which study the implications of the *prosumer*, has resulted in its current definition, presented in this article. According to the study conducted by the advertising agency Euro RSCG, Prosumer Pulse 2005, "the *prosumer* is a proactive person, thirsty for information and opinions, who actively shares his point of view and experiences with the others". The *prosumers* are people with a leading and persuasive capacity who live the brand in an active way and who desire to share their brand experiences with others, regardless of whether they are

positive or negative experiences.

Paralleling, the so-called User Generated Content (UGC) which “refers to the collaboration systems where the user does not limit himself to sail among the information produced by other, but he turns into a producer” (Delgado & Jiménez, 2007: 945) has emerged. The tools of social software (blogs, social networks, *podcasts*, *wikis*, sites with videos and pictures, etc...) in which concepts such as interactivity, immediacy and interpersonal communication play a substantial role, have favored said tendency. This way, “new formats and strategies in which the advertising message is integrated within the conversation that the new consumer maintains through the Internet emerged. Thus, the main goal of new advertising is not just to attract the consumer to the message but to establish a one-to-one dialogue with him, by placing this promotion in his new spaces (blogs, social networks)” (Lozano & Hermida, 2010: 3). It consists of the generation of a direct conversation with the consumer, making him a participant of the community around the product or service: “when transforming clients into followers, into ‘fans’ of your brand, the main goal is to manage that they commit with you, that they live an experience with consumption” (Cortés, 2009: 16).

For this reason, the TV channels, like any other brand or company, have been forced to adapt to those technological and social changes. This way, they have had to renovate the advertising strategies used in promoting their programs, including those tools appearing with the burgeoning of the web 2.0:

But this year TV-marketing gurus are looking beyond their own airwaves and employing some nontraditional tactics. With broadcast viewership in decline, the networks can no longer depend solely on promoting their new shows with their own on-air promotions, as they need to reach people who aren't watching TV. TV executives insist on-air promotions will remain as important as ever, but admit they're also employing some nontraditional tactics. Of all the networks, ABC has been forced to be the most creative, given its ratings have lagged behind the others. For the first time, the network has hired a handful of specialized marketing firms with experience of launching products to specific target markets (Atkinson, 2004).

Marketing for TV series

Before moving on, it is necessary to clarify some important aspects concerning the definition of the TV fictional product which affect its promotional strategy. Firstly, in regard to the nature of the TV show itself, it can be said that it is a product with commercial purposes. So to speak, a specific TV network or studio sets up a project with the aim of producing an interesting audiovisual content which attracts spectators (cable-TV networks such as HBO or Showtime) and/or announcers (TV networks). *Lost* is a TV show produced by ABC Studios (the previous Touchstone Television), Bad Robot Productions and Grass Skirt Productions and it was designed to be aired on the American TV network ABC. Nonetheless, not only should *Lost* be conceived as a commercial product, but, like any other TV show, it has to be understood as a cultural or artistic product created by a specific author. Despite the fact that the authorship is still a vague concept within TV studies, Jeffrey Lieber, J. J. Abrams and Damon Lindelof can be considered the authors of this TV show.

Secondly, the consumption of a TV show is not limited to its viewing. Thus, *Lost*, for instance, is divided into sections per seasons and the viewer can review them anytime thanks to the digitalization of contents on the Internet, video settings (DVD, Blu-Ray), new mobile settings (iPhone, iPad, iPod, PSP) or even through the numerous replays of the TV show or its downloading from platforms like iTunes. In this way, the TV show is transformed from its debut into a cultural product which belongs to the collective imaginary and which can be reproduced as many times as the viewer desires (Lozano & Hermida, 2010: 5). In much the same way as it happens with the consumption of a cinematographic product, (Kerrigan, 2009: 10), the consumption of *Lost* goes beyond the mere viewing of the TV show, since spectators visit several websites and blogs which present analysis of the episodes, as they discuss with other viewers and as they even produce other TV series or related products (spin offs, comics, videogames).

Thus, whereas the first goal of an advertising campaign from a TV show is the same as the rest of consumption sections (i.e. to inform about a new product and make it attractive for the consumer), the promotion should succeed in “retaining their [...] viewing over time” (VVAA, 2006: 5). In other words, the goal is to cultivate the spectator’s loyalty.

Promotional strategies of *Lost*

Along its six years of broadcasting, *Lost* has developed an extensive collection of promotional tools which are difficult to classify; they range from the traditional promotions of the TV show made by the channel to the creation of Alternate Reality Games, such as *Lost Experience*.

Not only was the show a global phenomenon, becoming the fastest-ever selling American television series since its launch on ABC in 2004, it also functioned as a multi-purpose franchise. Sold to over 200 countries worldwide, the series was designed to travel across a range of ancillary markets and media platforms. Together with the array of books, toys, trading cards and merchandise commonly associated with high-budget products from the American entertainment industry, *Lost* was made to translate across technological formats (Grainge, 2009: 2).

Thus, this analysis specially focuses on the study of the new tools and advertising actions officially sponsored by the TV channel which originally broadcasted the show in the US, ABC. In this way, the promotional tools made by other TV channels or countries are excluded from this study, as well as most conventional formats. The different advertising practices are categorized according to the season where they were developed. Therefore, and attending to pragmatic reasons, the first and second season have been excluded from this analysis since the TV show mainly used conventional strategies during this period of time.

In much the same way, it is important to note the difficulty of categorizing some advertising tools in just one season, since they have been used during the six years that the TV show has been aired. This is the case of the official website, which is one of the main promotional means of the TV show and one of the reference points for the *Lost* fandom. Thus, in addition to the promos and videos related to the show, other settings such as the Official *Lost* Podcast, where the producers Cuse y Lindelof answered the fans’ questions, was found within the official website. Likewise, the web included other settings such as a complete guide of episodes; a biography of the main characters; a time line to better understand the details of the story; the *Lost Book Club*,

where the novels mentioned in the show were collected, information about the official magazine; a *Sawyer's nickname generator*, which generated a personalized nickname for the user using some basic personal data which had been previously introduced; and the *Lost Store*, the official store which sells products related to the TV show. The store includes a variety of products, from DVDs to t-shirts, mugs, and calendars.

In conclusion, not only did the official website work as a promotional tool for the show, where information about the show itself and its characters was provided, it also worked as a website which, at the same time, included different advertising tools shared a similar goal; to turn *Lost* into the most mysterious, interesting and striking fictional TV show ever.

Third season (October 4, 2006 to May 23, 2007)

One of the most important strategies in promoting the TV show appeared after the ending of the second season. "It's a hybrid between content and marketing," Mike Benson, ABC Entertainment's senior VP-marketing, said of "The Lost Experience". This way, *Lost Experience* constitutes itself like a game for the show's fans which combines the fictional and diegetic world of *Lost* with the spectator's real world. This kind of game, known as an Alternate Reality Game (ARG), can be considered a parallel experience to the actual viewing of the show. "ARGs regularly require comunal puzzle-solving; for instance, some require players to scour a web page's code for embedded clues, translate passages in obscure languages, refer to ancient history or folklore, or engage in careful freeze-frame analysis" (Gray, 2010: 200).

The key to these kinds of strategies essentially lies within the idea of breaking the boundaries between the fictional component of the show and the reality itself. For example, both the Oceanic Airlines official website (Oceanic-air.com) as well as the Hanso Foundation website, stand out among those sites created in order to build up the universe developed within the game, since they presented as real companies.

While the introduction of Dharma and Hanso may have emerged in response to storytelling needs, it had a pleasing side effect of now allowing the series to support a brand of its own—a fictional institution that could serve as an intermediary, an interface, between the story world of the show and the corporate world of sponsors and consumers [...] Ultimately [...] these institutions gave *Lost* a connectivity to the realm of global institutions, that however fictional, enabled the series to bring down the diegetic boundaries between narrative and marketing [...] By tying its fictional institutions to those of reality, *Lost* was able to refit narrative television for integrated marketing in the age of reality TV, moving brand integration outside of the fictional and into a space sponsors could control (Johnson: 19, 26).

In addition to the creation of these websites, several objects and documents belonging to the diegetic universe within the show were transferred to the real world. On one hand, the manuscript read by Sawyer in the island, from the novel *Bad Twin*, was finally published by the publishing company Hyperion (property of Disney and, consequently, property of ABC as well). The publication of the book, which was supposed to be written by Gary Troup—one of the passengers of the Oceanic 815 flight—, was announced in the web Thehansofoundation.org, and it is conceived as one of the main promotion actions of the first phase of *Lost Experience*. On the other hand, Apollo Candy, a fictional chocolate bar brand which appears frequently in the show,

organized several PR actions in specific cities within the US where they freely distributed those chocolate bars. These events did not make a reference to the TV show itself, and they were exclusively focused on the promotion of the Apollo chocolate bars, as if they were real products.

In spite of the fact that the information provided within these promotional actions are not considered as canon by the authors, they are welcome by the spectators, who understand them as an extension of the TV show itself, so that they can be connected to the universe within the island and its characters during the breaks between seasons.

Experiencing *Lost* outside of television, therefore, simultaneously meant moving *inside* its narrative world. The fictional institutions Hanso and Dharma, not fictional characters or narrative threads, enabled viewers to experience everyday life as part of the *Lost* hyperdiegesis—not just in the digital realm, but across a range of mediated experience (Johnson: 21-22).

After the sixth chapter of the third season, *Lost* was interrupted for three months. Before the premiere of the second part of said third season, the first official videogame of the TV show was launched: *Lost: The Mobile Game*, created by Gameloft to be set in iPods and cell phones. The videogame focused on the revival of the events which took place during the two first seasons and the first chapters of the third season through Jack Shepard's eyes, the main character of the show. However the videogame did not present any new information though.

During the end of the third season and the beginning of the next one, ABC channel decided to approve the creation of a series of mobisodes or episodes for a mobile setting where the fictional universe of the show was extended. The so-called *Missing Pieces* were two-minute episodes which were firstly seen by Verizon-Wireless cell phones; they were included within the official website six days later. These mobile productions were conceived as episodes whose main function was to entertain the spectator with new contents while the fourth season was being produced. Afterwards, said mobisodes were included as extras in the fourth season DVD. "Lost: Missing Pieces received an Emmy Award nomination in 2008 for "Outstanding Special Class - Short-format Live-action Entertainment Programs".

Fourth season (January 31, 2008 to May 29, 2008)

With the beginning of the fourth season, the second official video game was released, *Lost: Via Domus*, this time developed by the company Ubisoft Montreal for game console and PC. The video game presents the story of a new character, Elliott Maslow, who is also a survivor in the island. *Lost: Via Domus* uses some of the recurrent places and characters in the show, as the Dharma Initiative, and reveals some of the mysteries surrounding the show. Although both Cuse and Lindelof have declared that the video game cannot be considered as canon it must be understood as an extended experience from the original show, since it offers a new point of view of the main plot in the island.

It is also interesting to emphasize the promotional campaign that *Lost* developed in billboards to advertise this new season. Thus, instead of promoting the show, these billboards acted as an Oceanic Airlines Company advertising, referring to a fictional content related to the show. Some of these billboards, distributed in the different home towns of the characters of the show,

PREVIOUSLY ON

were modified with graffiti referring directly to the new ARG of the show, *Finding 815*, which had as a main subject the discovery of the remains of the Oceanic Airlines plane from the previous season. The ARG, like *Lost Experience*, led to the creation of several fictional websites, for instance flyoceanicair.com.



Fifth season (January 21, 2009 to May 13, 2009)

In order to better advertisements this season, ABC used an innovative promotional strategy which integrated images from the fifth season in the new music video of the band The Fray, called "You Found Me." Although this formula is quite common in the cinematographic industry, where fragments of film are included in the video clip of the band composing the sound track of the movie, the video for The Fray meant a different experiment. First of all, the song by The Fray did not belong to the original sound track of the show. Secondly, this video was aired for the first time during a commercial break of another ABC show, *Grey's Anatomy*, covering, therefore, the space normally destined to television promos, instead of its habitual space. In this video-clip promotion it could be seen, for the first time and during a brief moment, the logo of the fictitious airlines company Ajira Airways. After this clue, the fans of the show, anxious to get information about the new season in advance, looked for the website of the company on the internet, which still exists today (07/12/2010). Unlike Oceanic Airlines or Hanso Foundation websites, the creation of Ajira Airlines website was exclusively intended as a promotional device of the fifth season of the show, not as a constitutive element of an ARG. The web proposed adventure packs including trips related to the fictional universe of the show. Likewise, the slogan of the company was the same of the fifth season: "Destiny calls"



Before the opening of this season, the ARG Dharma Initiative Recruiting Project also appeared. This ARG proposed again a game that mixed reality with fiction. Therefore, a new stand of the Dharma Initiative company was created in the Comic Con in 2008 to recruit new employees among the participants of the event.

PREVIOUSLY ON

During this period between seasons, the official web of the show incorporated a new section allowing the users to choose among a series of six e-cards to send friends through email: “Whether you want to tell someone you’re looking forward to the future or miss where you once were, *Lost* e-cards are the ideal way to get your message heard” Some of these postcards made reference to the main theme in the fifth season, while others promoted the touristic side of the island as if it was a real destination.

Sixth season (February 2, 2010 to May 23, 2010)

During the break between the fifth and sixth seasons, ABC and the scriptwriters of *Lost* created a series of webisodes called *Mysteries of the Universe*. Disguised in the form of a mockumentary, aired in 1982 and devoted to the investigation of conspiracies and secret societies, *Mysteries of the Universe* analyzes and studies diverse clues related to the Dharma Initiative. In this way, by means of several signs, testimonies and recordings, and, as if it were a real document, the show reveals to spectators some of the mysteries presented in *Lost*. The series consisted of six parts and was aired through the official web of *Lost*, apart from being included as extra content in the DVDs of the fifth season.



Previous to the opening of the sixth season, and in a very similar way as the preceding ARGs, the projects of Damon, Carlton and a Polar Bear and *Lost University* also emerged. The first, initiated in the Comic Con in 2009, proposed the search of a series of clues which, once discovered and correctly solved, lead to the website where several posters made especially for the show could be purchased. Regarding the second project, the premise consisted of proposing to the spectator the possibility of registering as a student in the *Lost University* in order to choose any subject and attend the classes dealing with the mythological world surrounding the show. In this manner, it referred more to an interactive multimedia experience, since it did not mix, as the previous ARGs, the fictional world of the show and reality. In order to put this experience into practice, *Lost* used the new profile 2.0 incorporated in the Blu-Ray disc of the fifth season. The new profile 2.0, better known as BD-Live, allows, by means of the connection to the Internet, the downloading of additional content, as extras and cell phones ringtones, together with the option to include games that interact with other users.

Moreover, a series of Oceanic Airlines advertising spots were distributed during the Comic-Con in San Diego in 2009 as a promotional means for the last season. These advertisements celebrated thirty years of the company with no plane crashes, a clear reference to flight 815 in the show and to the disturbing ending of the fifth season.

Finally, during the broadcasting of the last season, ABC started up a contest where spectators could participate creating their own promo of 35 seconds in order to advertise the season finale of the show. The spectators could produce the promo by means of their own resources or using the ABC's Flash-based online "mash up" editing tool placed in the official website of the show. The winning promo, "Convergence", by Sam Balcomb, aired on TV on Tuesday, May 18, 2010 during "What They Died For" earned its creator a trip to Los Angeles to attend the series' special finale party on May 13, 2010.

After the show

Since the show ended, *Lost* has continued developing advertising strategies allowing the prolongation and extension of its consumption permanently. The following are the most important strategies.

On October 18th in 2010, DK Publishing published the *Lost Encyclopedia* as a compendium of 400 pages intended to work as a sort of official companion to the series. The spectator can find many new images and detailed summaries about each character, place, or mythical object of the show.

When the series was over, on August 21th and 22th, an official auction of the show (*The Lost Auction*) was organized allowing fans to bid for their favorite objects that appeared in the show. The auction was managed by ProfilesinHistory.com, and took place in the Barker Hangar in the Santa Monica Airport.

In order to promote the purchase of the sixth season in DVD and blu-ray, the creators of *Lost* produced a small episode of nearly twelve minutes, *The New Man in Charge*, which was intended to work as an epilogue of the series, offering some answers to the fans of the show.

Conclusions

Starting from the selected and analyzed set of tools, a series of generic strategies characterizing the promotion of this series throughout its different seasons can be identified. Later, these strategies have been used by other shows as well. It is interesting to emphasize that these strategic lines coincide with the new tendencies in advertising communication that other sectors have been developing during the last ten years. In conclusion, as it has been mentioned before, the main goal is to channel the conversations of the fandom in a positive way in order to cultivate the spectator's loyalty, which is a key concept to hold the attention on the series during the periods between seasons and even at the end of the show's production. The generic strategies mentioned here are three: personalization, participation, and creation of contents or advertainment.

For participation we understand an active attitude of the user, who happens to be the center of the communicative act, giving credit mainly to the interactive capacity of the Internet and the expansion of the 2.0.web. In this way, many of the promotional devices have favored the participation as their main objective, by means of commentaries or active search of information in or beyond the internet. Although these actions are sometimes encouraged by contests or prizes, the truth is that most of the time it is an unselfish participation, from a material point of view.

Regarding personalization, the capacity of individualization within the internet allows not only the personalization of messages, but also of the personalization of products and services. Moreover, several applications and games emerge allowing to personalize the contents according to the tastes and preferences of the fans of the series. These kinds of applications become an excellent strategy of viral communication when they give the opportunity of sharing this information in social networks.

However, the most successful strategy for the creators of *Lost* is the elaboration of parallel entertainment contents, which is known as advertainment. As Martínez Sáez states, this term “wants to design those messages resulting as a hybrid between publicity and entertainment” (2003: 57). Therefore, the brands, marketing, and publicity agencies have applied the mechanisms of the entertainment industry to create a truly interesting content intended to attract the *prosumer* (Ramos, 2006: 39). Thus, some brands have elaborated fictional short movies, videogames or even applications for cell phones with this intention. Nevertheless, it is interesting to emphasize how a TV series – *Lost* in this case- a cultural product already implying entertainment by itself, uses these kinds of creative mechanisms and apply them to self-promotion. In this sense, *Lost* can be considered a brand which needs the mechanisms of the advertising industry to cultivate the spectator’s loyalty. As already stated, for instance, the creation of contents was the strategic key of one of the most successful campaigns, *Lost Experience*.

These strategies do not have to be independent from one another, but, as already seen, they combine and work together in most of the cases. Thus, certain promotional devices can use the creation of content and require, at the same time, the participation of the spectator, like the *Lost Experience*. Finally, it is important to highlight that these strategies would not make sense without the planned integration of the media, which turns out to be fundamental in achieving the synergy between the different media and advertising formats used. So to speak, it is not only about being creative in contents but also in the combination of media and formats used in an advertising campaign. In this sense, we consider that *Lost* has intelligently combined media and formats to achieve the desired combination, developing perfectly well designed campaigns of conventional mass media.

As a final summary, we can affirm that *Lost* has not only modified the habits of conduct in the reception of TV series, but, in addition, according to the study presented in this work, *Lost* has also shown an innovation in the use of new advertising strategies in the sector and the transformation of the conventional devices used presently. With this aim, the creators of the

promotional campaign of *Lost* have not only understood the importance of the implications of the fandom of the show in advertising actions, but they have also converted the internet in the strategic center from which each and every one of the advertising devices start.

Thanks to these strategies, *Lost* has become a brand which continues being advertised even after the conclusion of the series. It cannot only be considered a commercial product, but in addition it must be seen as a cultural product that has been inserted in the collective imaginary and that continues generating conversation in the network today. For this reason, the authors of this work consider that *Lost* has marked a new era in the promotion of TV series.

Works cited

- Cascajosa Virino, Concepción C. (2005): *Prime time: las mejores series de tv americanas: de CSI a Los Sopranos*. Calamar, Madrid.
- Cortés, Marc (2009): “Bienvenido al nuevo marketing”, en Sanagustín, E. (Dir.): *Del 1.0 al 2.0: Claves para entender el nuevo marketing*. Bubok Publishing, pp. 6-23.
- Delgado, Teresa & Jiménez, Gloria. (2007): “El fenómeno del Crowdsourcing y User Generated Content en publicidad: una nueva forma de crear anuncios”, en *Trípodos Extra 2007*, Barcelona, pp. 943-954.
- Grainge, Paul (2009): “Lost logos: Channel 4 and the branding of American event television” en Pearson, Roberta E.: *Reading Lost: Perspectives on a Hit Television Show*. I. B. Tauris, Londres, pp. 95-115.
- Gray, Jonathan (2010): *Show sold separately: promos, spoilers, and other media paratexts*. NYU Press.
- Jenkins, Henry (2006): *Fans, bloggers and gamers: exploring participatory culture*. New York University Press, New York.
- Johnson, Derek: “The Fictional Institutions of *Lost*: World Building, Reality, and the Economic Possibilities of Narrative Divergence”, en PEARSON, Roberta E.: *Reading Lost: Perspectives on a Hit Television Show*. I. B. Tauris, Londres, pp. 27-50.
- Lozano, Javier & Hermida, Alberto (2010): “La metamorfosis publicitaria digital. Nuevas estrategias de promoción en la industria del cine y la televisión a través de internet”. Ponencia presentada en el congreso internacional AE-IC “Comunicación y desarrollo en la era digital”. Celebrado en Málaga los días 3, 4 y 5 de febrero de 2010. [Consulta: 15.12.2010]
- Martínez Sáenz, José (2004): “Branded content o advertainment. ¿Un nuevo escenario para la publicidad audiovisual?”, en Mínguez Arranz, A., Villagra García, N. *La comunicación*.

PREVIOUSLY ON

Nuevos discursos y perspectivas. Edipo, Madrid, 2004, pp. 57-62.

Ramos, Marina (2006): "Cuando la marca ofrece entretenimiento: aproximación al concepto de *advertainment*", en *Questiones Publicitarias*. Vol. 1 (2006), núm. 11, pp. 33-49.

Ramos, Marina & Selva, David (2005): "La comunicación *below the line*", en Fernández Gómez, J.D. (coord.), *Aproximación a la estructura de la Publicidad*, Sevilla, Comunicación social ediciones y publicaciones, pp. 225-248.

Toffler, Alvin (1980): *La tercera ola*. Plaza & Janés, Barcelona.

VV.AA (2006): "Promoting the Media: Scope and Goals", en S.T. EASTMAN, S.T., Ferguson, D.A. y Klein, R.A. (Eds.): *Media Promotion Marketing for Broadcasting, Cable and the Internet*. Focal Press, pp. 1-29.

21th Century: TV series go beyond the screens

E. Benecchi y C. Colapinto

In the last decade cultural globalization, digitalization and convergence are changing media system and the relationship with the audience. Especially teens are actively involved in the so-called participatory culture (Jenkins, 2006), which includes engagement and social connection with one another. New feedback opportunities provided by technologies represent both new chances for audience's engagement, and new challenges for TV industry, and for TV production. Today, the relationship between TV series and its audience is more intense, interactive, global and quick.

Since the classic TV genre appears to be one of the most affected by this new scenario with respect to its format, its contents, and its ways of consumption, we will look at how the TV series genre has been reshaped by new strategies, adopted by the television industry, which try to integrate offline, social and mobile activities and have transformed this classic and "closed" format in an open and hybrid one.

Internet appears to play a crucial role: indeed, TV companies use internet as a pre-air tool for new TV series (Ellis, 2007a, 2007b), the role of word of mouth seems strategic to underpin the launch, or even the re-launch, of a TV series (Calvo, 2001; Harmetz, 2000) and viral marketing techniques, which as Godin shows are based on the concept of a great idea that spreads in a target group till a self-amplifying cycle occurs (2000), are constantly used to promote this TV genre.

We previously focus on some success cases produced in America, since the American television industry appears to be the most inclined to use the Internet in order to create an engaging experience for customers and to foster the interaction with viewers by building on existing communities (Facebook, Twitter, dedicated forums,...). Then the chapter will look at the worldwide trend to deliver and exploit web television products. Our analysis will end up with the emblematic case study of *Glee*, an American musical comedy-drama, whose hybrid format and marketing strategies (viral marketing, flash mob events,...) has been proved to be a successful choice of Fox Italia .

New fruition of TV series

The global dynamics are mainly marked by the affirmation of a plurality of broadcasting platforms (terrestrial, cable, satellite), by new fruition (web, mobile phones...) of the audiovisual content and by a renewed range of contents offered to the audience. The dispersal of both content and audiences (fragmentation), the processes of digitalization and the advent of interactive technologies mean that content is now being produced and consumed in new ways. Consumers demand more connectivity and more customized content: as a result, choice is the buzzword for both broadcasters and audiences.

As Johnson (2010) maintains content convergence is the essential background of the new media era. A new impending wave of change is occurring and is driven by younger consumers under

PREVIOUSLY ON

the age of 35, and especially under 25, who are more likely to watch content on alternative media devices, and more likely to prefer watching content on demand. However, consumers of all ages are joining the move towards new ways of consuming content. Sasso and Absalon (2010: 23) show that 30% of adults watch some content every week via alternative devices such as a mobile phone or personal computer. In particular, in the last decade internet has become the most relevant viewing site and site of fan engagement in the TV industry, it is the real catalyst.

A survey of 1,000 U.S. consumers showed that more and more Americans are choosing to watch TV shows on websites such as Hulu rather than on a TV. A full 83% of young consumers said they watched some, most or all of their TV programming online. This study, which was conducted by consumer electronics shopping site Retrevo (<http://www.retrevo.com/>), shows that 64% of the American audience get at least some of their TV content online; 8% of the total said they watched most of their TV shows online, and 5% said they only watched television programs on the internet. For people under 25, almost a quarter of respondents said they watched most of their TV shows online, and 6% said they only watched TV online.

Sasso and Absalon (2010) point out that the services offered by TV and the internet are converging and that Internet Protocol Television (IPTV) has emerged as a viable platform for digital television. Indeed, telecommunications operators deploy triple-play services in order to reduce customer churn levels and increase average revenues per user (ARPU).

TV viewing's shift to the web makes traditional audience data incomplete to evaluate the performance of a TV series. For instance, *Heroes* was the most downloaded TV series in 2009, despite the fact that Nielsen Ratings for the show have been decreasing year after year.

Table 1: 10 most downloaded American TV series in 2009

#	TV series	
1	"Heroes"	54,562,012
2	"Lost"	51,151,396
3	"24"	34,119,093
4	"Prison Break"	29,283,591
5	"Dr. House"	26,277,954
6	"Fringe"	21,434,755
7	"Desperate Housewives"	21,378,412
8	"Grey's Anatomy"	19,916,775
9	"Gossip Girl"	19,706,870
10	"Smallville"	19,598,999

Source: The Guardian, 2009.

That American TV watchers are moving online is also confirmed by Nielsen's last 2009 report according to which, online video consumption went up by 16% from 2008. And yet, many TV networks keep most of their episodes offline and, in an era of illegal downloads, it still takes a while for popular shows to air in a foreign market. Even pioneers in online distribution of TV series episodes, such as FOX and ABC, keep to the standard of posting only the five most recent episodes of a show's current season online on their official websites. This comes down from two main beliefs: first, as stated by Bill Bradford, senior vice president of Fox Digital, "the majority of

online viewing happens within a week after a current show airs”; secondly, as stated by Albert Cheng, executive vice president of Digital Media at Disney/ABC Television Group, “the majority of users watch shows within the first twenty-four to forty-eight hours that they become available online” (Marya, 2010). The real *online investment* made both by Fox and ABC then is not on ad-supported episodes made available on the official websites but relies on iTunes distribution: the belief that piracy comes about when consumers don’t have access to content makes the combination of ad-supported streaming on official websites and purchasable downloads on sites such as iTunes appearing as a perfect mix to fight illegal downloads in the eyes of Networks’ executives. Even if one had to believe in the accuracy and efficacy of this distribution model the issue of delays in the distribution of American TV series in foreign markets bring the problem of illegal downloads and distribution back in the front full force. The television industry seems to find it hard to adapt to the changing media landscape because structural relationships and business logics forged in previous eras prevent it from maximizing the value of increasingly fragmented television audiences.

Illegal downloads are not a western phenomenon. In China young urban audiences are avid consumers of American TV shows, mainly thanks to P2P networks. Moreover, there exists collaboration among subtitle groups across different countries. Therefore, in the Chinese context, file sharers are trying to negotiate a less-controlled communication space, albeit one with both censorship and copyright regulation (Meng, 2010).

Even if it’s a proven fact that most online TV revenues still doesn’t compare to broadcast revenues (Kaltell, 2001), it is also clear that TV Networks could still take better advantage of digital platforms and should try opening up more content. Moreover, according to a recent report from TiVo, the most popular television programs have the least-watched commercials (Mindlin, 2009), and this points out to the fact that the traditional business model for television is proving to be increasingly untenable. As stated by Barbara Williams, executive of Canwest, a media giant in Canada which decided to stream more than 50 top series on the web, the way people consume TV is changing: “We understand that our viewers aren’t always able to watch their favorite show at the designated time and our role as a broadcaster today is to offer hit TV in more places and at more times than just a traditional schedule” (Reportr.net, 2008).

There are, in fact, growing instances which demonstrated how online TV can be profitable and point to the fact that online viewers are a new audience for the networks to reach.

Internet and business models

Most TV networks broadcasts ‘conventionally’ and also tries to get and exploit the opportunities related to the distribution of episodes on the internet as well as the increasing interest towards video on demand (Küng, 2008; Sasso and Absalon, 2010). Broadband adoption and increasing connectivity speed will create challenges and opportunities for media companies: today,

PREVIOUSLY ON

technology allows online video with high quality. In this new competitive niche there are new comers and incumbents, and both subscription and free models exist. Indeed, American major studios (Fox, NBC Universal, and Warner Bros.) have quickly moved to establish websites for their premium video titles, in hopes of grabbing a growing audience of online video viewers.

The online video market took off with the Apple's iTunes launch in 2005. Apple has since sold more than 250m TV episodes and more than 33m movies via iTunes and currently offers a catalog of more than 50,000 TV episodes and 7,500 movies, including at least 2,000 in HD. iTunes is now also available as a TV service on Apple TV (Johnson, 2010).

Downloaded movies can be either purchased or rented. An example is Netflix, offering a subscription service (\$8.99 a month) to stream movies and TV episodes over the internet and sending DVDs by mail (Sasso and Absalon, 2010). Also the Italian Mediaset Group has changed its packaging function to respond to the time and space shifting desires of viewers: video.mediaset.it is the video on demand service providing the possibility of free streaming and purchasing (pay-per-download) of films and TV productions broadcast on the Mediaset networks (Colapinto, 2010).

YouTube is the main and well-known example in the free distribution segment, but we can mention some partnerships between media manufacturers and broadcasters, such as BBC's iPlayer and Hulu. This kind of free offering is known as catch-up Television.

In Europe a disrupting market is the UK, where the online video viewing is driven by iPlayer, backed by BBC and ITV brands. Since its launch in 2006, the BBC iPlayer has evolved (adding radio, live TV channels and HD) and has been ported to work on multiple devices and platforms, including mobile phones and games consoles (Johnson, 2010). The British Commercial operator BSkyB delivers online catch-up TV service through the SkyPlayer (formerly known as 'Sky Anytime on PC' and 'Sky By Broadband'), which is also available through game console such as Xbox 360 since October 2009. This service allows Non Sky TV consumers to watch Sky TV programs without a dish or a long term contract, as well.

The already mentioned Hulu launched in March 2008 by NBC and News Corp-owned Fox. This American online, advertising-supported service offers full length TV and movie streaming. The service offers content from Warner Bros, MGM, Sony and Lionsgate. To boost revenues Hulu launched a \$9.99 per month subscription service in July 2010, adopting a mixed, hybrid business model.

The main threat to online copyrighted content is piracy, in terms of BitTorrent downloading and streaming video. The removal requests by major media content producers proved to be ineffective: the common response is to move content from major and famous sites to lesser-known video carriers. For instance, this was the strategy of Megaupload, a file hosting website, which created Megavideo now a reference point to stream pirated content (Sasso and Absalon,

2010).

Using the Business Idea conceptual model elaborated by Normann (1977), we can describe the development path of media companies in terms of recreation of the coherence between the fundamental factors that characterize the so-called business recipe: 1) clients, that is the external environment, its needs and what it is valuing 2) the offering (product) of the company and 3) internal factors such as organization structure, resources, knowledge and capabilities. Indeed, the changes in accessory and distribution aspects are in response to customers' desires and needs and they require internal changes to acquire new competences and knowledge. The market segment is the starting point from which the system is made up of the service concept, the delivery system and the image.

The sole web-product: from Dr. Horrible to Camera Café'

In the last decade the introduction of web-TV technology has changed how TV managers and producers think about television and its audience. The complete enfolding of one medium into another has altered the televisual content and the way television communicates with its audience. Beyond delivering TV series both on TV and on the web, some TV series have been created and broadcasted online bypassing the traditional gatekeepers.

The real milestone for web-product is *Dr. Horrible*. In 2007 Joss Whedon—45, known for creating cult TV shows like *Buffy the Vampire Slayer*, *Angel* and *Firefly*—produced original content for the internet that actually turned a profit. Key variables were the availability of bootstrapping financing and his network, besides the contingent moment in the American TV industry and the fact Whedon is pretty famous: as a result this model is not so easy to replicate.

Because of the strike in the fall of 2007, Whedon decided to produce another idea he had been playing around using \$200,000 of his own money and calling in lots of favors: he made a Web-only show called *Dr. Horrible's Sing-Along Blog*. The three-part series tells the story of the lovelorn (and lyrical) Dr. Horrible, who wants to be accepted into the Evil League of Evil almost as much as he wants to win the heart of his crush, Penny. Concerning the financing model, Whedon kept the budget low by convincing actors like Neil Patrick Harris to work for free and later made them profit participants. Actors in smaller roles and production staff earned salaries. The series grossed \$2.5 million in two years. After a three-day free run on its own Web site (which was powered by Hulu), *Dr. Horrible* showed up exclusively on iTunes for \$4.99 (\$7.99 for high definition). Two weeks later, it went up on Hulu for free (with ads). A few months later, a DVD (complete with a musical commentary) sold on Amazon for \$14.99 (Pomerantz, 2009). Joss Whedon approached the streaming of *Dr. Horrible* as television. Making the programme available for free in those initial days, surrounded the serial with event status, much like television. You had to be in the right place and right time to be the first to see the next instalment. Even though its creator and critics treat it as a TV show (it was even awarded an Emmy in 2009 in the category short-format-action entertainment), *Doctor Horrible* is an internet creation, from the online comic book prequel to the many internet fan hommages (some of which are in the DVD). When Act I begins, we see

what seems a typical weblog entry: Billy, alone, addressing his webcam in white Dr. Horrible lab gear (Wilcox, 2009). In Whedon's experiment a program has to provide the freedom to find its audience without the threat of cancellation. Despite this idealistic view the free "televisual event" is used to generate interest in the ancillary products, (CD and DVD). Even in this experimental case the internet is primarily being treated as a marketing tool instead of a new method for distribution. Not surprisingly then, Doctor Horrible sequel will hit the big screen.

On the other part of the Globe, in China, some foreign TV series are localized and broadcast on the web and not via traditional television. A well-known example is the localized version of the famous French short-form TV program Camera Café. Camera Café is an original concept for television launched in 2001: each episode lasts about 4-5 minutes, has just one single fixed camera angle and revolves around the day to day life of a white collar company's employees who are taking their break in the coffee room. This award-winning show has already been adapted in 12 languages and more than 20 countries all over Europe (Italia1 aired the Italian version), North America, South America and Asia (The Philippines, Indonesia, and Australia). Mindshare (company of WPP Group) launched the all-digital Chinese version of Camera Café with Nescafé as sponsor on youku.com (<http://cameracafe.youku.com>), beginning January 25th, 2010 for an ambitious four month season (60 original episodes for season one).

An interesting sponsored multiplatform drama is a production of Huaso (a joint venture between Sony Pictures TV International and China Film Group): Sony's branded "Sofia's Diary" had been localized for China's market as "Sufie's Diary," with altered storylines and products. The 3-minute episodes are aired through major Chinese video and social media portals (Sina, Cernet, and Youku), and also in airports, public buses and subway stations in Beijing and Shanghai. Targeting teenagers and college students, each episode proposes a problem and viewers have the power to make decisions for Sufei while she adjusts to her new life in Shanghai. Indeed, the plot line is solely driven by netizens through weekly online polls or mobile voting. The degree of interactivity is very high, and visitors can interact with the main characters through online comments and blogs on dedicated websites. Over 15.3 million online interactions were recorded (Leung, 2009).

Especially digital natives are oriented to watch TV-like content on the web, as they can control the what, where and when. This new kind of products represents a new channel of communication and advertising for brands. Sponsored content is a strategic tool to engage with potential customers due to the increasing negative attitudes towards ads.

The Glee case: a TV program outside the TV screen

Glee is an American musical comedy-drama television series (aired on Fox) which focuses on a high school show choir, the "New Directions!". Glee looks like a niche show, with its Broadway renditions and obscure pop-culture reference, but costs 25% more than most prime time dramas. Glee is the perfect example of the new diversified nature of online presence. It's not simply about a website anymore: Glee diverse ways of using social networking sites are an important part of its production narrative, and even if no new stories or background info are opened up in these venues, they do illuminate how the TV network wants us to see the characters. The online and

collateral material related to the show expands the text beyond the rigid constraints of broadcast.

Since the beginning Ryan Murphy—the creator— and Fox want and need the show to push the boundaries of network television. As for the structure of the TV series it could be said that *Glee* is a YouTube-friendly show: each episode of *Glee* contains at least 4 to 5 “mini-shows” that can be sliced and packaged to be the perfect “YouTube” length. For instance, the Musical performances all lasting for 2 to 5 minutes; moreover in *Glee* there are sections clearly intended to go viral such as “All the Single Ladies” Kurt rendition and football clip (Episode 4) which earned both more than 4 million hit on YouTube Fox official channel only in the first week.

In an attempt to fight illegal downloads of collateral products from the TV series, Fox started mimicking typical fan practices, releasing online as much contents and previews as usually provided by fan sites and YouTube channels.

Creators of *Glee* seem to have well understood that the modern experience of television does not begin and end with the practice of watching television programs, but instead encompasses a viewer’s consumption of, or interaction with a wide range of program-related content and activities.

With special regard to *Glee*, since the beginning fans posted their own live or lip-synched video renditions of the show’s repertory on MySpace and YouTube. This was a type of “redoing” that is both participatory but respects the original creation. The ubiquity of technology, webcams paired with online video, makes the production of these videos extremely simple. Fox has encouraged the online tributes by touting *Glee* sheet music and sponsoring contests that reward the best amateur MySpace karaoke singers with prizes like a lesson from the *Glee* vocal coach. Fans are participating within the construct of the *Glee* narrative by recording renditions of these songs. Fox incorporated these videos in its marketing strategy.

Through a massive use of social networking and pushing online activities connected with the “musical side” of *Glee*, the show is tapping into the cultural phenomenon that anybody can be a star overnight on MySpace or YouTube. Popularity is indeed a crucial concept to the show, since all the storyline is organized around the opposition between traditional popularity and the new kind of popularity provided by social media and web 2.0 tools.

It was indeed thorough an aggressive marketing campaign relying mostly on social media, that Fox has successfully imposed a new defining word for all the under-average people struggling in the high school years to be accepted: “gleeks”, a portmanteau of “glee” and “geek”. The association of the word Gleek with a hand gesture typically used to refer to losers and now proudly used to auto-define as a glee fan, completed the new framework built by Fox promotion and marketing for the show. One example of this production narrative was the launch of the “Biggest Gleek” mini-competition. The idea was simple: you could earn points by mentioning *Glee* on your status messages or tweets, inviting friends to join the competition. This competition was channelling and rewarding fan enthusiasm.

Glee: the launch campaign

The virtual aspect is especially evident when talking about the Fox's marketing campaign for the show, which began with a post-American Idol airing of the pilot and led to a five-month, buzz-generating viral marketing campaign that took full advantage of the popularity of social networking sites like Twitter and Facebook. For the first time a network is using a pilot for a show not as the beginning of a series, but as the start of a marketing campaign.

One point that appears to be clear, in the way the campaign was organized and developed, was the fact that Web communities are capable of generating strong support for niche products but they still can't compete with the mass market success generated from broadcast media. That's why Fox sold *Glee* balancing its online promotions with more traditional events.

In April 2009 Fox begins introducing outdoor ads and weekly magazine print ads touting the pilot, along with spots on its own air. There were screenings of the Pilot in the top 10 media markets, including one at a Santa Monica high school, which is attended by the "Glee" cast. Fox used also its May 18 upfront presentation in New York to help drive tune-in for the pilot as well, introducing special live performances from the entire cast.

Glee Pilot is then shown on May 19th 2009 right after American Idol Finale. Fox won't air the second episode of the series until September 9th 2009. In the word of Joe Earley, VP Marketing Fox, "the goal was just to get as many people as possible to see it (before the fall). There was no better platform for us than to put it on behind American Idol" (Adallan, 2009). Fox seems to know there will be many groups of potential viewers who would never respond to traditional marketing for a show such as "Glee". That's why it's key to give viewers as many chances as possible to see the pilot. Fox pumped the *Glee* Pilot out through every available online channel. The Pilot was free and ubiquitous.

The first episode was the number one downloaded television show on iTunes with Fox offering the show for free (Adallan, 2009). But the long break after the pilot episode and the musical format could work against "Glee". The show's creator and promoters used the down time to really gain traction online by engaging with their most passionate fans. As stated by Jason Clark, Fox spokesman: "We did anything to bring them back into show, like Facebook pages and character Tweets, we gave every possible way for fans to connect with *Glee* and Fox." (Grover, 2009) The leading concept of the marketing campaign was to turn people who watched the show into brand ambassadors. For this reason, and according to the mixed methods of promotion explained earlier, during the summer hiatus: the show was screened at summer camps; trailers were shown in front of the latest "Harry Potter" film; "Glee" advertising was on major summer concert tours; *Glee* stars engaged in a 10-city tour; and street teams promoted the show at recreational venues during major holiday weekends. During the same summer hiatus Fox has also partnered with Photobucket.com for a national promotion encouraging viewers to show off their "gold-star potential" by submitting photos and videos of themselves.

During the fall hiatus Fox has launched a national open casting campaign for new characters

PREVIOUSLY ON

to appear on the series through social networking website MySpace. A synergistic masterstroke since both Fox and MySpace are part of the same media conglomerate, News Corporation. Would-be Gleeks—the name fans gave themselves—between the ages of 16 and 26 could submit their audition video either by uploading their own pre-recorded video or choosing from a selection of MySpace Karaoke Glee hits on the Glee Auditions Official MySpace Profile.

In occasion of the re-air of the pilot (9 Sept 2009), FOX teams up with Twitter, the social networking and microblogging service. Because of the holiday weekend, when ratings usually drop off, the network wanted to “reward” fans by adding value to the repeat. The re-air of the Pilot is accompanied by live Twitter updates from the cast and producers, answering fan questions as well as providing commentary and behind-the-scenes details. In a week when most prime time shows are debuting with the hopes of attracting an audience, “Glee” seems to have already found its niche. On the ratings front, the episode pulled in 7.3 million viewers and was tops in the 18-49 demographics.

It’s easy to see how social-media activity could eventually be used to prove consumers’ engagement with a show, and thus make it more valuable to advertisers. Twitter stream may not be suitable for all genres and programs, and certainly isn’t appropriate for first-run episodes. While Fox found that people watching the third showing of “Glee” enjoyed the Twitter feed immensely, viewers of the “Fringe” repeat were not as enthusiastic (fig. 1).

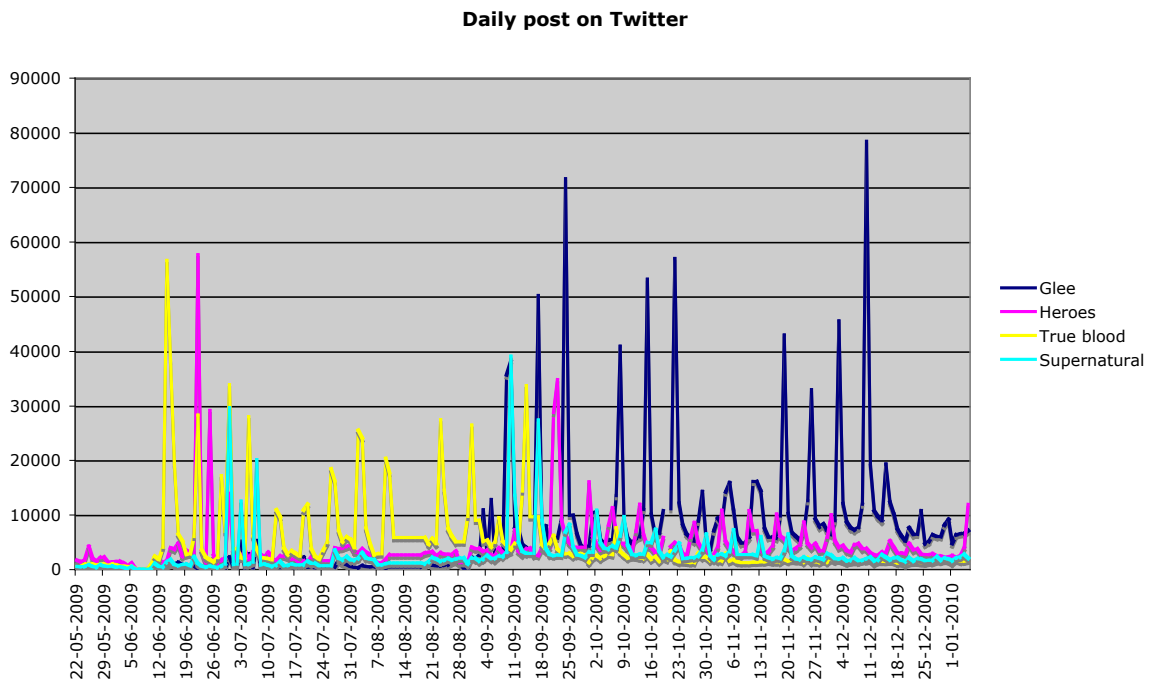


Figure 1: Twitter, Fringe vs Glee

We’ve pointed out how Fox worked with social networks deepening engagements with characters from the show over the summer, but also blurring the line between reality and fiction.

PREVIOUSLY ON

For example, the “sensitive jock” Finn has not a Twitter account, but the actor Cory Monteith does. During summer 2009, more than 10,000 followers read about the summer’s “Glee” tour through his regular updates. Additionally, a Glee fan, Manny Garcia, posted a self-made mashup of Cyndi Lauper’s ‘True Colors’ and the ‘Wicked’ tune ‘Defying Gravity’ to YouTube. Garcia introduces his performance by noting his love for ‘Glee’. Monteith tweeted a link to Garcia’s video and accompanied it with a simple one-word vote of confidence: ‘Props!’ Monteith’s nearly 75,000 followers responded by flooding Garcia’s YouTube page with positive comments and by retweeting Monteith’s message all over Twitter. Moreover, the group “We Want Manny Garcia On GLEE!” was opened on Facebook. Glee inspired a new viral video star. Giving the online audience a regular supply of new rawhides to chew on, Ryan Murphy and Fox were able to earn their loyalty and turn them from casual or even devoted fans into surrogate marketing agents. The bloggers who write about TV series in general or this one in particular were the ones selling the TV series, broadcasting the new material that was given to them all over the Internet.

Glee to mobile

As we’ve reported, Fox tried to spread the Glee way over the television screen and the PC screen too. Since Glee has a huge teen and 18-34 demographics, Fox use mobile platform to promote this comedy Glee during the fall hiatus. Fans can call through the free service SayNow and listen to messages from the stars of the show, leave messages for the actors to hear, listen to voice messages from other fans and maybe get a call back from one of the actors. Consumers can opt-in to receive text alerts when new messages are available. In the first 3 weeks more than 5,000 fans have listened to the messages from Glee cast members and more than 4,000 have been unique callers. When consumers call the Glee SayNow number they are presented with a promotional message urging them to continue watching the television program.

Fox also developed in partnership with Smule (a developer of interactive sonic applications) an application for iPad and iPhone named “Glee” (see <http://glee.smule.com/>). The application lets you sing along karaoke-style to original performances from the TV series, whose lyrics displayed on-screen as the app records you. Smule auto-corrects the pitch and automatically adds multipart harmonies. Users can share recordings with friends (via Facebook, Twitter, or e-mail), or collaborate with friends and strangers alike. This became one of the most downloaded applications for i-phone and simultaneously contributed to greatly expand the TV series text. Moreover, since the show is tapping into the cultural phenomenon that anybody can be a star overnight on MySpace or YouTube, the development of this application was the natural consequence of a previous strategy elaborated by Fox for increasing fan participation in the construction of the collateral universe of the TV series. Since the beginning fans post their own live or lip-synched video renditions of the show’s repertory on MySpace and YouTube.

Glee beyond the screens

Content can be delivered as an augmented product (Kotler, 2004) through different platforms (television channels and internet) and generate a merchandising business, as well: books,

DVD, or gadgets. Indeed, the main characteristic of Glee business model is to exploit collateral products. Brand extension has revealed to be the key element to reach profitability even before the traditional five year span. The series incorporates music: Fox and Sony/Columbia Records share in the revenue and the Studio puts the money back into the cost of producing the show.

If traditionally TV networks, such as CW, use new songs in its shows, and often drive viewers online to buy music and in exchange TV network often get a reduced fee for use of the songs, Glee takes it to the next level. Thanks to the use of multiple songs in each Glee episode, producers and Columbia Records are able to release those tunes strategically to goose interest in each episode and to keep fans interested in the days between airings of new programs. In 2009, the Glee cast had 25 singles chart on the Billboard Hot 100, the most by any artist since The Beatles had 31 songs in the chart in 1964. In total, Glee has placed 95 songs on the Hot 100 weekly chart, second only to the 108 entries of Elvis Presley, though fewer than half have charted for more than one week (Trust, 2009, 2010). Up to now Columbia has released 4 music albums collecting songs from Glee and 2 special albums specifically produced for the music market.

Besides all that a line of Glee-related merchandise, some official Glee-related books, developed in collaboration with the show's producers and writers, have been released. Little, Brown Books for Young Readers and Twentieth Century Fox struck the deal to publish this series of official Glee-related books. The first novel is called "Glee: The Beginning". In the perspective of our analysis is interesting to highlight the trans-medial autobiography of Sue Sylvester, the head coach of the cheerleading squad "Cheerios", the glee club's "arch-nemesis".

Going one step further was the launching of a national open casting campaign for new characters to appear on the series through MySpace. A synergistic masterstroke since both Fox and MySpace are part of the same media conglomerate, News Corporation. Would-be Gleeks between the ages of 16 and 26 can submit their audition video either by uploading their own pre-recorded video or choosing from a selection of MySpace Karaoke *Glee* hits on the Glee Auditions Official MySpace Profile. In this case the TV series is not only going beyond the screen but it is incorporating inside itself what's outside the screen. The line between who's watching and who's been watched is getting thinner and thinner.

Conclusions and discussion

In the last decade television executives has understood that in marketing activities authentic enthusiasm would be more effective and they sustain superfans to hype things they adored. These fans are already proactively searching for information about the TV show they loved; therefore TV producers can exploit this behaviour.

These new forms of audience participation are seen as valuable to advertisers and media companies, renegotiating the social contract between media producers and consumers in a way which may be seen as legitimate and mutually rewarding to all involved (Austin *et al.*, 2006). This shift should be explained by the specific motives and different judgments about value of consumers. Consumers act in the so-called gift economy, in opposition to the commodity culture

of companies. They operate in a social order which centers on the giving and accepting of gifts and they place less emphasis on economic motives. Brand (1995) evoked the idea of a gift economy to explain how companies create valued relations to their customers within this new cultural context: for any company to succeed online they need to join the gift economy that defines online relations and it means often giving away content.

This new approach adopted by media companies could be seen as necessary according to the Business Idea conceptual model elaborated by Normann (1977). To be successful media companies need coherence between the fundamental factors—the Clients System, the Product System and the Company Organizational System—, consequently, the changes in accessory and distribution aspects are in response on one side to customers' desires and needs, on the other to the development of new technologies and the dispersal, fragmentation of content.

The case of Glee enlightens how Fox has profited from the existence of fan practices and multiple distribution platforms. On one side, Fox pushed audience engagement with the core program through multiple platforms, devices and business models, through repackaged/reorganized program content and through additional content developed to extend television text. On the other side, Fox encouraged practices of acquisition and ownership by the viewer such as production of show-related objects, participation in themed, experiential, productive, and challenge-oriented activities. In this sense we can say that Glee was true to the first statement of his own creator, Ryan Murphy: "I think they are all wanting to **break out of the box**: What is network television? What can it be? Every once in a while, something comes along that's just different. Sometimes it works, sometimes it doesn't. But it's great to attempt it" (Adallan, 2009).

Indeed Glee represents a new and emerging revenue model for broadcasting television based on the engagement with the core program content through the program's narrative construction, through multiple platforms, devices and business models, through repackaged/reorganized program content and through additional content developed to extend television text. On a second note, Glee was built in order to push natural practices of acquisition and ownership by the viewer which can develop in the production of show-related objects, the participation in themed, experiential, productive, and challenge-oriented activities, the use of the television text as the basis or pretence for interaction with other viewers, the show's creative professionals, or the narrative characters and the direct interaction between the viewer-participant and the television program.

The case of Glee then is enlightening firstly because it demonstrates that consumers around the world are, in fact, excited to share common experiences and secondly because it suggests that blockbuster success could be set up via long tail actions, or previous events over time.

Works cited

- 'The guidelines: A torrent indeed', *The Guardian* (5 September 2009), p. 5, Available: <http://www.guardian.co.uk/culture/2009/sep/05/downloaded-us-tv-shows-2009> [9 Dec 2010].
- "Hit TV shows finally come to the web in Canada", *Reportr.net* (28 August 2008), Available:

- <http://www.reportr.net/2008/08/28/hit-tv-shows-finally-come-to-the-web-in-canada/> [9 Dec 2010]
- “TV Viewing’s Shift to the Web”, *Tecnoedge* (12 April 2010), Available: <http://www.tecnoedge.com/2010/04/12/tv-viewing%E2%80%99s-shift-to-the-web-stats/> [9 Dec 2010].
- Adallan, J. (2009) ‘Glee pilot doubles as marketing trial’, *TvWeek*, 29 April, Available: http://www.tvweek.com/news/2009/04/glee_pilot_doubles_as_marketin.php[9 Dec 2010]
- Austin, A., Jenkins, H., Green, J., Askwith, I. and Ford, S. (2006) ‘Turning Pirates into Loyalists: The Moral Economy and an Alternative Response to File Sharing’. Report Prepared for the Members of the MIT Convergence Culture Consortium, Cambridge.
- Brand, S. (1995) “High Stakes in Cyberspace,” *Frontline*, June 15, Available: <http://www.pbs.org/wgbh/pages/frontline/cyberspace/brand.html> [9Dec 2010]
- Calvo, D. (2001) ‘Fake Fans, Fake Buzz, Real Bucks’, *Los Angeles Times*, 20 March, Available: http://www.latimes.com/news/state/updates/lat_buzz010320.htm [14 feb 2010].
- Colapinto, C (2010) ‘Moving to a multichannel and multiplatform company in the emerging and digital Media eco-system: the case of Mediaset Group’, *International Journal on Media Management*, vol. 12(2), pp. 59-75.
- Ellis, R. (2007a) ‘Studio Source: ‘I Helped Upload TV Pilot’’, *AllYourTV.com*, 3 August, Available: <http://allyourtv.com/0708season/news/august/08032007ihelpedupload.html>. [14 Feb 2010].
- Ellis, R. (2007b) ‘Fall TV pilots leaked online... again’, *AllYourTV.com*, 26 July, Available: www.allyourtv.com/0708season/falltvpilotsonline.html [14 Feb 2010].
- Godin, S. (2000) *Unleashing the ideavirus*, Do You Zoom [electronic], 17 August, Available: http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/files/2000Ideavirus.pdf [9 Dec 2010].
- Grover R., (2009) ‘Glee: Fox new comedy hit?’, *Bloomberg BusinessWeek*, 19 August, Available: http://www.businessweek.com/bwdaily/dnflash/content/aug2009/db20090819_399579.htm [9 Dec 2010]
- Harmetz, A. (2000) ‘They’re rumors, not predications’, *Los Angeles Times*, 29 October, Available: <http://articles.latimes.com/2000/oct/29/entertainment/ca-43736> [9 Dec 2010]
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, New York: New York University Press.
- Johnson, K. (2010) ‘The Future of Video Content Convergence Consumer engagement opportunities in multi-platform video and over-the-top TV’, *Business Insights*.
- Klatell, D. (2001) “Digital video and International News”, *Pew conference Report*, 4-5 may 2001, New York
- Kotler, P. (2004) *Marketing Management*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Küng, L. (2008) *Strategic Management in the Media*, London: Sage.
- Leung, J. (2009), Sufei’s Diary season two searches for brand placements, [Online], Available: <http://www.campaignasia.com/Article/208945,sufeis-diary-season-two-searches-for-brand-placements.aspx> [26 June 2010].
- Marya, R. (2010), “Why Much of Your Favorite TV Content Still Isn’t Online”, [Online], Available: <http://mashable.com/2010/05/07/tv-to-web/> [7 May 2010].

- Meng, B. (2010) 'Moving Beyond Democratization: A Thought Piece on the China Internet Research Agenda', *International Journal of Communication*, vol. 4, pp. 501-508.
- Mindlin, A. (2009) 'Hit TV Shows Have Most-Skipped Ads', *The New York Times*, 27 September, Available: <http://www.nytimes.com/2009/09/28/business/media/28drill.html> [9 Dec 2010].
- The Nielsen company (2009) 'A2/M2 Three Screen Report. 1st Quarter 2009', *Nielsen.com*, Available: http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/05/nielsen_threescreen_report_q109.pdf [9 Dec 2010].
- Normann, R. (1977) *Management for growth*, New York: John Wiley & Sons.
- Pomerantz, D. (2009) 'The Web Auteur', *Forbes.com*, 8 June, Available: <http://www.forbes.com/2009/08/06/online-video-innovation-technology-e-gang-09-whedon.html> [9 Dec 2010].
- Sasso, M. & Absalom, R. (2010) 'The future of TV: The evolving broadcast and on demand landscape', Business Insights.
- Trust, G. (2009) "Best Of 2009: By-The-Numbers", 29 December, *Billboard*, Available: <http://www.billboard.com/#/news/best-of-2009-by-the-numbers-1004055720> [2 Jan 2010].
- Trust, G (2010) "Weekly Chart Notes: Rihanna, Gwyneth Paltrow, the Beatles", 24 November, *Billboard*, Available: <http://www.billboard.com/#/column/chartbeat/weekly-chart-notes-rihanna-gwyneth-paltrow-1004130545> [26 Nov 2010].
- Wilcox, R. (2009) 'Breaking the Ninth Wall' with Dr. Horrible's Sing-Along Blog: Internet Creation, *Critical Studies in Television*, January, Available: <http://www.criticalstudiesintelevision.com/index.php?siid=8962> [1 Nov 2010].

“Be Sleek, Be Stylish, Be Yourself”: Identity, Interactivity and *Mad Men*

Helen Warner

Despite being set in 1960s Manhattan, AMC’s prime time drama, *Mad Men*, has clearly enjoyed a significant cultural resonance with contemporary audiences across the globe. The show has gained a substantial online following, consisting of loyal viewers (known as “Maddicts”) who scrutinize mise-en-scene, analyse characters’ behaviour, and predict future narrative outcomes on fan forums, social networking sites and blogs. In July 2009, in anticipation for the season three premiere of *Mad Men*, AMC launched an interactive application, titled “Mad Men Yourself” on its official website which invited viewers to create their own avatar inspired by the iconic look of the show. The guidance given to participants before they embark on this process is “Be Sleek, Be Stylish, *Be Yourself*” [my emphasis].

In order to “Mad Men Yourself”, participants are required to choose a gender, skin colour, body type, face shape, hair style, eye shape, eyebrow shape, nose shape, outfit, accessories, and location in which to situate the avatar. In so doing, the application makes a series of assumptions about the way in which identity, in the contemporary period should be expressed through style. For example, the entire process suggests that identity is constructed primarily through image maintenance and thus to be “yourself” requires individuals to construct an identity based on, and expressed through, hairstyle and dress. Moreover, the limited amount of options available to the participant in terms of dress, accessories and location (there is only a choice of five outfits in total and six locations in which you can situate your avatar) suggests that there are only a finite set of identities to choose from. While the participant is able to create the avatar, s/he is not able to create the options available to them – these are created for the individual by an external influence. Finally, it is important to note that the process of choosing from a finite selection of identities requires the participant to create an identity this is informed by, and defines itself by what it is not. These principle features of identity construction within the “Mad Men Yourself” application are explored in the following discussion of *Mad Men* and its intertexts.

The aims of this article are twofold. First, I examine the ways in which discourses of identity construction and performance are articulated within *Mad Men* and its extra-textual material and argue that both the show and its online interactive applications provide viewers with the symbolic resources to consider, make and remake identity in the contemporary era. In particular, I focus on the construction and mediation of feminine identities as represented within the show and its intertexts. In so doing, I seek to contribute to the body of work which examines the relationship between identity and the media industries for it has been claimed that there remains a dearth of work which involves the ‘systematic and sustained examination of...actual texts and practices of media culture’ (Kellner, 1995: 234). Thus, I endeavour to intervene in this area by providing a discursive analysis of *Mad Men* and its extra-textual material. Second, I seek to demonstrate that this reading of *Mad Men* (and its extra-textual applications) supports a body of work which claims

that it is problematic to assume that the modern and postmodern era are easily distinguished periods. Rather, the contemporary cultural resonance clearly enjoyed by *Mad Men* – a show which is lauded by critics for its “authentic handling of time and place” (Hogan, 2009) says something of the similarities between both periods, particularly, as this article argues with regard to discourses of identity.

First, however it is important to note that there is some dispute within the cultural studies about precisely when society entered the postmodern age, and if as the term suggests, this resulted in a break or “rupture” from the modern era. While some theorists contend that it is problematic to periodise modernity and postmodernity as distinct historical epochs, the 1960s is continually cited as a significant period in which cultural changes in architecture, art, cinema, gender and identity politics were symptomatic of the so-called postmodern turn. With this in mind, *Mad Men*, a contemporary television show set in the early 1960s becomes a useful lens through which to examine discourses of identity in modernity and postmodernity precisely because it depicts a time, which Gary Edgerton has described as “the calm before the cultural storm” (Edgerton, 2009). That is, a period in which these cultural shifts are beginning to take place. Thus the following offers, albeit in broad strokes, some of the key academic discourses and debates surrounding identity in premodern, modern and postmodern society.

It is often claimed that identity in premodern society was completely fixed and stable. According to Kellner, identity was:

a function of predefined social roles and a traditional system of myths which provided orientation and religious sanction to define one’s place in the world...[i]n premodern societies identity was unproblematical and not subject to reflection or discussion... One was a hunter and a member of the tribe and gained one’s identity through these roles and functions (Kellner, 1995: 231).

Hence, identity was largely defined in relation to the work an individual was assigned in a particular community. Subsequently, it has been argued that in modern society identity was also relatively stable, and formed in relation to a series of persistent power structures; these include social phenomena such as race, class and gender. In so-called postmodern society, the “subject has disintegrated into a flux of euphoric intensities, fragmented...disconnected... and no longer possesses the depth, substantiality and coherence that was the ideal and occasional achievement of the modern self” (Kellner, 1992: 144). Moreover, the postmodern self is thought to be largely constructed and maintained through consumption practices, thus image and style have become extremely important. In his study of “Lifestyle and Consumer Culture”, Mike Featherstone suggests that “we are moving towards a society without fixed status groups” (Featherstone, 2007: 81). Thus, the postmodern model of selfhood suggests that traditional power structures (gender, race and class) no longer shape identity. To be sure, while shifts in social, political and cultural circumstances - which are thought to structure the boundaries of identity - have occurred, some sociology scholars have taken issue with the concept of a postmodern identity as demonstrably different from the modern self.

In his canonical book, *The Presentation of Self in Everyday Life*, Erving Goffman (1959)

suggests that identity relies upon elements of performance which correspond to specific social situations and thus has never been entirely fixed. In addition, Antony Giddens argues that in modern society, the “self is not a passive entity, determined by external forces” (Giddens, 1991: 2) but rather identity construction required, and continues to require individuals to engage in self reflexivity. Similarly, as Kellner has observed, identity in the modern era was also defined by its increasing flexibility. He writes “one could choose, make - and then remake - one’s identity as one’s life-possibilities change and expand or contract” (Kellner, 1995: 231). Equally, he suggests that identity in the modern era was, to some extent, defined by the market insofar as identity can be created/affirmed through consumption practices.

In addition, I would also argue that it is important to note that for women, identity has historically been associated with consumption, rather than productive labour. As Joanne Hollows observes “[t]he sphere of production – which is seen as the site of human identity and useful labour- is... identified as masculine and privileged over the sphere of consumption [which is identified as “feminine”]” (Hollows, 2000: 114). Despite, political and sociological changes, feminist critics argue that contemporary culture also naturalizes “a model of feminine identity and female power inseparable from consumption” (Roberts, 2007: 232). Thus, as Kellner observes, “[a]t stake is whether identity is fundamentally different in so-called postmodernity and whether a distinction between modernity and postmodernity, and modern and postmodern identities can be sustained” (Kellner, 1995: 233). That said, the common assumption within the literature outlined above is that the consumption practices of individuals are directly related to the construction of identity.

Indeed, it has been argued that, in particular, the consumption of goods offered by the media industries is central to the development of contemporary identity. With this in mind, television becomes an especially important and powerful tool in contemporary identity construction. As Brian L. Ott argues in his analysis of *The Simpsons*, “television furnishes consumers with explicit identity models, models not of who to be but *how* to be” (Ott, 2003: 58), by offering specific subject positions which viewers can adopt. It has long been argued that television fiction can serve a pedagogical function insofar as it allows audiences access to certain scenarios which may have a resonance in their own lives and offer them an insight into potential outcomes. Indeed, women have long since been encouraged to read popular culture as instructional; offering guidance on how to perform appropriate femininity. For example, in her study, *Women and Soap Opera*, Christine Geraghty argues that there is “pleasure for the female viewer in rehearsing the decision making process without the responsibility for its consequences” (Geraghty, 1991: 42). Similarly, Buckley and Ott argue that television narratives “and their characters are a way of rehearsing prominent cultural themes and anxieties as a way of coming to terms with them and working through them” (Buckley & Ott, 2008: 210). I adopt this perspective in the following reading of *Mad Men* insofar as I demonstrate the show’s potential to educate viewers in the practice of identity construction. That said, I also seek to stress how *Mad Men* performs an ideological critique of identity in both the modern and postmodern moment insofar as it suggests that traditionally identity is bound up with performance and also it suggests that power structures such as gender, class and race continue to be persistent forces in the formation of self identity.

With this in mind, the first major section demonstrates how the narrative works through some of these concerns before focussing specifically on the characters' performance of gendered identities. In the final section, I offer a context for this reading of the text by examining the ways in which the interactive applications, and the show's online presence, affords audiences an additional forum in which to "test", construct online identities which are directly connected to those offered within the text.

"A Man is Whatever Room He is in": Approaching Identity in *Mad Men*

Set in Manhattan in the early 1960s, *Mad Men* depicts the lives of the employees of the successful advertising agency, Sterling Cooper. The show is therefore preoccupied with the supposed shift toward an "image obsessed" culture and situates its melodramatic storylines against the backdrop of 1960s political and cultural events. It is important to note here that *Mad Men's* (re)presentation of important historical events is less concerned with documenting history, than it is foregrounding the social implications. Moreover, its depiction of the early 1960s is informed by the contemporary climate in which it is created and as such, the show fosters a proximity between the two periods. The historical events portrayed and the social issues and concerns raised within the show are (re)constructed in such a way as to engage with anxieties that preoccupy the contemporary cultural moment; in so doing the show provides audiences with a point of reference. This is perhaps most apparent in its construction of significant political events, for example, the portrayal of JFK's inauguration engaged with the similar notions of political unrest present during the 2008 presidential election. Given that socio-political, cultural and economic factors are thought to structure the boundaries of identity (as suggested above), the emphasis given to particular cultural events surely has implications, not only for the way in which models of identity are constructed within the show, but also for the ways in which viewers are invited to respond to them. This is perhaps best exemplified in season one, episode 12, titled "Kennedy v Nixon".

Discourses of identity and identity construction are central to the first season's major storyline within which it is revealed that the lead character, Don Draper (John Hamm), an advertising executive at Sterling Cooper, adopted the name and identity of a soldier killed in the Korean war. The build up to this reveal is slow and steady - it is not until the "Kennedy vs. Nixon" episode that this information is fully disclosed. As the title suggests, this episode situates its narrative against the backdrop of the 1960 presidential election. Parallels are then drawn between this political reference point and the episodes central narrative which depicts a power struggle between Draper and Pete Campbell (a young upstart at Sterling Cooper played by [Vincent Kartheiser](#)). Having discovered photographic evidence that Don Draper is not who he has previously claimed to be, Pete attempts to blackmail Don.

In a previous episode ("The Long Weekend" – season one, episode 10), Don compares himself to "self-made" man Nixon – he claims, "Kennedy, I see a silver spoon, Nixon, I see myself -

thus the comparisons between Draper and Campbell and Kennedy and Nixon are accentuated. Indeed, in the “Kennedy v Nixon” episode discourses of class and identity are central; Don, whose professional and financial success was achieved through hard work, is contrasted with Pete, whose privileged circumstances have offered him a wealth of opportunities. This, of course, mirrors the public personas of Kennedy and Nixon, who each represented different masculine identities which were informed by class.

Pete represents *nouvelle riche*. He is a member of the elite Dykeman family who, prior to the market crash in 1929 owned the majority of properties in Manhattan. Resultantly, Pete is primarily concerned with the acquisition of wealth and the performance of status. This is, to some extent, articulated through dress. Pete’s signature royal blue suit denotes youth and modernity and is starkly contrasted to Don’s wardrobe’s darker, more conservative colour palette. Don’s grey tailored suit is also the primary device used to communicate his current social status as a respected and affluent advertising executive. However, in contrast to Pete, Don’s suit signifies his maturity and experience. The oppositions set up between Pete and Don can be read as a comment upon the increasing fears over style (and the inherent depthlessness the term inescapably brings) and identity. Pete represents ‘style over substance’ insofar as he performs status without actually possessing economic or cultural capital (Bourdieu, 1984). Thus, his identity is unstable and speaks to contemporary concerns that postmodern identity is an entirely artificial (and unstable) construct.

On the surface, Don represents modernist principles of identity construction. He uses style to convey his affluent status but his socio-economic background informs his “core” identity which is in some ways more fixed and authentic than Pete’s. As previously mentioned, Don Draper adopted the name of soldier killed in the Korean War. Prior to this, Draper was known as Dick Whitman, the bastard son of a prostitute who died in childbirth. Using a series of non linear flashback scenes, the narrative reveals that Dick comes from a decidedly lower-working class background. This is also mostly conveyed through dress. In flashback sequences Dick as a child appears in tattered, stained, practical clothing, undertaking manual labour on his family’s small farmland. While these scenes drive the narrative forward they also can be understood as making a comment about notions of identity as they evolve through time. The rural setting of Dick Whitman’s childhood has the aesthetic of the pre-industrial era – a time within which it is often supposed that identities were constructed in relation to production rather than consumption and were thereby fixed and unchanging.

While identity in the premodern and modern era is often perceived as more “authentic” and “natural” than more contemporary models, within *Mad Men* this understanding is complicated by the fact that the image of Don Draper introduced to the audience in the pilot episode is a self constructed illusion. Indeed, creator of the show Matt Weiner explicitly commented on the dual nature of Draper’s character in a radio interview; he claims “Don is one thing on the inside and another thing on the outside” (KCRW). The “Kennedy v Nixon” episode then provides a commentary on the problems associated with identity in these terms and offers guidance on

how best to understand the concept of identity in modern (and postmodern) society. When it is revealed to Don's boss that he is living under an assumed identity, Bert Cooper responds by saying "The Japanese have a saying. A man is whatever room he is in." In other words, Don's model of identity is only defined by its opposition to Pete's. Therefore, the show seems to present a view of identity as that which can only be defined by what it is not; in other words, "identity must be defined not by its content, but always by its relation to, and differentiation from, other [identities]" (Morley & Robins, 1989: 10).

Mad Women: Performing Femininity in *Mad Men*

As demonstrated in the discussion of Pete and Don above, characters' identities in *Mad Men* are articulated via a series of oppositions. This is nowhere more explicit than in its depiction of female characters. The following section will therefore examine the ways in which three main female characters, Betty Draper (January Jones), Peggy Olsen (Elisabeth Moss) and Joan Harris nee Holloway (Christina Hendricks), embody oppositional feminine identities which can only be fully grasped when read in conjunction with one another. In so doing, the show provides cultural critique of the sexual politics of the early 1960s and the resultant constraints imposed upon female identity.

As previously discussed, the period in which *Mad Men* is set is best conceptualised as the "calm before the cultural storm". To be sure, the show endeavours to present an image of the early 1960s as a period of when conservative ideological values, most commonly associated with the 1950s have an extremely strong hold. Thus each of female characters serve to represent feminine identities which are emblematic of what is often remarked upon by feminist critics as an "all time low in feminist history" (Partington, 1995: 212). Perhaps most symptomatic of the time is Betty Draper, Don's (now estranged) wife. Betty embodies the disconsolate housewife. For the first three seasons of *Mad Men* (which span 1960-1963), Betty personifies Friedan's vision of a college-educated (Betty has a degree in Anthropology) suburban wife and mother.

Betty's costuming reflects the particular feminine identity she performs. She often appears in full skirted dresses inspired by Christian Dior's "New Look" design popularised in the late forties. The "New Look" famously drew inspiration from Victorian dress and was consequently associated with sexual and female oppression. Dior's New Look was held accountable by some feminist critics for contributing to the continued oppression and objectification of women by men in the post war period. As Valerie Steele notes; "critics have interpreted Dior's New Look as a sartorial expression of the feminine mystique: elegance as bondage" (Steele, 1997: 235). This perception of female dress as "bondage" is echoed in Janie Bryant's (costume designer for *Mad Men*) musings on Betty's character. She claims:

As I thought about Betty Draper, "perfectionist" came to mind, and I built a polished wardrobe of printed silks, petticoats and shirtwaist dresses around her need to always look feminine and flawless. Betty often wears white because in my opinion she's striving to be the perpetual bride.

(Bryant, 2010: 3)

Thus appearance is central to Betty's performance of feminine identity and it is important to note that this not limited to her physical appearance. In addition, the domestic setting is central to the characterisation of Betty, and most notably sets her apart from the other female characters discussed here.

Onscreen representations of the 1950s housewife have largely been "contained within the domestic space of the home" (Haralovich, 2003: 72). Indeed, Betty's spatial containment not only signifies her difference from Peggy and Joan, but also serves to reinforce her difference from Don who is permitted access to the public sphere. Betty's discontent with the domestic 1960s lifestyle is conveyed early on in season one. In the "Ladies Room" (season one, episode two), Betty loses sensation in her hands and it is suggested that she is suffering from conversion disorder (a psychological condition which involves the physical manifestation of psychological problems such as depression and anxiety). In this particular episode the power relations between Betty and Don are explored when he initially refuses to let her visit a psychiatrist. He suggests that Betty has no reason to be unhappy as he has provided her with all the consumer goods she could possible desire -thereby suggesting that the embodiment of "appropriate" domestic femininity is bound up with consumption practices.

Questions of gender and power in *Mad Men* are also played out within the workplace as both Joan and Peggy are employees at Sterling Cooper. In the first two seasons, Joan occupies the role of office manager. Single, and in her late twenties/early thirties, Joan marks a departure from Betty. Thus, if Betty is defined by her status as wife and mother, Joan is defined by her sexuality. In the first series she maintains a relationship with a married man (Roger Sterling played by John Slattery, the co-owner of Sterling Cooper) and it is also suggested that she was involved in a romantic relationship with Paul Kinsey (Michael Gladis). As with Betty, Joan's costume serves to draw attention to her feminine figure. Her flame-red hair and bold colour dresses suggest that Joan is designed "to-be-looked-at" (Mulvey, 1989) by her male counterparts, however it is also suggested that she commands her sexuality. It is no surprise then, that the show draws comparisons between Joan and Marilyn Monroe. This is most apparent in the episode "Maidenform" (season two, episode six). In the episode, Sterling Cooper are tasked with creating an advertising campaign for Playtex underwear. The concept for the Playtex campaign, which specifically addresses women, employs a now familiar rhetoric that women can perform a dual identity which can be both "sexual" and "innocent". Sterling Cooper design a layout for the print advertisement which depicts two images of the same model. On the left hand side she appears in dark underwear with a brunette wig styled to deliberately replicate Jackie Onassis' bouffant. On the right hand side, the model wears the same underwear set, this time in white, and has a blonde wig resembling Marilyn Monroe's hairstyle. The tagline for the advertisement reads "Nothing fits both sides of a woman better than Playtex".

In light of the campaign, the men in the office come to the conclusion that women are either a Jackie or a Marilyn. Joan, it is unanimously agreed, is a Marilyn. This comparison does not

only refer to her physical similarities but also her sexual disposition and her discontent with her position as a single working woman. In the “sixth Month Leave” (season two, episode nine), Joan is distressed when she learns of Monroe’s sudden death and it is suggested that her distress stems from a concern that, as a consequence of her lifestyle, she will find herself in a similar position to Monroe. As such, both Betty and Joan secretly desire alternative lifestyles, yet they are, to a certain extent, constrained by feminine identities assigned to them (by their male counterparts). Moreover, it is important to remember that the different incarnations of femininity adopted by Joan and Betty are equally informed by class. Betty performs an upper middle class version of domestic femininity which is not available to Joan as a working (class) woman. The Jackie/Marilyn comparisons are also imbricated with discourses of class insofar as First Lady Jackie Kennedy represents elegance and upper-class respectability and Marilyn Monroe was characterised by her sexual availability and working class background. Thus, when the male employees seek to categorise the women in the office in terms of their physicality and sexuality, equally they make an assumption about social class.

While it is suggested that women are afforded limited choices in terms of identity construction (Jackie or Marilyn), the male employees suggest that Peggy Olsen does not satisfactorily fit with these narrow archetypes. When discussing the female workers, the male employees of Sterling Cooper claim that Peggy “is not a Jackie or a Marilyn she’s a Gertrude Stein” (an American intellectual, most famous for her writing, art collection and romantic relationship with Alice B Toklas). In so doing, the show highlights a series of anxieties surrounding physical attractiveness, women and the workplace which continue to pervade contemporary culture. For example, in this episode it becomes clear precisely how Peggy’s promotion from Don’s secretary to junior copy writer has engendered a shift in how she is perceived by male employees. While in the “Ladies Room” episode it is revealed that the male workers have a sweep on who can sleep with her first, the comparison to Stein suggests that, in light of her professional success and intellect, she is no longer desired by her male counterparts.

Peggy’s decision to find lucrative and creative labour anticipates Friedan’s assertion that the solution to the American housewife’s discontent was to enter the public (masculine) sphere and find employment. While of course, Joan engages in paid employment outside of the home, her job is coded as suitably “feminine”. Moreover, Joan’s attempts to seek promotion as a script reader are rebuffed. While Peggy is successful in her attempt to secure creative labour, rather than wholeheartedly celebrating this decision, the show highlights the difficulties faced by working women. In so doing, the show adopts a somewhat postfeminist perspective on such issues. As Diane Negra notes postfeminist cinematic depictions of working women provide cautionary tales, insofar as they suggest that women “need to scale back their professionalism, lest they lose their femininity” (Negra, 2004). As demonstrated above, Peggy’s decision to enter the masculine field of employment affects her desirability. Thus, while Peggy negotiates a position in opposition to both Joan and Betty insofar as she is not constrained by the home, nor does she is she constrained by the workplace, she is nevertheless constrained by the boundaries of acceptable femininity. As such, Peggy’s performance of femininity is paradoxically informed by a more postfeminist

logic (in a pre-second wave feminist era). Thus, the show's presentation of feminine identity in the 1960s resonates with contemporary concerns pertaining to the performance of appropriate femininity in the contemporary (postfeminist) era.

Are you a suit or a skirt?: Issues of Online Gendered Identity Performance

"Are you a suit or a skirt?" is the first question asked of participants who enter the "Mad Men Yourself" process. It is, of course, a question related to gender and speaks to the rigid guidelines offered by the period regarding dress and gender performance. Another fundamental decision the participant is required to make is where the avatar will be situated. The locations include; dinner with Don, the Sterling Cooper offices, a bedroom and a kitchen. As the above section demonstrates, the depiction of gendered identities within the show is bound up with dress and place and it appears that the interactive applications, designed to allow viewers the opportunity to play with their online identity are subject to the same constraints. It is important to note here, that this did not deter viewers from engaging in the "Mad Men Yourself" process. According to Ian Schafar (CEO of Deep Focus, the marketing company responsible for the campaign), within the first week of its launch, the "Mad Men Yourself" campaign had 36 million views and an average of 38 avatars were created every minute. Thus, this section examines the phenomenal online culture surrounding *Mad Men* and suggests that it provides the symbolic resources for viewers to make, remake and enact the models of identity offered within the show.

The "Mad Men Yourself" application encourages participants to consider the way in which style can express facets of their identity. This requires participants to reflect upon their own situation and how best to express it using the limited tools provided. In so doing, participants are encouraged to become self-monitoring subjects. In "Postfeminism and Popular Culture: Bridget Jones and the New Gender Regime", Angela McRobbie suggests that processes of self surveillance contribute to the construction of female identity in a postmodern (or late modern) society. She writes:

Young women are...disembedded from communities where gender roles were fixed. And, as the old structures of social class fade away and lose their grip in the context of "late" or second modernity, individuals are increasingly called upon to invent their own structures. They must do this internally and individualistically, so that self-monitoring practices...replace reliance on set ways and structured pathways. (McRobbie, 2007: 35)

Indeed, I wish to suggest that a similar process is at work within the "Mad Men Yourself" application and other extra-textual material. For example, the "Which Mad Men Character Are You" quiz requires the participant to consider their own behaviour, style, and morality and thereby encourages a form of self-monitoring (questions include: "You find a piece of incriminating evidence about a co-worker what do you do?" and "It's time to get dressed for work. What kind of outfit do you choose?"). Moreover, the quiz is multiple choice (i.e. participants are required to choose from a finite list of answers) and in so doing determines a set of specific standards which participants should conform to.

While the “Which Mad Men Character Are You?” application does not address a particular gendered audience, there are a number of unofficial online applications which encourage the governance of specific gendered identities. For example, one unofficial blog invites readers to take the “Are you a Peggy, a Betty or a Joan?” quiz. The kinds of questions posed relate to specifically “feminine” issues including style and romance (e.g. “What do you think of men? What’s sexy about you? What’s your take on marriage? If you had to guess, most people would probably find you...”). Thus, participants are encouraged to consider not only how they view themselves but also how they think they are viewed by others. Furthermore, this quiz is also multiple choice thereby offering a finite amount of choices. Indeed, the title of the quiz suggests that there are only three feminine identities available to women – Betty (“housewife”), Peggy (“career girl”), Joan (“sex kitten”). Moreover, while these three versions of feminine identity are presented within the show as a product of their cultural history, the personality quiz encourages a proximity between 1960 and contemporary models of feminine identity. Indeed, it is arguable then that these personality quizzes contribute to the policing of contemporary femininity insofar as they encourage self-surveillance. The current preoccupation with policing femininity, as Janet McCabe notes, can be read as a response to “the dilemmas of contemporary femininity”, which inform the current “obsess[ion] with “defining” identities (McCabe, 2006: 79). This, of course, speaks to those postmodern anxieties regarding the instability of identity in the contemporary era.

While the applications discussed above offer a very narrow view of gendered identity, viewers are invited to debate the complexities of identity drawn within the *Mad Men* narrative in other online forums. On the AMC’s official website, numerous blogs and forum threads offer participants the space to engage with and explore their identity in relation to those models offered by the show. A recent example is a discussion which began in the forum and was subsequently published on the show’s official blog. Users of the *Mad Men* official forum were asked “which female character do you most identify with?” The discussion begins by acknowledging the way in which 1960s models of femininity can be relevant in a contemporary postfeminist culture. It is claimed: “*Mad Men*’s female archetypes, while based on women in the “60s, are timeless too” (Anon, 2010). Indeed, the user comments suggest that the difficulties facing women in the 1960s persist in contemporary culture. For example several of the comments acknowledge the relationship between feminine identity, motherhood and work:

i would love to stay at home with [my children] and i think that there are a lot of difficulties in doing so, especially in trying to maintain some semblance of an identity. that’s probably why i’m drawn to betty most [sic].

I identify with most of the women in the office on Mad Men--the workplace was certainly NOT female friendly or family friendly in the 60s. Seeing all the misogyny again is sometimes painful

That said, it is clear that several of the comments suggest that female viewers are capable of resisting such constricted models of identity in favour of extracting particular facets and appropriating them to construct a different model of identity:

PREVIOUSLY ON

I am a little bit Joan, a little bit Peggy. Joan knows so much about humanity that Peggy is still learning (remember Joan has got 10 years on Peggy), but Peggy is game to see things in a new way that breaks through acceptable societal norms of the era.

As with the personality quizzes, this discussion engenders self reflection and self surveillance, however the forum provides an opportunity for numerous possibilities to be explored and in that respect is perhaps less constrictive; and less concerned with normalising/policing femininity. Indeed, this more resistive behaviour is apparent in other areas of online fan interactivity.

One of the most significant participatory activities which fans engage in has been examined in the popular press; that is, the construction of twitter accounts for characters within the show. In the UK quality newspaper *The Guardian*, journalist Anna Pickard notes:

Mad Men's obsession is quite remarkable for a bunch of analogue people – especially ones who don't actually exist. While the act of writing a Twitter update might not be remarkable at all, the fact that they're in 1962 makes it really quite impressive... These people loved Mad Men, and they wanted to drag characters they loved into their world. (Pickard, 2009)

Twitter accounts have been created for Don, Betty, Peggy, Roger, Joan, and the office photocopier. For the most part the accounts reveal anecdotes and mundane observations that pertain to everyday life in the 1960s. These twitter pages have gained substantial numbers of followers; Don has 12756 followers, Betty has 29594 and Peggy has 19643. While Joan has only 5,272 followers, she has over 15 different accounts. Indeed, several different accounts can be found for each character. Perhaps the most noteworthy are “BadPeggyOlson”, “BadJoanHolloway” and “BadBettyDraper”. The twitter feeds for these accounts reveal details of the characters’ sexual encounters. The explicit nature of these feeds, and the prefix of “bad” before the characters’ names suggest that this behaviour would be viewed (within the 1960s cultural landscape) as inappropriate and in some ways transgressive. Not only does this demonstrate how participants are in some cases resistant to the limited choice of female identity, but also demonstrates that some participants take it upon themselves to expand the models of feminine identities using the symbolic resources offered to them.

As numerous feminist analyses of popular culture can attest, this kind of resistive behaviour has a long tradition (Radway 1991, Geraghty 1991, Brown 1994). That is, female spectators/readers/consumers have long since resisted dominant patriarchal readings of texts in favour of negotiated, and in some ways more progressive, readings. The twitter feeds discussed above demonstrate the ways in which users subversively dismantle ideals of 1960s “appropriate” femininity by making public details of characters’ sexual behaviour which at the time would have proved scandalous and undermined their respectability.

Just as soap operas offer female viewers the chance to rehearse relevant decision making processes that pertain to everyday life, *Mad Men* has utilised its cult following and quality status to encourage viewers to engage with the broad social debates about identity and gender performance. While it would seem unlikely that a show set in the 1960s would engage with relevant social issues which pervade contemporary culture, the reading of *Mad Men* and its

extra-textual material offered here suggests that viewers are able to make connections between the show's content and their own lives. The distance in time and cultural context is carefully negotiated and in so doing the show demonstrates the relevance and timeliness of its subject matter. Indeed, the historical distance allows *Mad Men* to perform an ideological critique of the identity as it has been conceptualised over time. The above discussion demonstrates, both the text and its intertexts offer its viewers the opportunity to engage with, and interrogate, dominant ideas about identity and its relationship to power structures (particularly gender and class).

As suggested in the introduction of this article, this study seeks to contribute to existing work on identity and the media by offering a discursive analysis of both *Mad Men* and its intertexts for it has been claimed that there remains a lack of rigorous analysis of specific case studies. Thus, not only does this study attempt to demonstrate the ways in which *Mad Men* can be consumed by its audience, the adoption of a discursive approach demonstrates the way audiences have consumed (and in some cases) resisted meaning embedded within the text. Indeed, as the above discussion suggests *Mad Men* understands identity as definable by its difference— for example, all the female characters perform feminine identities which are constructed as a series of oppositions.

In other words, the representation of gender identities in *Mad Men* is, for the most part, prescriptive. The phenomenal online culture surrounding *Mad Men* allows viewers an additional space in which to work through these prescriptive representations of identity. In so doing, it provides viewers the opportunity to “test out” and in some cases, resist these prescriptive identities.

As the literature surveyed at the beginning of this article suggests, the concept of identity in the contemporary period is extremely complex; in particular the role of gender and other societal phenomena is a site of contention and as such, the common complaint about identity is that it is increasingly difficult to negotiate. Moreover there are no clear guidelines about how individuals should approach identity in the contemporary era. While *Mad Men* does not resolve these complex and contradictory issues surrounding identity in modern or postmodern society it does provide viewers language for articulating the problems of contemporary identity. In this manner, *Mad Men* demonstrates the value of fictional media for audiences in the contemporary era

Works cited

Anon (2010): “What You’re Saying About Identifying with the Show’s Female Characters”: <http://blogs.amctv.com/mad-men/2010/11/mad-men-female-characters.php> (accessed 2/12/10)

Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge: Harvard University Press

PREVIOUSLY ON

- Buckley, Cara L. & Brian L. Ott, (2008): "Fashion(able/ing) Selves: Consumption, Identity and *Sex and the City*", in Marc Leverette, Brian L. Ott & Cara Louise Buckley (eds) *It's Not TV: Watching HBO in a Post-Television Era*, New York: Routledge, pp. 209-227
- Brown, Mary Ellen (1994): *Soap Opera and Women's Talk: The Pleasure of Resistance*, London: Sage
- Bryant, Janie (2010): *The Fashion File: Advice, Tips and Inspiration from the Costume Designer of Mad Men*, London: Apple Press
- Edgerton, Gary (2009): "JFK, Don Draper and the New Sentimentality"
<http://www.criticalstudiesintelelevision.com/index.php?siid=12899> (accessed 2/12/10)
- Featherstone, Mike (2007): *Consumer Culture and Postmodernism*, London: Sage
- Friedan, Betty [1963] (2010): *The Feminine Mystique*, London: Penguin
- Geraghty, Christine (1991): *Women and Soap Opera: A Study of Prime Time Soaps*, Cambridge: Polity Press
- Giddens, Antony (1991): *Modernity and Self Identity: Self and Society in Late Modern Age*, Cambridge: Polity Press
- Goffman, Irving (1999): *The Presentation of Self in Everyday Life*, London: Penguin
- Haralovich, Mary Beth (2003): "sitcoms and Suburbs: Positioning the 1950S Homemaker" in Lynn Spigel & Denise Mann (eds) *Private Screenings*, Minneapolis: University of Minnesota Press, pp. 111-142
- Hogan, Phil (2009): "The Interview: Elisabeth Moss"
<http://www.guardian.co.uk/culture/2009/jan/25/elisabeth-moss-interview-mad-men>
(accessed 2/12/10)
- Hollows, Joanne (2000): *Feminism, Femininity and Popular Culture*, Manchester: Manchester University Press
- Kellner, Douglas (1992): *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and Postmodern*, London: Routledge
- McCabe, Janet (2006): "What is it With That Hair?: Bree Van Der Kamp and Policing Contemporary Femininity" in Janet McCabe & Kim Akass (eds) *Reading Desperate Housewives: Beyond the White Picket Fence*, London: I.B. Tauris, pp. 74-86
- McRobbie, Angela (2007): "Postfeminism and Popular Culture: Bridget Jones and the New Gender Regime" in Yvonne Tasker and Diane Negra (eds) *Interrogating Postfeminism, Gender and the Politics of Popular Culture*, Durham: Duke University Press, pp. 27-40

PREVIOUSLY ON

- Morley, David & Kevin Robins (1989): "spaces of Identity: Communications Technologies and the Reconfiguration of Europe", *Screen*, 30, pp. 10-34
- Mulvey, Laura (1989) [1975]: "Visual Pleasure and Narrative Cinema" Mulvey, Laura (ed) *Visual and Other Pleasures* Basingstoke, Macmillan, pp. 14- 31
- Negra, Diane (2004): "Quality Postfeminism?: Sex and the Single Girl on HBO", http://www.genders.org/g39/g39_negra.html (accessed 2/12/10)
- Ott, Brian L. (2003): "I'm Bart Simpson, who the hell are you?": A Study in Postmodern Identity (Re)Construction, *The Journal of Popular Culture*, 37:1, pp.56-82
- Partington, Angela (1995): "The Designer Housewife in the 1950s in J. Attfield and P. Kirkham (eds), *A View from the Interior: Women and Design*, London: Women's Press
- Pickard, Anne (2009): "I Wanna Be Your Blog"
<http://www.guardian.co.uk/technology/2009/feb/07/mad-men-twitter> (accessed 2/12/10)
- Radway, Janice (1991): *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature*, Chapel Hill & London: University of North Carolina Press
- Roberts, Martin (2007): "The Fashion Police: Governing the Self in *What Not to Wear*", in Yvonne Tasker and Diane Negra (eds) *Interrogating Postfeminism, Gender and the Politics of Popular Culture*, Durham: Duke University Press, pp. 227-249
- Steele, Valeria (1997): "Exhibition Review: Christian Dior: The Costume Institute, The Metropolitan Museum of Art", *Fashion Theory* 1:2, pp. 231-241

Web sources

- <http://dev.deep-focus.net/dfsites3/work/madmenyourself>
- <http://www.facebook.com/home.php?#!/MadMen?v=wall>
- <http://www.kcrw.com/events/matthew-weiner-live>

Broadcast Media

- Desperate Housewives* (2004-)
- Mad Men* (2007-)
- Sex and the City* (1998-2004)
- The Simpsons* (1989-)

Temporada uno, episodio uno, pulsa Start. La serie de televisión como modelo para el videojuego, el caso de “Alan Wake”

Bartolomé Fernández García

Introducción. Reducción de pantalla

El objetivo de este estudio es analizar los posibles trasvases entre videojuegos y series de televisión, especialmente desde el segundo hacia el primero. De este modo analizaremos como los videojuegos se ven cada vez más influidos por las series de televisión, copiando sus estructuras y modos de representación. De este modo se inicia un traspaso desde el modelo imperante, es decir, videojuegos que tratan de imitar al *blockbuster* veraniego con abundancia de acción y emociones fuertes; hacia un nuevo escenario en el que el videojuego trata de imitar a las series de televisión, con estructuras más largas y seriadas.

Al hablar de trasvases entre el videojuego y otros medios, no nos referimos a meras adaptaciones de temas o argumentos. No hablamos aquí de las adaptaciones de una obra, perteneciente a un género, en un nuevo medio, no nos referimos a casos concretos de series de televisión que se han convertido en videojuegos, como por ejemplo el videojuego *Buffy the Vampire Slayer: Chaos Bleeds* (Eurocom, 2003), basado en la serie de televisión *Buffy, la cazavampiros* (*Buffy Vampire Slayer*, The WB 1997-2001, UPN 2001-2003). Lo interesante de esta evolución no es la traslación de temas o personajes, sino la aceptación de estructuras y modos del otro medio, de este modo el videojuego basado en la franquicia de *Buffy* no toma nada de la ficción televisiva, adaptándose al videojuego igual que lo ha hecho a otros formatos como el cómic, hecho estudiado por algunos investigadores: “relaciones de hipertextualidad externa, es decir, respecto a otros modos de representación, de forma que son abundantes las series basadas en películas, libros, obras teatrales, tebeos, videojuegos y hasta en anuncios” (Cascajosa Virino, 2003: 2).

Para ello tendremos en cuenta que nos referimos a una producción dentro de la cultura popular: “Produced by despersonalized representatatives of the collective, anonymous public and functioning to celebrate basic beliefs and values, their formulas might be regarded not only as popular or even elite art but also as *cultural ritual*—as a form of collective expression seemingly obsolete in an age of mass technology and a genuinely `silent majority’” (Schatz, 1981: 12). No buscamos encontrar las huellas de un autor o un movimiento concreto, sino elementos estructurales de la ficción televisiva dentro de la producción de videojuegos.

Podríamos resumir el estudio en el cambio de paradigma desde el actual cinematográfico, imperante en juegos como *Call of Duty: Black Ops* (Treyarch, 2010) o *Halo 3* (Bungie, 2007), hacia otros juegos que se dirigen hacia un modelo más televisivo y episódico, como *Alone in the Dark* (Eden Games, 2008) o *Alan Wake* (Remedy, 2009). Este cambio aún no es definitivo e incluso podría no llegar a finalizarse, el modelo cinematográfico sigue siendo el imperante en

la industria del videojuego, mientras que la estructura de ficción televisiva es aún incipiente y no se ha aplicado más allá de varios videojuegos aislados.

Videojuego. Medio abierto

El videojuego por si mismo no es más que un medio vacío, al igual que la literatura, el cómic o el cine, por lo que son las propias creaciones las que configuran su realización. Debido a esto debemos aclarar que para la realización de este estudio nos referiremos única y exclusivamente a juegos narrativos, entendidos en un aspecto muy general como juegos que cuentan una historia. Por ello sería necesario limitar el concepto de videojuego y definir cuales de ellos son narrativos, y por lo tanto son susceptibles de imitar el modelo de ficción televisiva.

Debemos tener cuidado con lo abierto y ambiguo del propio término videojuego, así por ejemplo una definición del mismo sería: “X is a videogame if it is an artifact in a visual digital medium, is intended as an object of entertainment, and is intended to provide such entertainment through the employment of one or both of the following modes of engagement: rule and objective gameplay or interactive fiction” (Tavinor, 26). Como vemos en la definición de Tavinor, un videojuego se define como un objeto de entretenimiento digital que interactúa con el usuario. Evidentemente nos encontramos con el problema de que los simuladores son videojuegos, pero no tienen porque ser necesariamente narrativos. Pensemos por ejemplo en los simuladores de conducción, podemos encontrarnos con juegos como *Sega Rally Championship* (Sega, 1995), en el que el jugador se limita a ponerse a los mandos de un vehículo y competir contra otros jugadores, controlados por otros usuarios o por el propio juego. Incluso si retrocedemos un poco más podemos pensar en el famoso *Space Invaders* (Taito, 1978), en el cual el jugador tomaba los controles de una nave espacial y se limitaba a enfrentarse a hordas infinitas de alienígenas, en un enfrentamiento que podría ser tanto una escaramuza como una guerra interplanetaria, una repetición infinita sin principio ni final.

El videojuego es un campo abierto en el que entran en juego muchas variables: “Game design involves math and logic, aesthetics and storytelling, writing and communication, visual and audio design, human psychology and behavior, and understanding culture through art, entertainment, and popular media” (Zimmerman, 29). Y no necesariamente todas ellas deben participar en el mismo grado, como ya hemos explicado el videojuego puede existir sin tener la necesidad de contar una historia, sin narrar en el sentido básico del término. Por ejemplo desde el clásico *Pong* (Atari, 1972) hasta el moderno *Wii Sports* (Nintendo, 2006), la evolución entre ambos juegos es innegable a todos los niveles, desde la apariencia audiovisual del juego hasta la experiencia de juego, incluso su forma de consumo es diferente, pero la narración del juego es igual en las dos, casi mínima por no decir nula, todo se limita a golpear la pelota o no.

Videojuegos y Narrativa. Una historia jugable

Debido a lo explicado, este estudio lo centraremos en los videojuegos narrativos, es decir, los que cuentan una historia. Nos limitamos en un primer momento a historias con un principio y un final, a historias con un desarrollo que muta con el tiempo y los acontecimientos. También

distinguiamos las obras desarrolladas dentro del mercado de la cultura popular, al margen de producciones de autor o experimentales, en este sentido nos referimos a autores u obras experimentales en el sentido plástico del medio, ya que estos son necesarios para la evolución del propio medio.

Al centrarnos en los videojuegos narrativos debemos distinguir entre los que tienen un mayor o menor peso narrativo. De esta forma podemos distinguir entre los juegos en los cuales la historia sobre la que se sustentan son una mera excusa y los juegos que realmente se valen de la historia para definirse, clasificándolos entre videojuegos de acción y videojuegos de aventura. En el primer grupo nos encontramos con un amplio ejemplo de videojuegos, al margen de los ya mencionados que carecen de argumento. Así por ejemplo podemos prestar atención a los juegos de lucha, con ejemplos como *Street Fighter* (Capcom, 1987), *Mortal Kombat* (Midway, 1992) o *Tekken* (Namco, 1995); estos juegos parecen presentar una historia aparente, ya sea vengar a un familiar, ganar un preciado torneo o incluso salvar al mundo; sin embargo tal argumento es una mera excusa para incluir diversos personajes o escenarios.

Dentro de este grupo de videojuegos de acción, formado por juegos con argumentos muy frágiles, podrían incluirse otros juegos como el clásico *Super Mario Bros.* (Nintendo, 1985), perteneciente al género de plataformas, y el cual podría tener un argumento aparente: Mario es un fontanero que debe atravesar el Reino Champiñón para rescatar a la princesa Toadstool de las garras del malvado Bowser. Evidentemente es innegable que existe una narración en *Super Mario Bros.* susceptible de ser estudiada, pero en el sentido de argumento, o historia, el juego es insostenible. Al tomar el papel de Mario nos limitamos a superar diferentes desafíos que ponen a prueba nuestro ingenio y nuestra coordinación mano-ojo, pero el videojuego es totalmente disfrutable al margen de su trama. El hecho de que estos videojuegos puedan ser consumidos de forma satisfactoria al margen de su argumento nos da una idea de la profundidad de la misma. Esta estructura sigue viva hasta nuestros días en el mundo del videojuego: “Intro-Partida-Cinemática-Partida-Cinemática-Partida-Cinemática-FIN” (Escribano, 138), podemos ver como en muchos casos la historia es una mera excusa al principio y al fin del mismo, y sus variaciones son excusas para cambiar de escenario o personajes, los cambios no tienen lugar en la propia partida, sino en vídeos intermedios entre las fases, cinemáticas, que parecen tratar de cambiar elementos del universo del juego como excusa para introducir nuevos elementos.

Esta estructura suele servir para videojuegos con mucha acción, como por ejemplo el famoso *Gears of War* (Epic, 2006). Aunque este juego tiene una historia central, se desdibuja con suma facilidad, y al avanzar en el videojuego, la historia parece solo servir para cambiar de escenario y mostrar nuevos enemigos. En *Gears of War* manejamos a Marcus Fenix, un exmilitar que es devuelto al servicio para ayudar en la guerra contra los Locust, una raza de alienígenas, en el planeta Sera. Aunque la trama trata de contarnos algo de la historia de Marcus y un plan para acabar con los Locust de una vez por todas, realmente la acción termina devorando todo el juego. Las diversas fases en las que se divide el juego se limitan a mostrar diferentes escenarios con diferentes enemigos, ya luchemos contra insectos gigantes en el interior de los

túneles de los Locust, o nos enfrentemos a un general alienígena a bordo de un tren en marcha. La estructura narrativa del videojuego se limita a encerrar diversos tipos de acción en diferentes fases del juego.

Como podemos ver, el videojuego parte desde un punto de inicio hasta un final, con una línea argumental central que sirve de mero apoyo para encadenar una fase detrás de otra. Cuando Mario llega al castillo al final de una fase simplemente pasa a la siguiente, sirviendo de excusa para presentar un nuevo escenario con nuevos enemigos, por ejemplo pasar a un mundo subterráneo o a un mundo subacuático, pero la trama es la misma en la primera fase, la *fase a*, que en la última, la *fase z*, pudiendo haberse resuelto la trama al final de cualquier fase y teniendo el mismo resultado, Mario encuentra a la princesa.

Esta estructura de videojuego suele dejar todo el peso de la narración en escenas intermedias entre las diversas fases, normalmente suelen ser escenas de vídeo, *cut-scenes*, donde el jugador no toma el control directo del personaje, sino que se limita a ser un mero espectador momentáneo: “Many of the narrative elements in videogames are comprised of cut-scenes that are interspersed throughout the course of the game, explaining the level the player is engaged in, where they are going, or where they have come from” (Tavinor, 2009: 112). Estas escenas de vídeo son en muchos juegos la única información narrativa o argumental con la que cuenta el jugador, ya que algunos juegos incluso carecen de diálogos *in-game*, durante la partida, por lo que si queremos captar la historia del videojuego en cuestión, las *cut-scenes*, deben tenerse muy en cuenta: “Es entonces cuando la información pasa por nuestra retina e intentamos absorber has el último dato que se nos presenta para estar lo mejor preparados para el siguiente nivel” (Escribano, 2009: 138).

Estas inserciones entre fases de juego pueden ser desde largas escenas de vídeo, como en el caso de *Metal Gear Solid 4: Guns of the Patriots* (Kojima Productions, 2008), que cuenta con más de 90 minutos de vídeo explicativo entre fases, hasta una reducción al mínimo, como el caso del videojuego *Alien Trilogy* (Probe Entertainment, 1995), ambientado en el universo creado a partir de la película *Alien* (Ridley Scott, 1979) y sus dos primeras secuelas, siendo la información entre fases un escueto texto con el supuesto objetivo de la fase, el cual puede ser obviado, limitándose el jugador a llegar al otro extremo del escenario matando a los aliens que se crucen en su camino.

Esta estructura es la que comúnmente se relaciona con los videojuegos en general, cuando un texto de ficción audiovisual, por ejemplo una película, está cargado de acción casi inconexa, se la suele definir como fuertemente influenciada por el videojuego. Evidentemente esta etiqueta es burda y carece de cualquier argumento coherente, sin embargo si es cierto que es una estructura aplicable a otros medios. Por ejemplo encontramos un perfecto ejemplo del uso del esquema de los videojuegos de estructura atómica en la película *Monstruoso* (*Cloverfield*, Matt Reeves, 2008), donde un monstruo gigante ataca la ciudad de Nueva York. La estructura narrativa de *Monstruoso* se divide en diversos escenarios independientes unidos por un leve hilo, un protagonista que trata de rescatar a la mujer de la que está enamorado. De este modo vamos

cambiando el escenario simplemente para asistir a diversos tipos de acción-peligro, desde las calles de Nueva York que están siendo bombardeadas, a los túneles del metro infectados de criaturas arácnidas hasta una batalla final entre el protagonista y el monstruo en Central Park, todas las escenas, o fases, están unidas por un pequeño momento de calma hasta que los personajes vuelven a ser lanzados a la acción, ya sea encontrando un hospital de campaña o un equipo de rescate con un helicóptero.

Por el otro lado nos encontramos con un desarrollo de los juegos que da mayor importancia a la narración. Quizás el origen de esta tendencia lo encontremos en las llamadas aventuras conversacionales, como por ejemplo *Zork I: The Great Underground Empire* (Infocom, 1980). Estos videojuegos se caracterizan porque todo su interfaz se limita a texto, el videojuego nos describía mediante texto la escena para que nosotros, también mediante texto, decidiásemos que hacer, por ejemplo el videojuego nos describe una habitación con una puerta, una ventana y una silla; a lo que podemos indicar tratar de abrir la puerta y que el juego nos diga que está cerrada, tratar de abrir la ventana y obtener la misma respuesta, hasta que escribimos que rompemos la ventana con la silla y podemos continuar la aventura. En estos juegos la narración es el eje central, casi único, del videojuego, resultando casi una obra literaria pura con pequeños huecos, ya que la acción no variará respecto a nuestras acciones, teniendo que encontrar la acción exacta para avanzar.

Estos juegos evolucionaron hasta las llamadas aventuras gráficas, videojuegos donde se desarrolla una historia que es en cierto sentido interpretada por el jugador, pudiendo ser desde un pirata patoso, *The Secret of Monkey Island* (Lucasfilm Games, 1990), hasta tomar el control de un grupo de cuatro personajes tratando de detener a un asesino en serie, *Heavy Rain* (Quantic Dream, 2010). Realmente nos encontraríamos ante una trama sobre raíles en la que el jugador va solucionando situaciones, o puzzles, para poder avanzar, aunque se puede cambiar de escenario, incluso volviendo otra vez al mismo, así como volver a encontrarnos con los mismos personajes, la historia es una narración clásica lineal que nos lleva desde un inicio hasta un final, que puede ser único o variar según las decisiones tomadas por el jugador.

El videojuego de aventuras parte desde un punto inicial, y a partir de ahí el jugador va construyendo una historia con su juego, dicha historia se va narrando en tiempo real a medida que el jugador avanza. Con esta clasificación no queremos decir que el juego tenga un único final, aunque existen casos en los que el jugador termina llegando a un único destino, como *Broken Sword: The Shadow of the Templars* (Revolution Software, 1996), también existen muchos otros ejemplos en los que las decisiones del jugador van abriendo diversos caminos divergentes que pueden hacer que se llegue a un final u otro, encontramos un perfecto ejemplo de esto en el videojuego *Blade Runner* (Westwood Studios, 1997), adaptación libre de la película homónima (Ridley Scott, 1982), en dicho juego tomamos el papel del detective de la policía Ray McCoy, y dependiendo de los actos que realicemos, el juego nos llevará en una u otra dirección, obteniendo diversos finales en base a nuestras acciones y decisiones.

Debido a que la propia historia se narra junto a las acciones del jugador, este tipo de juegos

suele reservar el uso de las *cut-scenes*, para momentos de acción o de énfasis dramático, así por ejemplo nos encontramos con ejemplos en juegos como *Runaway: A Road Adventure* (Péndulo Studios, 2001), una aventura gráfica con un transfondo de serie negra e historia de gánsters donde las *cut-scenes* se limitaban a mostrarnos escenas de acción como un combate o una persecución en coche.

La estructura lineal, tan propia de las aventuras gráficas, presenta un único texto cerrado y con una alta coherencia, el propio desarrollo de la historia es más importante que la propia jugabilidad. Estos juegos son disfrutables como un único texto desde el principio al final, normalmente se presentan como un todo lineal sin separaciones, y en el caso de que existan una estructura en episodios, es una separación mucho más cercana al concepto de acto del teatro que al de capítulo de serie televisivo.

Evidentemente estos dos esquemas son meramente explicativos, a partir de estas dos opciones básicas nos podemos encontrar una evolución del videojuego narrativo en dos vertientes, por un lado la atómica y por otro lado la lineal. Evidentemente ambas vertientes no son excluyentes y nos encontramos con infinidad de juegos que mezclan con mayor o menos soltura ambos géneros, siendo lo ideal en el videojuego una hibridación entre ambas, con el fin de dar al jugador una experiencia total, encontramos un ejemplo de esto en el videojuego *Bioshock* (Irrational Games, 2007), donde nos encontramos con un juego de acción en su jugabilidad, pero con una rica historia de fondo que se va construyendo a medida que el jugador va avanzando en el mismo, con el mérito añadido de que no existen *cut-scenes*, la totalidad de la trama del videojuego se explica dentro de la parte jugable del mismo.

Videojuego, cine y televisión. Copiando el éxito

Con el paso del tiempo el videojuego de acción, con un fuerte uso de la estructura atómica, le fue ganando la partida al de aventura, con un gusto mayor por la estructura lineal, con el consiguiente desplazamiento de la narración hacia un marco secundario, primándose mucho más la jugabilidad y el acabado gráfico de un videojuego que su propia historia. Afortunadamente hoy día la balanza se ha equilibrado un poco y ambas realidades comparten importancia a la hora de catalogar la calidad de un juego (Frasca, 2009:43).

Sin embargo esta búsqueda de un juego equilibrado no se realizó en base a experimentar las posibilidades narrativas propias del videojuego, es decir, la creación de entornos vivos y mutables en los que el jugador pudiera crear su propia historia y desarrollarla a su gusto. Podemos encontrar varios ejemplos de esta línea evolutiva en casos como la saga *Los Sims*, cuya última entrega *Los Sims 3* (*The Sims 3*, Visceral Games, 2009), se configura como un simulador de vida total, en el que podemos tomar el control de uno o más personajes virtuales y guiarlos a través de su vida, desde su trabajo a sus vacaciones. Aunque *Los Sims 3* es un juego de incuestionable éxito económico, no es una tendencia mayoritaria en el mundo del videojuego narrativo.

En lugar de continuarse la investigación del propio medio, los videojuegos narrativos recurren

a historias cerradas, parasitando otros medios externos en los que buscar una legitimidad equiparable, en un primer momento se optó por la espectacularidad cinematográfica, que aún sigue vigente en el mundo del videojuego, y posteriormente se ha optado por la narración alargada de la ficción televisiva, un esquema narrativo que aún está dando sus primeros pasos en el mundo del videojuego.

Cuando se habla de una narración cinematográfica en el videojuego, dicha narración se suele referir más a la presentación de la acción que a la propia construcción de la trama o el desarrollo de los personajes. Así nos encontramos con ejemplos como los ya nombrados *Gears of War* o *Halo 3*, juegos que presentan una cuidada puesta en escena cinematográfica al servicio de una línea argumental muy simple, en este caso luchar en una guerra contra un enemigo alienígena. El videojuego sigue una única línea central que se adapta a diversas situaciones para generar momentos épicos e impactantes, al gusto del *blockbuster* de Hollywood. Nos encontramos con videojuegos que beben de textos cinematográficos como *Armageddon* (Michael Bay, 1998), una película que cuenta una única línea argumental desde un solo punto de vista, salvar al mundo del impacto de un meteorito, y generando toda su fuerza en la parte emocional de la película, no en la narrativa.

Esta unión de cine y videojuego se respalda aún más cuando el ocio electrónico trata de extender su promoción hacia el propio cine, hibridando su propia narrativa con el cine. Encontramos un ejemplo perfecto de esta técnica en los cortometrajes cinematográficos realizados para promocionar diversos títulos de la saga *Halo* (Escribano, 2009), ya que se crean pequeñas piezas cinematográficas que amplían la experiencia narrativa del videojuego, pero no mediante su juego *in-game*, sino mediante la ampliación de las *cut-scenes*, así nos encontramos con el ejemplo de *We are ODST* (Rupert Sanders, 2008), realizado para promocionar el juego *Halo 3: ODST* (Bungie, 2009), y donde nuevamente prima mucho más la acción emotiva que la inclusión de un argumento o una historia que contar. De este modo se trata de expandir la historia del videojuego fuera de su juego, complementando las propias escenas de vídeo, las *cut-scenes*, del juego.

Pero este uso de una estética cinematográfica no se limita solo al cine de acción, así nos encontramos con un videojuego como *Grand Theft Auto IV* (Rockstar North, 2008), o *GTA IV*, al cual suele alabarse por su concepción cinematográfica, aunque dicho término sea, nuevamente, más aplicable en una dimensión estética que narrativa. El *GTA IV* es un juego de acción tipo *sandbox*, caja de arena, lo que quiere decir que el jugador se encuentra en un gran escenario abierto en el que poder elegir que misiones hacer. Aunque aparentemente esta estructura no se parece a la clásica de un juego de acción, lo cierto es que es igual, salvo que las distintas fases ya no se encuentran dispuestas una detrás de otra, sino que el jugador tiene a su disposición, y de forma simultánea, varias elegibles. En *GTA IV* nos ponemos al mando de Niko Bellic, un exmilitar Serbio que llega a Liberty City, recreación de Nueva York en el juego, en busca del sueño americano, aunque el juego tiene un argumento mucho más rudimentario, ya que Niko Bellic se limitará a protagonizar una escalada en el submundo criminal de Liberty City. La

fuerza narrativa de *GTA IV* no se consigue mediante una compleja narración, sino mediante la repetición constante de elementos, la dinámica del videojuego se resume en matar a un objetivo, o desplazarse de un punto a otro del mapa, pudiéndose complicar la misión si el objetivo es móvil o si el jugador cuenta con un tiempo límite para conseguir el éxito en la misión.

Esta depredación del cine por parte del videojuego podría entenderse debido a la gran aceptación que el público tiene del cine como producto de entretenimiento definitivo, con lo cual el videojuego trataría de conseguir parte de ese crédito. Sin embargo, el consumo de cultura popular está dando un viraje desde el modelo cinematográfico hacia el modelo de la ficción televisiva, es decir, que la serie de televisión está tomando el papel del *blockbuster* en el imaginario colectivo, reconociéndose como el principal objeto de consumo de la cultura popular, o al menos con un índice mayor de calidad.

Este cambio de paradigma es debido a la favorable situación que está viviendo la ficción televisiva, la cual está viviendo su segunda edad dorada (Cascajosa Virino, 2005), de este modo son las series de televisión, como *Perdidos* (*Lost*, ABC, 2004-2010), *Bajo escucha* (*The Wire*, HBO, 2002-2008), o la actual *Breaking Bad* (AMC, 2008-) las que atraen la atención del público y la crítica, por lo que es lógico que la industria del videojuego trate de investigar y extraer ideas de dicha industria.

Aquí debemos resaltar que esta nueva época dorada de la televisión está protagonizada por una ficción televisiva seriada, contraria a la ficción televisada episódica (2005). La ficción episódica estaría compuesta por las series que mantienen un marco de referencia común en el que cada episodio muestra pequeños cambios, también son conocidas como series procedimentales, suelen ser series ligadas a una profesión, como policías o médicos. Las series episódicas permiten un visionado más relajado que incluso permite no ver algún capítulo, ya que lo ocurrido en un capítulo no tendrá demasiada repercusión en los posteriores, de forma parecida a como funcionan los videojuegos que siguen el esquema de juego de acción atómica. Mientras que las series de televisión seriadas muestran una progresión más larga, una evolución más compleja, algo que aún es un terreno casi virgen en el marco de los videojuegos.

Si prestamos atención a una serie episódica como *Numb3rs* (CBS, 2005-2010), observamos que tras presentarnos el marco de referencia, un agente del FBI que resuelve los casos con la ayuda de su hermano matemático, la mayoría de los episodios sigue una progresión parecida. Sería casi posible visionar cualquier episodio de la serie sin mayores problemas, del mismo modo que una vez conocida la dinámica del *Super Mario Bros.* sería posible jugar cualquier nivel sin ningún repercusión por desconocer lo que acontecía en la fase anterior. Aunque es innegable que cualquier episodio de una serie episódica tiene más carga narrativa que cualquier fase de un juego de acción atómica, ambos textos funcionan a un nivel parecido, marcando una pauta inicial y después rehaciendo una y otra vez la misma estructura.

Por el contrario las ficciones televisivas de estructura seriada dan al espectador cambio y evolución donde las episódicas dan repetición. Por ejemplo es difícil seguir una serie como

Sons of Anarchy (FX, 2008-) saltándose algún episodio, la serie trata la vida de una banda de motoristas en California, la cual se dedica a actividades ilegales como el tráfico de armas. Sin embargo esta serie no se limita a contar un acontecimiento concreto en cada capítulo, sino que a través de una temporada construye una historia que se relaciona con la siguiente, ocurriendo ciertos hechos en un capítulo concreto que hacen referencia a acontecimientos ocurridos hace varios capítulos, o incluso en temporadas anteriores. Estas series se diferencian de las episódicas gracias a la gran trama general, pero al mismo tiempo se diferencian de una única historia cinematográfica debido a que cada capítulo puede contar una o varias pequeñas historias, las cuales pueden añadir profundidad al universo de la serie, lo que permite muchas más líneas de desarrollo narrativo.

Si pensamos por ejemplo en un videojuego *mainstream* actual con fuerte carga narrativa, como podría ser *Assassin's Creed II* (Ubisoft Montreal, 2009), en el que tomamos el papel de Desmond Miles, un joven capaz de vivir las vidas pasadas de sus antepasados gracias a la tecnología. En dicho juego vemos que aunque la trama esté separada en distintas fases, estas no llegan tener suficiente entidad como para considerarse capítulos independientes, episodios dentro de una serie, debido a que su forma de escritura se asemeja más a una película que a una serie de televisión. Los diversos niveles del juego responden más a secuencias de una película que a capítulos independientes interconectados.

Quizás el primer intento de hibridar un videojuego y una serie de televisión lo encontramos en *Alone in the Dark*, una puesta al día por parte de Eden Games de la franquicia de Infogrames. El caso de *Alone in the Dark* puede considerarse paradigmático pues parece que trata más de trasladar la experiencia de visionar una serie en DVD que la de ver una serie dividida en episodios. La historia de *Alone in the Dark* nos coloca en la piel de Edward, un hombre que despierta con amnesia en un edificio de Nueva York, un hombre que no sabe quién es y que descubre que a punto de ser asesinado, solo para ser salvado en el último momento por una extraña presencia oscura. Es entonces cuando comienza la aventura, en un intento por descubrir quién es Edward y de paso evitar un temible mal ancestral que ha despertado en Central Park. Como hemos dicho, *Alone in The Dark* trata de parecerse a una serie de televisión, sin embargo sus fases recuerdan demasiado a la estructura clásica cinematográfica, carecen de unidad individual y su separación responde más a la clasificación por escenarios que a un desarrollo propio, así como las fases extraídas del juego matriz no consiguen aguantarse como textos individuales pertenecientes a un texto superior.

Donde si recuerda inequívocamente *Alone in the Dark* a una serie de televisión es en su planteamiento, ya que todas las fases están precedidas de un resumen en vídeo de lo ocurrido en las fases precedentes del juego, comenzando con: "Anteriormente en *Alone in the Dark*...". Del mismo modo que el menú del juego recuerda al menú de navegación de un DVD, incluida una opción de avance rápido que nos permite saltarnos partes del juego y avanzar hacia delante. Por lo que la semejanza del videojuego con una serie de televisión es más plástica que narrativa, aunque sin duda es un punto de partida interesante en la hibridación de videojuegos

y series de televisión.

Alan Wake. El episodio como centro del juego

Alan Wake puede catalogarse como el momento inicial de hibridación total entre el videojuego y la serie de televisión, más allá del mero ejercicio plástico de *Alone in the dark*. *Alan Wake* recoge por primera vez la estructura y la construcción narrativa de una serie de televisión para acercarla al videojuego.

El videojuego Alan Wake fue desarrollado por la empresa finlandesa Remedy, siendo el primer trabajo de la compañía tras sus dos entregas de la saga protagonizada por el policía Max Payne, con los juegos *Max Payne* (2001) y *Max Payne 2: The Fall of Max Payne* (2003), ambos un éxito de crítica. Remedy, y su guionista Sam Lake, siempre se han caracterizado por realizar juegos con una alta autoconsciencia como productos de consumo dentro de la cultura de masas, creando conexiones con otros textos y otros medios, desde una perspectiva adulta y cargada de un profundo humor negro.

Por ejemplo los dos juegos de Max Payne nos muestran una actualización de la serie negra que bebe directamente de referentes como la película *El último boy scout* (Tony Scott, 1991) o la saga de cómics de Frank Miller ambientados en la ciudad ficticia de Sin City. *Max Payne* es un relato adulto que nos cuenta el viaje vengativo de un policía encubierto que literalmente no tiene nada que perder, el juego sigue una única línea temporal dividiendo la información que se le da al jugador entre la propia acción *in-game* del juego y las *cut-scenes*, que en este caso están realizadas con viñetas de cómic en lugar de con vídeos. Sin embargo la trama de *Max Payne* esta dividida en diversos actos, no capítulos, y los cambios de fase responden más a cambios de escenarios que a un nuevo texto en el juego.

A diferencia de los dos juegos anteriores de Remedy, *Alan Wake* si presenta una fuerte estructura argumental única pero divisible en capítulos individuales autónomos, exactamente como si se tratara de una serie de televisión. *Alan Wake* cuenta la historia de Alan Wake, un famoso escritor de serie negra que se retira al pequeño pueblo de Bright Falls en el Estado de Washington, al noroeste de Estados Unidos. Desgraciadamente Bright Falls no es el idílico pueblo que pudiera parecer, una extraña presencia parece haber hecho con el control de la zona, y Alan Wake deberá luchar por sobrevivir y encontrar a su esposa desaparecida.

En el terreno de la jugabilidad, *Alan Wake* no es un juego demasiado notable, sin duda funciona a la perfección pero es bastante simple, diferenciando la acción entre la que ocurre a la luz del sol, básicamente exploración e investigación, y la que ocurre al caer la noche, pasando al género del *survival horror*, momentos en los que Alan Wake deberá huir y enfrentarse a extrañas sombras, personas poseídas por la presencia oscura. En el terreno de la exploración el juego se limita a permitir al jugador pasearse por diversos escenarios y hablar con algunos personajes, realizando acciones bastante simples. En el terreno de la acción *Alan Wake* se aleja bastante de un juego complejo, la variedad de los enemigos es nula, limitándose a personas y objetos poseídos por la presencia oscura, mayormente personas, bandadas de pájaros, algunos objetos

como muebles, y en algunas ocasiones contadas algo más grande, como una cosechadora; del mismo modo los elementos para enfrentarse a los enemigos no son muy numerosos, limitándose a una linterna, ya que los enemigos se destruyen con la luz; una pistola, una escopeta, un rifle de caza y bengalas. Toda la acción se limita a disparar, tratar de debilitar a los enemigos y huir.

Sin embargo *Alan Wake* es un juego notablemente atractivo y que es capaz de mantener al jugador pegado al asiento, algo que consigue de la misma manera que las series de televisión, con su historia y sus personajes. Los personajes de *Alan Wake* son ricos y profundos, desde el propio Alan, un personaje lleno de claroscuros, a su agente literario y mejor amigo Barry, un perfecto secundario que da el contra punto a Alan Wake. Del mismo modo el enemigo a batir no es un monstruo repetido hasta la saciedad, la presencia oscura, que se presenta bajo la forma de Barbara Jagger, una extraña y enigmática mujer, es un mal primigenio del que el jugador va averiguando pequeños detalles poco a poco, de este modo la victoria final no se alcanza al eliminar a un monstruo en un combate de gran dificultad, más bien se da con la resolución de un enigma, con la comprensión de una verdad.

Pero el principal acierto de *Alan Wake*, a parte del cuidado guión de Sam Lake, es la estructura en la que se presenta la historia, un armazón tan fuerte y coherente que es capaz de capturar la atención manteniendo unos pocos elementos pero sin repetirlos de manera mecánica. *Alan Wake* funciona a dos niveles, en un primer nivel nos encontramos con la historia general de todo el juego, la odisea de Alan por llegar al fondo del misterio, sin embargo el juego está estructurado en seis fases que aunque funcionan como un todo mantienen una estructura independiente que las hace funcionar como capítulos dentro de una serie.

De esta manera la primera fase, el primer episodio, *Pesadillas*, funciona como una presentación de los personajes, es una fase en la que conocemos a Alan y a su esposa Alice, se nos presenta el pueblo de Bright Falls y asistimos al primer hecho traumático que nos hace intuir que no todo marcha bien. Después cada fase hace avanzar la trama, pero al mismo tiempo funciona de forma independiente, así el episodio dos, *Poseídos*, gira sobre las llamadas de un extraño que comunica a Alan que tiene secuestrada a Alice, el episodio transcurre por el parque nacional de Elderwood, cercano a Bright Falls, donde Alan protagoniza una carrera contrarreloj para saber que le ha sucedido a su esposa.

Del mismo modo el episodio cinco, *La verdad*, continúa la historia, pero está presentado desde el principio como una ruptura en la línea general, en el mismo vemos como Alan Wake se despierta en el *Cauldron Lake Lodge*, un retiro para artistas bloqueados regentado por el Doctor Hartman, el cual le comunica a Alan Wake que todo lo que le ha ocurrido hasta entonces han sido imaginaciones, y que su esposa Alice realmente murió en un accidente provocado por él. Todo el argumento del episodio cinco gira en torno a la duda de si los hechos anteriores eran ciertos o no, aunque se da información sobre la historia general del juego, nos centraremos en saber que hay de verdad en los recuerdos de Alan y que es realmente el retiro para artistas del Doctor Hartman. Sin ninguna duda la estructura de *Alan Wake* es la estructura de una serie de televisión, en entrevistas al propio guionista del juego, Sam Lake se ha referido a *Alan Wake*

como la primera temporada de una serie, un texto más grande que deberá ir creciendo con videojuegos, temporadas, sucesivas.

Pero no solo nos encontramos con una relación entre videojuego y serie de televisión en la estructura del juego. Los propios temas del videojuego *Alan Wake* beben de fuentes televisivas. Podemos remarcar diversos paralelismos entre *Alan Wake* y algunas series actuales como *Perdidos (Lost)*, ABC, 2004-2010), como el uso del espacio y el tiempo, como por ejemplo con el uso de *flashbacks* para explicar hechos anteriores. Pero la relación entre el videojuego y las series de televisión es más profunda, así, aunque Sam Lake haya reconocido a Stephen King como la mayor influencia en la trama del juego, es indudable que *Alan Wake* debe mucho en su concepción a la teleserie *Twin Peaks* (ABC, 1990-1991), ya que ambas están ambientadas en un pequeño pueblo rural del Estado de Washington, en un escenario de terror latente donde lo sobrenatural se intuye más que se hace patente.

Incluso en un terreno más externo nos encontramos conexiones con el mundo de las series de televisión, así por ejemplo a lo largo del juego nos podemos encontrar con varios televisores, los cuales si son activados por el jugador nos muestran un pequeño vídeo, cada televisor nos enseña un capítulo de una serie ficticia titulada *Night Springs*. A lo largo del juego se hacen varias referencias a *Night Springs*, serie en la que supuestamente trabajó como guionista Alan Wake, y que claramente es un homenaje a la serie de los años sesenta del siglo pasado *En los límites de la realidad (The Twilight Zone)*, CBS, 1959-1964), una serie de ciencia-ficción y terror que ha contado con varias revisiones y puestas al día. *Night Springs* simula la estructura de *En los límites de la realidad*, con un *opening* parecido y una voz en *off* que introduce el episodio y lo cierra con una moraleja.

Pero incluso la promoción del videojuego *Alan Wake* se realizó tratando de acercar el juego a las series de televisión. Del mismo modo que ya hemos comentado que es común realizar cortos cinematográficos para promocionar algunos videojuegos, para la promoción de *Alan Wake* se produjo una pequeña serie. La serie en cuestión constaba de seis capítulos de unos cinco minutos de duración y se titulaba igual que el pueblo donde sucede el videojuego, *Bright Falls* (Xbox Live, 2010), dirigidos los seis por Phillip Van. La serie cuenta la historia de Jake Fischer (Christopher Forsyth) un periodista que llega Bright Falls para entrevistar al Doctor Hartman, que acaba de escribir un libro. La pequeña serie sigue el mismo concepto que el videojuego, mostrando una atmósfera inquietante y asfixiante, donde la presencia oscura presente en Bright Falls va poco a poco engullendo a Jake Fischer hasta hacerlo desaparecer en la oscuridad poco antes de que Alan Wake llegue a Bright Falls.

Conclusiones

Aún es pronto para saber si la depredación de los modos de la serie de televisión llegarán a implantarse a mayor nivel dentro de la producción de videojuego o si todo quedará en una mera anécdota. Quizás los nuevos modos de distribución de los videojuegos, basando en la descarga digital en lugar de la venta en un formato físico, hagan más atractiva esta estructura, lo que

permitiría vender los juegos por capítulos, lo que obligaría a las desarrolladoras a realizar capítulos lo suficientemente buenos como para funcionar de forma independiente, pero dentro de una estructura mayor que invitara a seguir jugando a los episodios posteriores.

De momento podemos decir que *Alan Wake* es un perfecto ejemplo de la hibridación entre serie de televisión y videojuego, y además funciona perfectamente como un juego de ocio electrónico, lo que demuestra que el modelo es aprovechable y explotable. Ahora deberemos esperar a ver si Remedy se decide a lanzar una segunda temporada de *Alan Wake* y si alguna otra desarrolladora se atreve a copiar el modelo y expandirlo.

Referencias bibliográficas

- Carroll, Noël (1990): *The philosophy of horror or paradoxes of the heart*. London, Routledge
- Cascajosa Virino, Concepción Carmen (2003): “Procesos de hipertextualidad en la ficción televisiva norteamericana”, en *Área Abierta*, nº 5, Marzo 2003, pp. 1-12
- Cascajosa Virino, Concepción Carmen (2005): “Por un drama de calidad en la televisión: la segunda edad dorada de la televisión norteamericana”, en *Comunicar*, nº 25, vol. 2.
- Escribano, Flavio (2009): “We are ODST, Land Fall y Distrito 9. Videojuego, cine y equidistancias”, en *Comunicación*, nº 7, vol. 1, año 2009, pp. 134-140
- Frasca, Gonzalo (1999): *Narratology meets Ludology: Similitude and Differences Between (Video)games and Narrative*. Consultado en internet (12/12/2010): <http://www.ludology.org/articles/ludology.htm>
- Frasca, Gonzalo (2009): “Juego, videojuego y creación de sentido. Una introducción”, en *Comunicación*, nº 7, vol. 1, año 2009, pp. 37-44
- Juul, Jesper (2001): *Games Telling stories?*. Consultado en internet (12/12/2010): <http://gamestudies.org/0101/juul-gts/>
- Schatz, Thomas (1981): *Hollywood Genres*. New York, Random House
- Tavinor, Grant (2009): *The art of videogames*. Chichester, Wiley-Blackwell.
- Tosca, Susana (2009): “¿Jugamos una de vampiros? De cómo cuentan historias los videojuegos”, en *Comunicación*, nº 7, vol. 1, año 2009, pp. 37-44
- Zimmerman, Eric (2009): “Game Literacy. Game Design as a Model for Literacy in the Twenty-First Century”, en PERRON, Bernad, y WOLF, Mark J. P. (eds.): *The Video Game Theory Reader 2*. New York, Routledge, pp. 23-31

VII. Audiences.

“There has to be something to think about” – The appropriation of quality TV series as a means of distinction

Sarah Kumpf

Introduction: television series have become “good taste”

TV series are a topic at academic conferences as well as at student parties and in the feuilletons of German newspapers. Suddenly in academic circles it seems to be chic to watch television. Even watching several hours of television per day is not regarded with suspicion but greeted with enthusiasm – even in the *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (Kämmerlings 2010). The appropriation of TV series has become a sign of “good taste” and contributes to the social and cultural distinction of its recipients.

Here, in the tradition of Cultural Studies, the recipients of media texts are not seen as passive victims of the media but as active creators. They actively appropriate media and media texts and allocate meaning to them. Appropriation goes beyond the actual context of reception and includes every action and experience connected to TV series. Therefore, the appropriation of TV series is a cultural practice which is located in the everyday lives of the recipients. In this way, it contributes to their social and cultural distinction.

The recent research-grounded discourse about TV series focuses on so-called quality TV or the quality TV series. They are often ascribed some kind of normative “quality”, which distinguishes them from other media texts. The recipients of these TV series are also being researched. These so-called quality viewers are the focus of this study, too. More precisely, this study concentrates on the academic recipients of US-American quality TV series in Germany, or in short: Intellies. The Intellies have developed certain patterns of appropriation of quality TV series which, for them, underline how special their appropriation is and therefore contribute to their distinction.

Research to date: quality TV series and quality viewers

In outlining shortly what a quality TV series is it becomes clear how they can contribute to the distinction of quality viewers.

What is a quality TV series?

There is no fixed definition of quality TV series, yet. However, there is a widely held consensus that these series are special with regards to content and production. Robert Thompson said as early as 1996: “[P]eople just seemed to know it when they saw it” (12f). He defines twelve characteristics of quality TV series or quality TV as he calls it. These include, for example, the fact that quality TV has more complex scripts than other TV series, that it treats more controversial topics, and that it attracts a more highly educated audience (Thompson 1996: 13ff). As of today, Sarah Cardwell defines quality TV series as encouraging their audience to interpret and evaluate the programme in order to enable “active discovery and ongoing reflection” (2007: 30). According

to Cardwell, these features cannot be found in other television texts such as soap operas or sitcoms. Also, Cardwell underlines the high production values and a “certain sense of visual style created through careful, even innovative, camerawork and editing” (Cardwell 2007: 26). For her, quality TV series show “a sense of stylistic integrity, in which themes and style are intertwined in an expressive and impressive way” (Cardwell 2007: 26). Like Thompson, Cardwell defines quality TV without an empirical background, apparently based on a general observation. Up to now, this is characteristic for the discourse about quality TV series. It shows the importance of empirical research in this field.

Two factors are regarded as crucial for quality TV in its present form: the legislative changes by the US-American Telecommunications Act and the technological changes brought about by digitalization. Because of the Telecommunications Act, competition shifted from the mass to micro-cultures “to busy professionals who select the best entertainment for their limited leisure time” (Nelson 2007: 44). Sascha Seiler stresses: Without the restrictions of the networks, it is possible to work as freely as in film or in novels – linguistically as well as thematically (Seiler 2008: 7). And the current TV series do treat a wide array of topics: from the double life of a serial killer (*Dexter*), via the co-existence of men and vampires (*True Blood*), to life in the 1960s (*Mad Men*), to enumerate just a few.

This shift of the programme focus has been accompanied by the development of digital technologies. These have “blurred the boundary between film and television in terms of both production processes and technical quality of product” (Nelson 2007: 43). As a result, quality TV series have developed an aesthetic dimension which is comparable to the visual aesthetics of cinema. Therefore, quality TV series attract a special kind of audience: “Select groups feel themselves to be distinctive in culture and thus choose cultural goods (of all kinds) to affirm their status” (Nelson 2007: 44). As cultural goods of cultural value, quality TV series reaffirm the habitus of certain recipients by being different from “common” television texts and other media texts.

The critique of the quality TV discourse starts from this point: in the eyes of the critics, the focus should be less on differences regarding the form or content of quality TV series in comparison to other television texts. Rather, the important question is that of the recipients of such TV series, who position themselves as quality viewers by appropriating them.

What is a quality viewer?

The current research-grounded discourse about quality TV series is mostly concerned with the “quality” which is supposed to be characteristic of these TV series. However, the idea of what constitutes “quality” is culturally constructed and therefore dependent on time, place and context. Therefore, discourses about “quality” are mostly legitimization discourses which negotiate what is socially acceptable or desirable.

In this way, concepts about what constitutes “good taste” are “not natural or universal; rather, they are rooted in social experiences and reflect particular class interests” (Jenkins 1992: 16). Taste,

then, becomes a means to maintain social distinction and forge class identities. By a certain taste recipients position themselves as members of a certain class, because “taste is the basis of all that one has – people and things – and all that one is for others, whereby one classifies oneself and is classified by others” (Bourdieu 1984: 56). Thus, taste as well as the notion of what constitutes “quality” or “art” is shaped by power structures. Therefore the dichotomy of the alleged “high culture” in contrast to the alleged “culturally worthless” is closely contested. In this regard, it is not arbitrary what recipients choose to watch but rather is determined by their habitus: It is not an individual decision which TV series one likes but a decision which is made according to one’s position in society.

The discourse about quality TV series is therefore mainly a discourse about whether it is now acceptable for academic circles to be watching television or, more specifically, to enjoy watching TV series. Thus, the label “quality TV series” or “quality TV” says more about the recipients than about the media texts themselves. Cardwell (2007), for example, is of the opinion that the recipients of quality TV are more activated by quality TV than those who watch non-quality TV: “It also places the viewer into the active position that one takes up when making a critical judgement” (Cardwell 2007: 27). Nowadays, quality TV series are considered to be “high culture” and therefore it is justified to engage with them intellectually.

In this way, the reception and appropriation of quality TV series becomes an accepted cultural praxis. There is no longer any need for the self-ironic attitude which is usually taken up or even expected when educated members of the middle class admit to watching soap operas or reality shows (Bury 2008: 195). For example, the recipients of quality TV series no longer have to distance themselves by making fun of the TV series, as was the case with *Dallas* (Ang 1985: 97). Now, even academics do not have to out themselves bashfully as recipients of TV series but are actually able to rhapsodize about quality TV series.

In this way, quality TV actually creates quality viewers, such as by showing that they “recognize and appreciate the aesthetic standards of the quality text [...] such readers/viewers mark themselves out as legitimate members of the cultured middle class” (Bury 2008: 195). The discourse about quality TV series is therefore a discourse about the legitimacy of actually enjoying TV series without distancing oneself emotionally and intellectually. But which patterns of appropriation are created by this kind of reception? Four distinct patterns have been discernible in the qualitative appropriation study at hand.

Research design: qualitative guideline interviews

The data basis of the study at hand comprises ten qualitative interviews based on a guideline. The qualitative method was chosen as there was only very little insight into the appropriation of recipients of recent television series at that time. For an explorative study the methodology used should not resort to hypotheses which are devised *ex ante* (Keuneke 2005: 254). Also, the recipients should have the possibility to explain the context of their reception of TV series themselves. With a standardized method this would not have been possible.

The guideline combined mostly theoretical considerations relating to the following topics: serial biography, reception contexts in everyday life, identity and identification, construction of meaning, changes concerning reception and appropriation, deterritorial collectivisations, positioning towards fan culture, intertextual connections and appropriation, ownership in connection with TV series, formal aspects of TV series, as well as demographic data such as age, profession or education.

26 potential interviewees responded to notices placed via e-mail, in video rental shops and on bulletin boards on Facebook and StudiVZ. In all the notices the term “fan of TV series” was used to try to verbalize the notion that people with a certain amount of expertise in TV series were wanted.

On the basis of theoretical sampling (Krotz 2005: 192) five men and five women were selected and interviewed. The interviews took place mostly in the homes of the interviewees and were conducted between November 2009 and January 2010. The interviewees comprised a pupil, a high school graduate who was doing an internship as a midwife, four students of different subjects, a child therapist, a media designer, a policeman and a university lecturer. The interviewees were between 17 and 41 years old, with the 17-year-old pupil and the 41-year-old university lecturer being the youngest and oldest respectively. All the other interviewees were between 22 and 32 years old.

In comparison to the other interviews, the interviews with the pupil and the university lecturer differed greatly in content and progression. While the pupil was much less reflective than the other interviewees, the university lecturer was even more reflective. These two interviews were so completely different in comparison to the others that they were not included in the analysis.

Therefore, the basis for the following analysis is eight qualitative guideline interviews, each approximately one hour long. The interviews were transcribed literally. Afterwards, they were coded first openly and then axially as defined by Grounded Theory.

Analysis: four patterns of appropriation

The Intellies’ appropriation of TV series is distinguished by four patterns: the Intellies judge series critically, they watch them beyond the medium of television, they actively shape the context of reception, and they experience the series’ world emotionally.

Judging TV series critically

As academic recipients it is important for the Intellies to engage with series intellectually. In the interviews, they often stress how important an active appropriation is to them. Furthermore, they have a very clear idea about the “quality criteria” a TV series has to meet: series should be thematically special, emotionally realistic, intelligently funny, narratively surprising, as well as aesthetically demanding. These criteria are strikingly similar to the criteria described by Thompson (1996) and Cardwell (2007). There seems to be a consensus about what constitutes “quality” in TV series.

For the Intellies thematically special means different from the everyday routine. Series have to offer something new, otherwise “one can just simply go out on the streets” and dispense with watching (Jonas, 26, biology student). That means the Intellies expect more than entertainment from the TV series: “There has to be something to think about; something to philosophize about a bit” (Simon, 23, physics student). Hence, the Intellies ask for just the kind of activation which Cardwell claims to be characteristic of quality TV series.

Like Ien Ang (1985) showed with recipients of *Dallas* the Intellies find it important that series are emotionally realistic. This does not exclude exotic settings. The rest, however, should be “like it is in real life” (Christoph, 30, policeman). This also means that characters should not be too perfect as this is perceived as being artificial: “Well, they were so funny and quick-witted, nobody could ever really be like this” (Elisabeth, 32, child therapist). For the Intellies, series have to remain emotionally comprehensible. As a genre the TV series convince them as they get to know the characters intimately because “over time one just knows exactly what the person is thinking” (Nina, 24, meteorology student). If a series is emotionally realistic, the Intellies like being swept away and to “dive into their world. That’s the great thing about it” (Lina, 22, midwifery intern). This other world is as if they would “observe a parallel world” (Nina, 24, meteorology student).

This parallel world is, as the Intellies say, intelligently funny. That means “I don’t really fancy crap like slapstick and everyone getting one on the nose” (Christoph, 30, policeman). Rather, the Intellies expect some kind of bizarre humour which is “just a little bit different” (Simon, 23, physics student). Thus, TV series should distinguish themselves by a humour which appeals to the Intellies intellectually.

The Intellies also expect a quality TV series to be narratively surprising. They do not tolerate redundancies: This “is something which is dull and stupid and I don’t LIKE it” (Christoph, 30, policeman). Therefore, series do not get better with time in the eyes of the Intellies. Quite the contrary, they count on TV series to worsen: “I have never experienced a series which didn’t decline, which didn’t get worse” (Elisabeth, 32, child therapist). Hence, they are happy if a series comes to an adequate end: “Yes, the great thing is if a story has been established over the course of a season and the character FINALLY finds the solution or does what he should have done ages ago” (Jonas, 26, biology student). Therefore, the Intellies are happy when a series ends – even if they really liked it. As soon as a series is suspected of only being continued to “milk the audience” (Elisabeht, 32, child therapist), e.g. for commercial reasons, the distinguishing feature is lost for the Intellies and with it the opportunity for personal distinction. As a result the Intellies stop watching the series.

The Intellies follow TV series because “it is fun to watch this” (Maren, 28, media designer). And a lot of this fun depends on the aesthetic appearance of the series. They like the way in which US-American quality TV series are aesthetically demanding; they like the look of the series. Also, music plays an important role “in order to empathize [...], just to let go, [...], that causes a feeling within oneself” (Maren, 28, media designer). Hence, music enables the Intellies to dive even deeper into the parallel world of the series.

In terms of these aesthetic aspects the Intellies do not approve of German TV series. None of the other criteria are met either. On the contrary: for the Intellies German TV series are thematically average, emotionally cliché, flatly funny, narratively foreseeable, as well as aesthetically boring. Hence, it is not surprising that the Intellies do not watch German TV series.

Receiving TV series beyond the medium of television

The Intellies do not only turn away from German TV series. German television as a medium does not play a role for the Intellies anymore. This corresponds with the notion that watching television is not fashionable for recipients of a certain habitus. The cable channel Home Box Office (HBO) angled a whole campaign in this direction and was able to profit “from cultural snobbery around television as it sets out to appeal to the college-educated audience who supposedly do not watch TV” (McCabe/Akass 2008: 85).

However, for the Intellies there are also practical reasons to turn their backs on the medium of television: firstly, most of their series are not on German TV. Secondly, the Intellies generally prefer to watch their series in English. And thirdly, it is important to the Intellies to determine their rhythm of reception themselves. Therefore, their medium of choice for the reception of TV series is the Internet.

Only very few quality TV series make it onto the German television screen. Mostly, “they do not run here. Or they start and then they cancel them again” (Lina, 22, midwifery intern). This frustrates the Intellies and it is this frustration which makes them watch TV series on the Internet. Quickly, they turn away completely from the medium of television: They find new series on the websites from which they download the series or where they watch them as online streams. They watch these new series on the Internet again. Also, they find all of the additional offers connected to TV series online, for example bulletin boards or background information on the actors. In the process of appropriation television no longer plays a decisive, or indeed even any, role for the Intellies. This development is favoured by the fact that the Intellies are Internet-savvy. This might also be a reason why the Intellies are aged from approximately 20 to 35. Even though the Intellies have not grown up with the Internet, they have learned to use it to their advantage and feel at ease browsing the web for the information they need.

Furthermore, the Intellies find it very stimulating to watch the series in its original language, e.g. English. As it is not so common in Germany to speak or understand English fluently, this heightens the means of distinction for the Intellies. However, for the Intellies the perceived main reason is that too much is lost in translation: “Mostly, it is translated horribly. Especially funny things do not translate well into German” (Jonas, 26, biology student). In German the series loses its witty humour which the Intellies appreciate so much. Also, in the eyes of the Intellies, the TV series lose authenticity when translated. Thanks to their high level of formal education the Intellies rarely have problems watching TV series in English. On the contrary: “I think my English has become much better because of watching so many series” (Jonas, 26, biology student).

Because of this perceived educational value, it is even more legitimate for the Intellies to watch TV series.

It is also important to them that their reception of TV series is not determined by the broadcasting rhythm of television channels. The Intellies want to maintain control over when and where they watch TV series. However, they have to succumb to one constraint: the constraint of seriality because “if I know that there’s a new episode, then I do have to watch it immediately. I just couldn’t stand to wait another day” (Lina, 22, midwifery intern). Hence, the Intellies can choose when or where to watch but they still want to know what will happen next.

That is why they have developed another strategy of reception which alters fundamental principles of the series: some TV series are no longer watched when they are new and airing for the first time but when they have been broadcast in full or even terminated. In this way “I can decide how much I watch on one day” (Sven, 24, sociology student). The Intellies download whole series and are technically able to watch a series in one week which aired over three years originally. This method of reception changes the perception of series because “some series do not stretch over years anymore but only over one or two months until I am through with them” (Maren, 28, media designer). Thereby the emotional connection of the Intellies to the series diminishes. The action of reception, however, becomes a more intensive experience as it enables the recipients to watch for hours at a stretch.

As the Intellies obtain TV series with the help of the Internet and watch them on their computers, this affects the way in which they shape their reception context.

Shaping the context of reception

The appropriation of series takes place in a personal and private space of experience for the Intellies. Here, they are able to actively shape the context of their reception in various respects: they can choose the place of reception, timewise the reception marks the change from work to leisure and the Intellies can choose what they want to watch according to their mood.

When the Intellies watch series, they sit in front of their computers. This is true for those who watch live streams online as well as those who download them illegally from file hosting services because “for me it is too laborious to burn them on DVD or something like that” (Sven, 24, sociology student). Therefore, their computers or laptops are the centre of the reception of TV series. An additional advantage of the laptop is that the recipients can take them into bed with them. The Intellies do that sometimes “especially if it is just before going to bed” (Simon, 23, physics student). In this way, the reception of TV series becomes very private: “For me it’s just like the book you read in the evening when you go to bed and want to relax” (Sven, 24, sociology student). The laptop on which the series is received enters into a space which used to be reserved for books. Like reading a book the reception of TV series stays private even if the Intellies share their flat with other people.

For the Intellies it is normal to watch series on their own. They only make exceptions for those

who are very close to them, for example flatmates, siblings or partners. The shared reception of series connects them; it “improves the spirit of the flatshare” (Jonas, 26, biology student). However, not every series qualifies for a shared reception because “some episodes I very much like watching by myself” (Maren, 28, media designer). In general, watching TV series is still private for the Intellies and they prefer it like this because it is a space where they have time for themselves. This is especially valuable to them as they have very little leisure time and are working in professions where leisure and work often merge – especially if they are still students.

Therefore, the series mark the end of the working day for the Intellies. They watch series “when I am done with all my stuff” (Lina, 22, midwifery intern). When everything is finished, the TV series are good to “let the day ease down” (Sven, 24, sociology student). Often it is important to the Intellies to watch more than one episode at a stretch “because it is made in a way that one wants to know how it continues” (Simon, 23, physics student). Thus, the feeling of being in a “parallel world” (Nina, 24, meteorology student) is prolonged: a world which is not only a fictive world for the Intellies but a space that they can come home to.

It is especially handy for the Intellies that they can choose on a daily basis which world they want to come home to. Depending on their mood they choose from their repertoire of series which new episode they want to watch. On a strenuous day they do not choose strenuous series like *Dexter* because “he kills people in the nastiest ways” (Lina, 22, midwifery intern). This is “sometimes too nerve-racking” (Lina, 22, midwifery intern). After a strenuous day the Intellies do not want to dive into just any parallel world.

Altogether, the series’ world becomes a private space for the Intellies to withdraw from their everyday lives. This privacy is important for them to be able to experience the series emotionally.

Experiencing the series’ world emotionally

The key to the Intellies’ appropriation of TV series is the emotional experience. That means they do not only analyse series on an intellectual level but they also allow for emotions. This distinguishes the Intellies from an aesthetic distancing which is, after Bourdieu (1984: 34) characteristic of the (academic) middle or upper class. According to this view, which is also called bourgeois aesthetics (Jenkins 1992: 18), upper class recipients do not feel empathy for the characters of a media text. Rather, they analyse the form of a TV series and compare them to other media texts such as other series, plays or even films.

The Intellies do analyse the TV series. However, there is also a level of emotional experience perceptible. This emotional experience becomes apparent in three different respects: firstly, the Intellies are involved emotionally when watching TV series. Secondly the appropriation of TV series goes beyond the reception itself: there are consequent activities which follow the reception. And thirdly, the Intellies perform identity work related to series.

While watching TV series the Intellies experience the emotions of the series’ characters. They are emotionally involved: “Well, if one puts oneself into their position, then, of course you are

angry about things, or happy about things” (Lina, 22, midwifery intern). It is important to the Intellies that they can allow for and enjoy this emotional experience. However, it is also very important to them that this emotional experience remains an “instant feeling”: “It does not stay with me for the whole day” (Nina, 24, meteorology student). In the interviews, they make it very clear that they limit their feelings to the reception situation.

For the female Intellies these feelings can become very strong. They do not have a problem with admitting that they often cry while watching TV series. This is different for the male Intellies: “Well, if something sad happens, of course you are concerned. I think they do that on purpose but it’s not like I burst into tears or something” (Sven, 24, sociology student). They can admit to feeling concerned but they draw a line at crying. However, that the male Intellies do not cry does not necessarily mean that they experience the series less emotionally than the female Intellies. It is possible that other cultural conventions become apparent here, e.g. “boys don’t cry”. Also, the gender of the interviewing person could have played a role; maybe they did not want to admit to a woman that they cry when watching TV.

In general, all the Intellies set very strict rules for themselves about the boundaries of their emotional involvement. If a season or a series comes to an end, they are sad. However, it is “not like I am totally devastated” (Lina, 22, midwifery intern). The Intellies do not allow the series to cause too many emotions compared to “real” events in their lives.

After the actual watching the consequent activities related to the TV series prolong the emotional experience. Among others this is one of the features which distinguishes the Intellies as fans of the genre television series. They already have accumulated an impressive knowledge about series and share this knowledge with others. Therefore, they can be classified as “tourists” in relation to the typical career of a fan (Winter 1995: 170). The consequent activities include reliving the emotions on their own, reliving them with others, as well as other actions concerning series.

For the Intellies it is important to share their series with others: “You just look for like-minded people in order to talk about it with them” (Lina, 22, midwifery intern) because only like-minded people understand the allusions the Intellies use. In the eyes of the Intellies such jokes or quotations only aim at fostering understanding with like-minded people: “I would not quote a series just because I thought the things someone said were especially clever” (Nina, 24, meteorology student). These allusions are a code which ensures the counterpart that they share the same inside knowledge. Thus, it strengthens the feeling of togetherness and the perception of distinction.

This shared reliving is very important for the Intellies: “Well, sometimes I got on my friends’ nerves until they started watching the series” (Nina, 24, meteorology student). If there is really nobody in the vicinity who enjoys watching TV series, bulletin boards fill this gap: “if I read the things that other people post, then I have a feeling of reciprocity” (Elisabeth, 32, child therapist).

However, that the Intellies read bulletin boards does not mean that they also contribute to the discussion. On Facebook and StudiVZ for example they have joined groups for their favourite

series. Mostly, it is enough for them to have these groups posted on their profile: “Just to demonstrate that I like this series” (Maren, 28, media designer). With their membership in the group they show that they know the series and like it but they do not engage in further discussions. This demonstration of knowledge seems to be the main reason for the existence of many of these groups: “Well, there are a lot of them where generally nobody writes anything; which you only have on your wall to show: ‘Yes, I watch this series’” (Nina, 24, meteorology student). Like the inside allusions the Intellies share with other recipients of TV series this strengthens their affiliation with the collectivisations of fans of TV series. Certain TV series thus become a means of distinction in the social web of Facebook, etc. Comparable to a well sorted library the wall shows how well read and well watched the person is. In this way, series have become a part of the Intellies’ identity and have been integrated into their everyday lives. The series’ realities have become a part of their reality; they become a part of the Intellies’ hybrid media identity.

The Intellies search actively for parallels between their own lives and the lives which are displayed in the series. Depending on their thematic bias they see the same topics in the series which preoccupy them in their lives. For example Christoph (30, policeman) who concentrates on the friendship between men and draws parallels with himself and his best friend: “Honestly, *Scrubs*, these two, that’s just like Robin and me, being stupid [...] and talking rubbish” (Christoph, 30, policeman). Elisabeth, a child therapist, always analyzes the relationships between the characters. Also, she especially watches series which are thematically concerned with psychoanalysis or psychotherapy. The series *In Treatment* has actually helped her in her profession: “I thought it was fantastic, too, for my job. Because he was just great with psychological conversation technique and something like that you rarely experience, you know? Usually you’re not allowed to witness the therapy sessions” (Elisabeth, 32, child therapist). However, it is not only the parallels with their own lives which appeal to the Intellies.

They also like the way the series enable them to have experiences they would never have in “real” life: “doing nothing, just hanging around in a bar, cruising through the countryside on a motorbike, blasting away with a gun” (Jonas, 26, biology student). By watching the series the Intellies can participate in a life which appeals to them but which might never be their reality. Or they can experience relationships they probably would not want in their everyday lives:

He [*Dr. House*] is like this lone wolf, whom nobody gets and who won’t open up to anyone. And, I mean, well, as a woman you wish to tame a man like that, don’t you? (Laughing) Well, I would wish that. Of course, I would NEVER want that in real life but to imagine it, [...] that’s the fun part. (Elisabeth, 32, child therapist)

For the female Intellies it is important that there is always a man in the series who they fancy. For the male Intellies it is not important to have a woman they fancy, or at least they would not admit to that in front of a female interviewer. Other than that there was no perceptible difference between the emotional experience of the series’ world between male and female Intellies.

Conclusion: the appropriation of quality TV series as a means of distinction

TV series used to be “no-go areas” for academics. Now they are seen as a “new avant garde” (Martin Kluger in Kämmerlings 2010). The Intellies belong to a generation which handles computers with ease and is Internet-savvy. Although they have not grown up with the Internet they have appropriated it for their purposes. The Internet also affects their appropriation of TV series. With their flexible, often irregular working hours or as students it is not feasible for them to abide by fixed television schedules. Their reception, therefore, is as self-determined as possible.

The influence of the Internet also shows how they shape the context of their reception. The computer as the end device of the Internet is a private matter; the Intellies prefer to sit on their own in front of their laptops. They only sometimes allow those close to them like siblings, flatmates or partners to share the reception of TV series. Usually, the Intellies prefer to share their thoughts and feelings after the reception. In this way, they relive the series with others. Thereby, the series occupy the space that used to be occupied by a novel which was read before going to bed. Interestingly, the Intellies do not own a lot of DVDs of TV series, only very few selected ones. They are not interested in a display of their whole knowledge of series. The actual library with impressive classics is replaced by membership in groups on Facebook and StudiVZ. Like the library these groups make the Intellies’ knowledge visible – but only online. For young people living in the information era this makes sense.

The appropriation of TV series, especially of what they consider to be quality TV series, is marked by individuality and self-determination. This kind of appropriation makes it possible for the Intellies to experience the series emotionally. Only by feeling intellectually active and stimulated can the Intellies admit to their feelings concerning the TV series. They reject other media texts which do not meet their “quality standards”.

Their appropriation of TV series goes beyond the reception with consequent activities and identity work. In this way, the Intellies incorporate the series into their construction of identity and thereby deal with the topics and problems of their own lives. It is especially because the Intellies perceive the series to be “high culture” and “culturally valuable” that they allow them to occupy such a prominent place in their lives. Also, they allow themselves to draw parallels between the series’ characters and their own lives. This is not the case with series they do not label as quality TV, for which they feel obliged to keep an aesthetic of distance. Therefore, the perceived “quality” of the series is both the rationale and the requirement for the Intellies to experience the series emotionally. For them the quality TV series are emotionally realistic and reflect their attitude towards life. It is important to them that there is a widely held notion that these series are not “trash” but “quality”.

Whether the quality TV series actually exists or not cannot be answered here. There is still a lot of scope to empirically research the parameters which are perceived as constituting “quality”.

Works cited

- Ang, Ien (1985): *Watching Dallas. Soap opera and the melodramatic imagination*, Methuen, London.
- Bourdieu, Pierre (1984): *Distinction. A social critique of the judgement of taste*, (translated by Richard Nice), Harvard University Press, Cambridge.
- Bourdieu, Pierre (1989): "The aristocracy of culture", in: *Media, Culture & Society*, 2/1989, Sage, pp. 225–254.
- Bury, Rhiannon (2008): "Praise you like I should: cyberfans and *Six Feet Under*", in: Leverette, Marc/Ott, Brian L./ Buckley, Cara Louise (ed.): *It's not TV. Watching HBO in the post-television era*, Routledge, New York/London.
- Cardwell, Sarah (2007): "Is quality television any good? Generic distinctions, evaluations and the troubling matter of critical judgement", in: McCabe, Janet/Akass, Kim (ed.): *Quality-TV. Contemporary American television and beyond*, I.B. Tauris, London/New York, pp. 19–34.
- Charlton, Michael/Neumann-Braun, Klaus (1992): *Medienkindheit, Medienjugend. Eine Einführung in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung*, Quintessenz, München.
- Geraghty, Christine (1981): "The continuous serial – a definition", in: Dyer, Richard et. al.: *Coronation Street*, British Film Institute, London, pp. 9–26.
- Hepp, Andreas (2006): *Transkulturelle Kommunikation*, UVK, Konstanz.
- Hickethier, Knut (1991): *Die Fernsehserie und das Serielle des Fernsehens*, Universität Lüneburg, Lüneburg.
- Hickethier, Knut (2001): *Film- und Fernsehanalyse*, Verlag J. B. Metzler, Stuttgart/Weimar.
- Jenkins, Henry (1992): *Textual poachers. Television fans & participatory culture*, Routledge, London.
- Kämmerlings, Richard (2010): "Das Fernsehen schaut uns an", *Frankfurter Allgemeine Zeitung* No. 132, 11.6.2010, p. 40. URL: <http://www.faz.net/s/RubBE163169B4324E24BA92AAEB5BDEF0DA/Doc~EF4DE6164972A43729D1FB632961FC191~ATpl~Ecommon~Scontent.html> [20.6.2010].
- Keuneke, Susanne (2005): "Qualitatives Interview", in: Mikos, L./Wegener, C.: *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*, UVK, Konstanz, pp. 254–267.
- Krotz, Friedrich (2005): *Neue Theorien entwickeln. Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung*, Herbert von Halem Verlag, Köln.
- McCabe, Janet/Akass, Kim (2008): "It's not TV, It's HBO's original programming. Producing quality-TV", in: Leverette, Marc/Ott, Brian L./ Buckley, Cara Louise (ed.): *It's not TV. Watching HBO in the post-television era*, Routledge, New York/London.
- Mikos, Lothar (1994): *Es wird dein Leben! Familienserien im Fernsehen und im Alltag der Zuschauer*, MAkS Publikationen Münster, Münster.
- Mikos, Lothar (2001): *Fern-Sehen, Bausteine zu einer Rezeptionsästhetik des Fernsehens*, Vistas, Berlin.
- Mikos, Lothar/Winter, Rainer (2009): "Call for papers. Contemporary serial culture: quality-

TV series in a new media environment”, URL: http://www.rainer-winter.net/index.php?option=com_content&task=view&id=246&Itemid=6 [16.11.2009].

Nelson, Robin (2007): “Quality-TV drama. Estimations and influences through time and space”, in: McCabe, Janet/Akass, Kim (ed.): *Quality-TV. Contemporary American television and beyond*, I.B. Tauris, London/New York, pp. 38–51.

Seiler, Sascha (2008): “Abschied vom Monster der Woche. Ein Vorwort von Sascha Seiler”, in: Seiler, Sascha: *Was bisher geschah. Serielles Erzählen im zeitgenössischen amerikanischen Fernsehen*, Schnitt – der Filmverlag, Köln, pp. 6–9.

Thompson, Robert J. (1996): *Television's second golden age. From Hill Street Blues to ER*, Continuum, New York.

Winter, Rainer (1995): *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozeß*, Quintessenz, München.

Don't Stop Believin #: le performance del *Glee Club* e dei suoi fan

Agnese Vellar

***Glee*: un successo transnazionale per la cultura convergente**

Glee è stata la serie Tv di maggior successo dell'anno 2009/2010. Oltre ad aver raggiunto elevati indici di ascolto sia negli Stati Uniti sia in Italia ed aver vinto numerosi premi, ha infatti dato vita ad una cultura di fan transnazionale: i *gLeeks*. *Glee* è dunque un caso di "quality Tv" che sfrutta le dinamiche partecipative della "cultura convergente" per dare vita ad una "economia affettiva" transnazionale (Jenkins, 2006). Da un lato gli spettatori partecipativi, ovvero i fan, sono un mercato interessante in quanto predisposti alla ri-visione dei contenuti, all'acquisto di prodotti correlati e alla promozione della serie stessa. Tuttavia essi sono anche attivi nella rielaborazione dei contenuti mediali. In particolare, utilizzando le opportunità dei social media e delle tecnologie digitali, i fan selezionano, ri-distribuiscono e remixano i contenuti massmediali, dando vita a "performance spettatoriali" (Hills, 2002) che sono a loro volta fruite dagli spettatori stessi. In tal modo contribuiscono alla valorizzazione di un testo mediale costruito per diventare un "culto" (Eco, 1984). Per indagare la co-costruzione di *Glee* come testo di culto, ho analizzato il "testo primario" (le 22 puntate della prima stagione) e i "testi secondari" o "paratesti" (in particolare la campagna promozionale transmediale) al fine di identificare le tematiche principali messe in scena nella fiction e le strategie promozionali. Ho quindi analizzato i "testi terziari" prodotti dai fan (*fanart*, *fanvid* e discussioni online). Innanzitutto ho osservato le discussioni dei fan nel forum italiano della community ::ItalianSubsAddicted::. In secondo luogo, per costruire la base empirica audiovisiva, ho utilizzato come fonte di dati Vidders e YouTube (per i video derivati) e deviantArt (per le *fanart*).

In questo saggio analizzerò le strategie attraverso cui i creatori di *Glee* hanno costruito una serie Tv progettata per diventare un culto transmediale coinvolgendo il pubblico partecipativo dei fan in un processo di valorizzazione del brand. Descriverò quindi le pratiche attraverso cui i fan si sono appropriati dei testi prodotti professionalmente dando vita a contenuti audiovisivi e forme di "performative consumption" condivise online.

La "quality Tv" nel nuovo millennio: identità giovanili e talenti musicali

Glee è una serie Tv prodotta e distribuita dalla 20th Century Fox Television di Rupert Murdoch e creata da Ian Brennan, Ryan Murphy, Brad Falchuk, questi ultimi già creatori dell'adult drama *Nip/Tuck* e dunque "nomi noti" della produzione di quality Tv statunitense. I 22 episodi della prima stagione sono stati trasmessi negli Stati Uniti tra il settembre 2009 e l'aprile 2010 dal canale FOX, di proprietà dello stesso Fox Entertainment Group. *Glee* dunque si caratterizza come prodotto di "quality Tv", sia per l'autorialità dei creatori, sia in quanto sfrutta le opportunità commerciali date dalla convergenza dei conglomerati mediali in un sistema integrato di produzione-distribuzione.

Il canale FOX è stato l'apripista di questa tendenza: infatti il suo lancio nel 1986 da parte di Murdoch ha posto fine al dominio del mercato televisivo da parte dei tre grandi network generalisti (ABC, CBS e NBC), inaugurando l'era "post-network". Il lancio della FOX è stato funzionale alla costruzione di un impero mediatico in grado di controllare società di produzione, distribuzione e reti Tv. FOX ha quindi dimostrato il beneficio economico derivato sia dall'accorpamento mediale, sia dalla creazione di un canale gratuito dedicato non più all'audience generalista, ma ad una specifica nicchia demografica: i giovani (12-24 anni). La FOX ha infatti inaugurato il sotto-genere dei "teen drama", ovvero serie Tv di genere drammatico come *Beverly Hills, 90210* e *Melrose Place* che rappresentano il punto di vista di un gruppo di giovani, descrivendone relazioni amicali e sentimentali (Sharon e Stein, 2008). A partire dagli anni Novanta, la FOX si è rivolta quindi al target dei giovani-adulti metropolitani (18-49 anni), programmando serie Tv di successo transnazionale quali *24* e *House*. Tuttavia i maggiori indici di ascolto sono stati raggiunti con il "talent show" *American Idol*, durante il quale una serie di aspiranti cantanti si sfidano per vincere la competizione.

Tra gli anni Novanta e il nuovo millennio, la "reality Tv" è diventata la *killer application* dei broadcaster statunitensi (Jenkins, 2006), come reazione alle serie di "quality Tv" programmate nelle Tv a pagamento. Al contempo l'audience "teen" è stata assorbita da The WB, canale di proprietà della Warner Bros. Entertainment, sussidiaria di Time Warner. In seguito ad un *joint venture* tra Time Warner e CBS Corporation, nel 2006 The WB è stata sostituita da The CW. The CW ha ereditando i "teen drama" precedentemente programmati dalla The WB e ha prodotto serie rivolte ad un pubblico femminile nonché "reality show" quali *America's Next Top Model*, imponendosi come network di riferimento per il target giovanile. The CW, a partire dal 2009, ha inoltre avviato strategie di progettazione cross-mediale. Integrando funzionalità partecipative nel sito (forum, applicazioni interattive, ...) e costruendo programmi con estensioni narrative in social media quali Twitter e YouTube, ha rinnovato la propria identità in funzione della categoria demografica dei Millennials (Stein, 2010), ovvero gli adolescenti del nuovo millennio: i nativi digitali. The CW costruisce dunque un immaginario giovanile che, a partire dalla programmazione di "teen Tv", si estende nei nuovi media, e coinvolge gli spettatori in attività partecipative, diventando la: "Tv to talk about", come esplicita la tagline del network.

Alla fine del primo decennio del nuovo millennio, le strategie dei conglomerati mediatici statunitensi sono dunque finalizzate alla costruzione di brand cross-mediali in grado di coinvolgere i giovani predisposti all'utilizzo di tecnologie interattive ibridando la fiction drammatica con il musical, il quale si è affermato come genere anche in seguito al successo dei "talent show". *Glee* dunque costituisce un caso esemplare di produzione Tv degli anni '10: rivolta a due generazioni di spettatori cresciuti con i "teen drama", integra la componente musical ed è progettata sfruttando le opportunità partecipative dei social media.

Glee come "teen dramedy": storie di formazione «for the underdog in all of us»

Il portale Internet Movie Database e Wikipedia classificano *Glee* come "musical comedy-drama". Tale classificazione risulta esplicita fin dai testi secondari che precedono la trasmissione della

PREVIOUSLY ON

serie. Nelle strategie promozionali *Glee* viene infatti proposta come un ibrido tra i classici “teen drama” e le “comedy” rivolte ad un’audience familiare suggerendo dunque sia il target, sia il tono della serie. Infatti nella tagline: «A biting comedy for the underdog in all of us», la serie è presentata come una commedia rivolta ai “perdenti” (*underdog*) che, nella fiction, sono rappresentati dai membri del *New Directions*: il coro scolastico (Glee Club) del fittizio liceo “William McKinley High School”. La componente “comedy” è inoltre implicita nel titolo stesso: il termine “Glee”, oltre a fare riferimento al Glee Club, è un sostantivo anglofono sinonimo di “gioia”. Il tono da commedia consente quindi di innovare il genere “teen”, reinterpretando i topos narrativi delle produzioni cine-televisive che mettono in scena l’universo giovanile (Shary, 2002). Innanzitutto, il genere “teen” prevede la presentazione di un punto di vista adolescenziale, spesso rappresentato da ragazzi “popolari”, contrapposto ad un’alterità costituita dal mondo degli adulti. In *Glee* invece il punto di vista è quello dei “perdenti”, rappresentati attraverso stereotipi di “diversità”, quali le minoranze etniche o di genere e le disabilità. Il conflitto messo in scena nella fiction è dunque quello tra i perdenti e i popolari, a cui si accompagna una complicità intergenerazionale. I protagonisti sono infatti distinti tra il gruppo dei popolari, rappresentato dalle Cheerios, ovvero le pluripremiate cheerleader, e dai giocatori di football (supportati dai rispettivi coach Sue e Ken), e dai perdenti, rappresentati dai membri del Glee Club (supportati dal loro coach Will). Tale contrapposizione risulta evidente fin dalla campagna promozionale, in cui, attraverso una strategia di comunicazione visuale, i perdenti si “auto-etichettano” e vengono “etichettati” con la lettera “L” di “Looser”. Un gesto che si configura come un vero e proprio logo, che identifica il “brand *Glee*” (Figura 1).

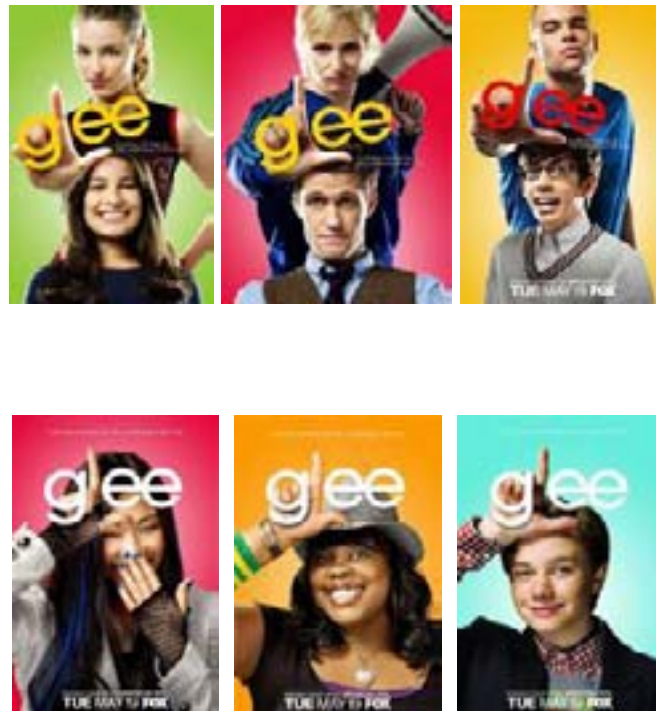


Figura 1: Immagini promozionali della prima stagione di *Glee*

PREVIOUSLY ON

Nell'episodio pilota viene quindi esaltata la contrapposizione perdenti-popolari, come esemplificato dal brevissimo dialogo tra Will e Sue, coach rispettivamente del Glee Club e delle Cheerios:

SUE - Il liceo è un sistema di caste. I ragazzi occupano dei posti precisi. Gli atleti e i ragazzi popolari sono all'attico. Quelli invisibili e quelli che giocano e Druidi e Troll nella foresta, sono al piano terra.

WILL - E quelli del Glee Club?

SUE - Sotto il seminterrato.

Tuttavia la condizione di perdenti non è vissuta in modo passivo ma, al contrario, i membri nel Glee Club sono coinvolti in un percorso formativo finalizzato a migliorare le proprie competenze musicali e performative, al fine di realizzare un progetto collettivo, ovvero vincere le gare provinciali, e poi regionali, di canto coreografato. Il talento e l'autodeterminazione sono dunque due dei temi della fiction, incarnati in particolare dal personaggio di Rachel, l'aspirante "primadonna":

RACHEL - I miei papà mi hanno viziato con le arti. Ho preso lezioni di danza, di canto. Di tutto pur di farmi partire avvantaggiata. Penserete che tutti i ragazzi a scuola mi muoiano dietro. Ma i miei impegni su MySpace mi tengono troppo occupata per uscire coi ragazzi. Cerco di postare un video su MySpace ogni giorno solo per esercitare e migliorare il mio talento. Al giorno d'oggi, essere anonimi è peggio che essere poveri. La fama è la cosa più importante nella nostra cultura, adesso. E se c'è una cosa che ho imparato, è che nessuno te la regalerà.

L'esibizione nello spazio digitale di MySpace è presentata come uno strumento attraverso cui esercitare il talento e quindi raggiungere un vantaggio competitivo grazie al quale aumentare la propria popolarità. L'exasperazione delle ambizioni di Rachel, messe in scena con il tono della commedia, consentono, da un lato, di strizzare l'occhio alle pratiche performative online degli stessi spettatori, dall'altro di smitizzare il tema della "popolarità". Infatti il talento, presentato nel pilota come strumento funzionale all'acquisizione della fama, diventerà uno stimolo all'autodeterminazione, qualcosa in cui "credere", come viene sottolineato dalla canzone *Don't Stop Believing*. La rilevanza della canzone, preformata in conclusione della prima puntata, è messa in luce sia dalla frequenza con cui ricorre nella serie sia dalle molteplicità di *fanart* relative ad essa (Figura 2).

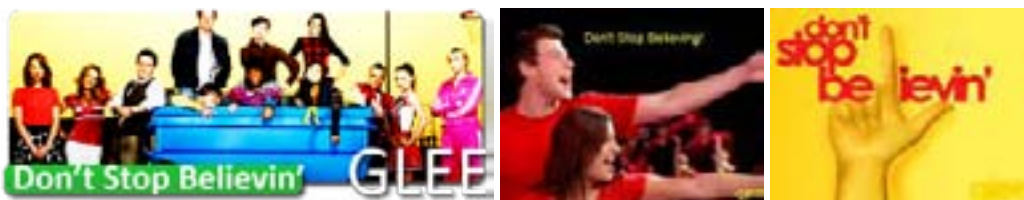


Figura 2: *fanart* relative alla canzone *Don't Stop Believing*

Durante la prima stagione dunque il confine perdenti/popolari viene decostruito. Da un lato la

discesa dei popolari verso “il seminterrato” è rappresentata dalla capo cheerleader Quinn che, a causa di una gravidanza indesiderata, diventa l’oggetto di stigma ed esclusione sociale. La risalita dei perdenti verso l’“attico” è invece il risultato del percorso all’interno del Glee Club che consente loro di ottenere una rivalse sancita non tanto dalla vittoria alle gare provinciali di canto, quanto dalla raggiunta consapevolezza e accettazione della propria “diversità”, che diventa un elemento di forza. Un personaggio che esemplifica questo percorso di crescita è Kurt. Nei primi episodi infatti Kurt finge di essere innamorato di una ragazza per nascondere la sua omosessualità, e diventa membro della squadra di football per ostentare virilità di fronte al padre. In seguito, tuttavia, decide di fare *coming out* e rivela, prima ai compagni del Glee Club, quindi al padre, di essere gay. Per Kurt dunque la diversità di genere diventa stimolo all’autodeterminazione:

KURT - Io so chi sono da quando avevo 5 anni. Mi sono adattato. Essere diverso mi ha reso più forte. E alla fine è questo che mi tirerà fuori da questa città di vaccari (1x09).»

Nel percorso di costruzione identitaria ha un ruolo rilevante la partecipazione al Glee Club, in quanto consente ai protagonisti, da un lato di esprimersi creativamente e di esibire pubblicamente la propria individualità, dall’altro di sentirsi parte di un gruppo di pari che aiuta ad acquisire fiducia in sé stessi e autodeterminazione. Gli sceneggiatori sottolineano ripetutamente il ruolo del Glee Club dal punto di vista formativo, attraverso le parole sia di Will, secondo cui «Il Glee Club... non è solo esprimere se stessi agli altri. È esprimere a se stessi quello che si è (1x19)», sia di Mercedes, secondo cui: «Lo scopo del club è quello di esprimere cosa hai realmente dentro (1x03)». La storyline di Mercedes nella puntata *Home* (1x16) rappresenta questo percorso di acquisizione di fiducia mediato dalle performance musicali. Nell’episodio Mercedes infatti decide di diventare cheerleader e, come immediata conseguenza, viene sottoposta ai regimi dietetici che Sue impone alle Cheerios (Figura 3):



Figura 3: (a) Mercedes e Kurt a colloquio con Sue Sylvester e (b) Santana mostra il “Bibitone Depurante”

MERCEDES - Signorina Sylvester, non mi sento a mio agio con la gonna della divisa dei Cheerios. Non mi entra nemmeno.

SUE - Mercedes, non dovresti provare imbarazzo a causa del tuo corpo.

MERCEDES - Imbarazzo? No, no. Ho paura che mostrando troppa carne possa scatenare gli

PREVIOUSLY ON

ormoni del pubblico.

SUE - Tra sette giorni, la giornalista Tracey Pendergrass verrà qui a scuola e la mia nuova cantante avrà perso cinque chili, e indosserà una uniforme adatta al proprio genere sessuale... o sarà fuori dalla squadra.

Mercedes dunque si rivolge alle nuove compagne di squadra per ottenere consigli su come perdere peso. Le Cheerios rispondono esaltano le qualità di un “Bibitone Depurante”, che ironizza sui prodotti di dimagrimento commerciali e sui relativi regimi dietetici scorretti che essi impongono:

MERCEDES - Ehi, ragazze, posso chiedervi una cosa? Come riuscite a rimanere così magre?

SANTANA - Con il Bibitone Depurante di Sue Sylvester.

SUE - Acqua, sciroppo d'acero per il glucosio, limone per gli acidi, pepe di cayenna per irritare l'intestino, e un goccio di Ipecac, per indurre il vomito. Io non mangio un pasto solido dal 1987.

BRITTANY - A volte aggiungo anche un cucchiaino di sabbia.

MERCEDES - Non può fare certo bene.

SANTANA - E chi se ne frega? Puoi sentirti malissimo ed essere favolosa, oppure essere sbattuta fuori dalla squadra quando arriverà la giornalista.

Tuttavia Mercedes acquista nuovamente fiducia in se stessa grazie al supporto dagli altri membri del Glee Club e soprattutto di Quinn, la quale ha subito la stessa pressione in passato, ma è riuscita a comprendere l'importanza di prendersi cura di sé in seguito all'esperienza della gravidanza. In conclusione delle puntate Mercedes esprime la sua rinnovata sicurezza interpretando *Beautiful*, presentata come una canzone che consente a coloro che si sentono “diversi” di fare sentire la propria voce (Figura 4).



Figura 4: Mercedes canta *Beautiful*

Nel testo primario i brani musicali consentono dunque di mettere in luce i temi del talento, della diversità e dall'autodeterminazione, attorno a cui sono costruiti i percorsi formativi dei singoli protagonisti. Tuttavia la componente musicale di *Glee* ha anche un'altra funzione, ovvero innovare il genere del “teen drama”.

***Glee come “self reflexive musical”:* modelli di ruolo musicali e teatralità**

In ogni episodio della serie *Glee* sono presenti dalle 5 alle 8 scene musicali di canto e ballo coreografato, durante le quali i protagonisti reinterpretano cover di canzoni pop di successo attraverso coreografie e arrangiamenti originali. *Glee* dunque innova il genere “teen dramedy” attraverso un’ulteriore ibridazione con il musical, che, nel caso specifico, si configura come “show musical” o “self-reflexive musical” (Marshall, 2010), ovvero un musical in cui la narrazione consiste nella messa in scena del backstage della sua produzione. Il genere musical è popolare nella cinematografia statunitense, mentre per quanto riguarda le produzioni Tv, dopo la serie Tv di successo *Fame* degli anni Ottanta, nel nuovo millennio si è espresso prevalentemente nella forma del “talent show” con i franchise *Pop Idol*, *American Idol* e *X-Factor*. Il 2006 è stato quindi l’anno di debutto di due brand cine-musicali prodotti da Disney Channel e rivolti al pubblico pre-adolescenziale, ovvero il lungometraggio *High School Musical* e la sit-com per famiglie *Hanna Montana*, anch’essi “self-reflexive musical”. Nel “self-reflexive musical” i numeri musicali hanno un preciso scopo nella narrazione configurandosi come prove, audizioni o performance. *Glee* dunque ha cavalcato l’onda del successo del genere musicale, affermatosi con i “talent show” e con i musical pre-adolescenziale portati al successo dalla Disney. Tuttavia, mentre questi ultimi si rivolgono ad un pubblico di giovanissimi, *Glee* fa riferimento a due differenti target generazionali ed estetici: gli adolescenti e i *thirtysomethings*, ovvero l’attuale generazione di trentenni che, dopo essere stata la prima generazione a crescere con i “teen drama”, ha sviluppato esigenze qualitative più elevate, formandosi con i canoni estetici della “quality Tv” della FOX. Tuttavia, secondo Marshall (2010), solo in alcuni episodi le sequenze musicali sono distribuite all’interno della trama in modo consistente rispetto all’evoluzione dei personaggi, mentre in molti altri non c’è una continuità stilistica e narrativa. Egli sostiene comunque che il senso di squilibrio e schizofrenia, non viene recepito negativamente dallo spettatore, il quale può essere affascinato dai numeri musicali in quanto tali.

A differenza dei “self-reflexive musical” citati in precedenza come *High School Musical*, *Glee* si differenzia inoltre per il fatto che la colonna sonora è composta da cover di canzoni pop di successo. I numeri musicali in *Glee* sono infatti cover sia di successi degli anni Ottanta come *Physical* della star del musical *Grease*, Olivia Newton-John, e *Like a Virgin* di Madonna, sia di hit del momento, come *Single Ladies* di Beyoncé e *Poker Face* e *Bad Romance* di Lady Gaga. In particolare a Madonna viene dedicato l’episodio *The Power of Madonna* (1x05), durante il quale è presentata come un’icona musicale e modello culturale che, nei propositi di Will, deve essere da stimolo per i ragazzi del Glee Club:

WILL - Culturalmente, l’eredità di Madonna trascende la sua musica, perché, fondamentalmente, le sue canzoni parlando dell’essere forti, indipendenti e sicuri di sé, a prescindere dal proprio sesso. Ma più di ogni altra cosa, il messaggio musicale di Madonna si basa sull’uguaglianza. E credo che questo sia qualcosa su cui voi ragazzi dovrete lavorare.

Tuttavia la puntata *The Power of Madonna* svela innanzitutto il lato umano di Sue, il coach delle Cheerios, per la quale Madonna ha avuto un ruolo rilevante nel processo di formazione identitaria. Il personaggio di Sue, rappresentato inizialmente come anti-eroe, in quanto spietata nel fare valere il proprio potere e determinata a sopraffare gli avversari anche utilizzando mezzi non leciti, rivela così le sue debolezze risultando un personaggio multifaccettato:

SUE - Sapete, ragazzi, io sono cresciuta con una sorella diversamente abile. I miei genitori erano famosi cacciatori di nazisti, quindi non erano molto presenti. Ho dovuto tirarla su da sola. Non avevo molto tempo o soldi per tenermi aggiornata sulle ultime tendenze. Ma per il mio sesto compleanno è uscito *True Blue*, un album che avrebbe in seguito venduto oltre 30 milioni di copie. Mia sorella e io avevamo deciso di ossigenarci i capelli con qualunque sostanza chimica che avremmo trovato in casa. Ammoniaca, napalm. I miei capelli erano così rovinati che sono costretta a portarli corti da allora in poi. È stata una quotidiana, continua sofferenza.

KURT - Penso che possiamo aiutarla. Mercedes è nera, io sono gay. Noi facciamo la cultura.

SUE - Andate avanti.

KURT - Stiamo lavorando ad un nuovo ed eccitante progetto e...

Il “gay” Kurt e la “nera” Mercedes, “sfruttano” anche in questo caso la propria diversità per realizzare un “progetto identitario” che riguarda Sue, a cui affidano la parte di Madonna nella realizzazione di un remake del video *Vogue* (Figura 5).



Figura 5: *Vogue*: (a) versione originale di Madonna e (b) remake interpretato da Sue in *Glee*

In *Glee* la musica pop, dunque, ha una strettissima relazione con la dimensione della costruzione identitaria. Tale relazione è esplicitata anche nell'episodio dedicato a Lady Gaga (*Theatricality* 1x20), che prende avvio con un conflitto tra il Preside Figgins e il coach Will. Mentre il Preside vuole impedire a Tina di vestirsi in stile gotico, in quanto associa tale stile al “vampirismo”, Will sostiene l'importanza dell'abbigliamento nella costruzione delle identità giovanili (Figura 6):

PRESIDE - Signorina Cohen-Chang, deve trovarsi un altro stile di abbigliamento.

WILL - Aspetti un momento. Tina è timida, e un modo con cui riesce ad esprimersi è attraverso i

PREVIOUSLY ON

suoi vestiti. Il liceo è un periodo di fondamentale importanza, in cui i ragazzini cercano se stessi. Quand'ero al liceo, ho passato un anno intero a vestirmi esattamente come Kurt Cobain. Voglio dire, andiamo. Anche lei si sarà vestito imitando qualcuno.

PRESIDE - Sì, quand'ero sulla ventina, per diversi anni mi vestivo da Elvis. Ma lui era cristiano, Will! E non possedeva l'abilità di trasformarsi in un pipistrello!

TINA [sottovoce] - Penso che creda che i vampiri esistano.

WILL [sottovoce] - Penso che tu abbia ragione.

PRESIDE - Gli studi hanno dimostrato che uno stretto codice d'abbigliamento instaura un ambiente di apprendimento sicuro e stabile, con bassissima concentrazione di violenza di gruppo o vampirismo. Perciò, se la vedrò vestita di nuovo con abiti demoniaci, Tina Cohen-Chang, verrà sospesa!



Figura 6: (a) Tina vestita in stile goth (b) supportata da Will di fronte al Preside ma poi (c) privata della sua identità

Il Preside rappresenta le forme di repressione dell'espressività adolescenziale e, con la sua paura per il vampirismo, costituisce una parodia del panico morale che circonda le culture giovanili. Nelle parole di Tina l'autorità dell'istituzione scolastica viene associata ad un regime dittatoriale: «lo so chi sono, e non mi è permesso mostrarlo. È come il comunismo.» Ad essa è contrapposta la musica pop, presentata come strumento di espressione identitaria.

Le potenzialità espressive della performatività musicale vengono definite nella fiction da Shelby Corcoran (coach dei *Vocal Adrenaline*, il Glee Club avversario dei *New Directions*), come "teatralità" (*theatricality*) una: «tempesta silenziosa. Dovete semplicemente irradiare emozione, esprimere quello che c'è nel profondo di voi stessi. Ecco cosa la teatralità... tenta di esprimere, veramente.» In tale contesto Lady Gaga è presentata da Kurt come «l'artista più teatrale della nostra generazione.» Dunque, interpretando le canzoni di Lady Gaga e ri-performando la sua teatralità, i membri del Glee Club esprimono se stessi e acquisiscono sicurezza. Durante l'episodio i ragazzi diventando così consapevoli che la propria diversità può essere espressa, piuttosto che repressa, se si è parte di un gruppo (Figura 7):



Figura 7: (a) Kurt contro i giocatori di football (b) supportato da Finn e (c) dai compagni

PREVIOUSLY ON

KURT - Volete picchiarmi? Fate pure. Ma vi giuro che non cambierò mai. Sono orgoglioso di essere diverso. È la mia migliore qualità. Per cui fate pure, picchiatemi.

GIOCATORE DI FOOTBALL - Credo proprio che lo faremo. Signore, vuole fare lei per primo?

FINN- Voi non picchierete nessuno.

KURT - Oh, mio Dio.

GIOCATORE DI FOOTBALL - Ha un vestito di plastica rossa o mi sto facendo un trip?

FINN - Voglio ringraziarti, Kurt. Ho capito che ho ancora molto da imparare. Ma il motivo per cui sono qui, adesso... avvolto in una tenda da doccia... sei tu. E non permetterò a nessuno di torcerti un capello.

GIOCATORE DI FOOTBALL - Oh, davvero, amico? Perché sono sicuro che potremmo battervi entrambi.

MEMBRI DEL GLEE CLUB - Davvero? Ma potete battere tutti noi?

GIOCATORE DI FOOTBALL - Ok, va bene, ho capito. Ho seguito biologia. Sai cos'è Karofsky? Abbiamo infastidito l'alveare dei fenomeni da circo. Gli operai stanno cercando di proteggere la loro regina dei fenomeni da circo. La prossima volta... porteremo anche noi degli amici.

RACHEL - Sono stufo del fatto che tutti ci chiamino fenomeni da circo.

MERCEDES - Beh, guardaci. Lo siamo!

FINN - Ma lo siamo tutti insieme. E non dovremmo nasconderci per questo.

In conclusione dell'analisi del testo primario, risulta dunque evidente la strategia utilizzata dai produttori per fidelizzare un pubblico di adolescenti e giovani adulti. *Glee*, in quanto "teen drama", mette in scena le storie di formazione di un gruppo di perdenti per stimolare un processo di identificazione negli *underdogs* che ci sono in ognuno di noi. I personaggi sono rappresentati attraverso gli stereotipi del "teen drama", ma in tono parodico. Quindi, la componente musicale viene integrata come supporto nella de-costruzione dello stereotipo e nella ri-costruzione dell'identità dei protagonisti. La partecipazione al Glee Club consente ai perdenti sia di trovare un gruppo di pari da cui essere accettati, sia di esprimersi "teatralmente". Infine le icone della musica pop fungono da "modelli di ruolo" (Gauntlett, 2008) e da stimolo all'autodeterminazione per i personaggi. Diventano così una parte fondamentale della costruzione identitaria all'interno della storia narrata. Tale processo diventa un ulteriore elemento che stimola l'identificazione da parte del pubblico giovanile, per il quale la musica è un fattore rilevante di costruzione identitaria e di socializzazione. L'apprezzamento da parte del pubblico della relazione tra icone musicali e identità giovanile è dimostrato dall'elevato numero di *fanart* dedicate all'episodio *Theatrically* (Figura 8).



Figura 8: fanart dedicate all'episodio *Theatrically*

I gLeeks: la co-costruzione di un culto transmediale e transnazionale

Attraverso il testo primario di *Glee*, ovvero i 22 episodi della serie Tv, viene costruito un “mondo completamente arredato” costituito da elementi intercorrelati ed indipendenti di cui i fan possono appropriarsi. Secondo Eco (1984) sono infatti queste le caratteristiche dei prodotti di “culto”, il cui successo è co-determinato dalle caratteristiche testuali e dalla valorizzazione da parte dei fan. Eco descrive come esempio di film di culto *Casablanca*, costruito attraverso archetipi narrativi e personaggi costruiti sulla base di stereotipi della cinematografia. Eco ha quindi sottolineato che l’affermazione di *Casablanca* come testo di culto non è stata intenzionale da parte dei produttori, a differenza di ciò che accade nei testi postmoderni, in cui citazioni intertestuali e topos narrativi sono consapevolmente inseriti da parte degli autori con l’obiettivo di renderli espliciti anche per gli stessi spettatori. Nei testi postmoderni vi è infatti una “consapevolezza intertestuale” sia nei creatori, sia nel pubblico. Nella cultura convergente, tale consapevolezza viene utilizzata per costruire prodotti di successo, progettati fin dall’inizio per diventare culti transmediali. In particolare il genere del “teen drama” gioca sulla “consapevolezza intertestuale” della generazione dei Millennials: quella riferita alla cultura pop (Sharon e Stein, 2008).

Glee costruisce il proprio culto innanzitutto integrando stereotipi giovanili e icone mediatiche con l’obiettivo di renderli riconoscibili da parte di un pubblico con sufficienti competenze per decodificare e apprezzare i riferimenti alla cultura pop. Tuttavia, le opportunità offerte dalla rete, consentono di espandere il brand *Glee* oltre il testo primario e i testi secondari più tradizionali (quale la campagna promozionale), per integrare ulteriori opportunità di coinvolgimento del pubblico. Innanzitutto la rete consente di attuare strategie di coinvolgimento dei fan che travalicano i confini geografici. Ne sono un esempio i portali informativi, come il sito dedicato alla componente musicale *Glee music*, che è stato creato a questo scopo in versione multilingue. La rete è inoltre un ulteriore canale di distribuzione, sia degli episodi della serie, sia della colonna sonora: prodotti culturali che costituiscono fonti di guadagno sia nel formato più tradizionale (DVD, CD) sia nella versione digitale distribuita in iTunes. L’elemento musicale dunque è funzionale non solo al coinvolgimento degli spettatori, ma anche alla creazione di ulteriori *revenue*. Tuttavia

la rete diventa anche un canale di espansione dell'universo narrativo: attraverso i profili Twitter di alcuni protagonisti della serie si sviluppano infatti estensioni diegetiche.

Inoltre i membri del Glee Club sono fortemente associati con gli attori che li interpretano, i quali sono essi stessi aspiranti performer. Questa forte identificazione tra protagonisti fittizi e attori, si esplicita anche nelle strategie promozionali più innovative legate ai tour promozionali. Una delle caratteristiche peculiari di *Glee*, che lo accomunano ad *High School Musical*, è infatti la presenza di un tour musicale che ha l'obiettivo di portare le icone mediali a diretto contatto con il proprio pubblico. Il tour statunitense è dunque uno strumento attraverso cui i performer entrano in contatto con i fan e danno un senso di autenticità ai propri personaggi. L'elemento musicale presente in *Glee* diventa così il pretesto per costruire dimensioni *live* correlate ad una fiction televisiva. Al di fuori del territorio statunitense, per sopperire all'impossibilità di creare un tour live locale con gli attori della serie, sono state integrate ulteriori strategie promozionali, come ad esempio i *flashmob*, durante i quali ballerini professionisti performano delle coreografie in spazi pubblici coinvolgendo il pubblico (Beltran, 2010). Originariamente i *flashmob* erano una pratica performativa grassroots, che tuttavia è stata integrata nelle strategie di marketing di molti network, tra cui Fox Italia che ha realizzato un *flashmob* a Roma per la promozione di *Glee*. Infine la partecipazione spettatoriale è stimolata attraverso strategie di *recruitment* come l'*open cast* attraverso cui gli utenti di MySpace possono inviare un video per partecipare alle selezioni del cast di *Glee* (Owczarski, 2010).

Glee dunque è stato progettato come un culto transmediale postmoderno. Innanzitutto la fiction è arricchita con topos narrativi e riferimenti alla cultura pop; inoltre sono stati costruiti spazi offline e online legati al franchise mediale, con l'obiettivo di incanalare le pratiche partecipative dei pubblici verso percorsi mediali legati al brand. Tuttavia non sempre l'integrazione di pratiche amatoriali all'interno di strategie corporate è sufficiente a soddisfare le esigenze spettatoriali. Infatti i fan sono da sempre attivi nella costruzione di spazi propri di discussione in cui condividere informazioni e commentare i propri interessi mediali. Nel contesto italiano ad esempio i fan hanno creato blog informativi come Blog New Directions, in cui le notizie relative alla serie sono tradotte per il pubblico non anglofono, e il Fanforum Glee Fans, in cui, alla dimensione informativa, si aggiunge quella di socializzazione. Negli ambienti online di discussione, attorno ad un singolo interesse mediale, possono infatti nascere delle vere e proprie comunità, con identità stabili e relazioni interpersonali tra i membri, mantenute anche attraverso altri canali di comunicazione (Baym, 2000). Tuttavia la nascita di una comunità online necessita di tempi lunghi. Probabilmente per questo motivo il Fanforum Glee Fans non ha raggiunto le dimensioni e la coesione sociale di una comunità, ma può essere più propriamente descritto come un gruppo sociale online finalizzato alla condivisione di informazioni relative alla serie. Al contrario in Italia esistono fanforum di multi-fandom (ovvero dedicati a molteplici serie Tv) all'interno dei quali è emersa una vera e propria comunità. È il caso del forum della comunità ::ItaliaSubsAddicted::, all'interno della quale i membri dello staff lavorano gratuitamente per produrre i sottotitoli italiani delle serie Tv americane consentendo agli spettatori italiani di visionare la versione originale (Vellar, 2010). All'interno del portale ::ItaliaSubsAddicted:: sono presenti spazi di discussione

dedicati ai differenti telefilm, tra cui *Glee*. Analizzando i post presenti nel forum tematico è possibile comprendere le motivazioni che inducono i fan ad apprezzare il telefilm. In particolare nel thread di discussione «Ma che avrebbe di così bello questo *Glee*?» gli utenti sottolineano la positività e la gioia che il telefilm esprime. Inoltre i fan apprezzano l'ironia raggiunta attraverso l'esperazione degli stereotipi adolescenziali, nonché la presenza dell'elemento musicale, dimostrando dunque un'elevata "consapevolezza intertestuale".

La partecipazione dei gLeeks italiani è dunque una testimonianza del fatto che le strategie dei produttori nel costruire un brand transmediale di culto in funzione del pubblico dei Millennials si sono rivelate efficaci. Dunque la rete è sia un nuovo canale di distribuzione sia uno spazio transnazionali in cui gli appassionati possono condividere le proprie interpretazioni e impressioni relative al programma. Tuttavia il ruolo dei fan non si limita ad essere quello di consumatori interattivi, ma essi stessi diventano produttori di contenuti derivati, quali le *fanart* e i *fanvid*.

Fanart: decoding and re-coding in the television discourse

Le *fanart* sono prodotti grafici realizzati dagli spettatori a partire dai contenuti del testo primario. Al fine di analizzare le *fanart* prodotte dai gLeeks, ho utilizzato come riferimento il sito deviantArt, selezionando 355 documenti e classificandoli in base al tipo di forma espressiva. Ho così identificato sia 303 documenti di tipo interpretativo/creativo quali citazioni (28/303), meme (42/303), vignette (18/303), disegni (118/303) e mashup digitali (97/303), sia forme di "performative consumption" (52), quali *costuming* (8/52), *avatar* (27/52) e oggettistica (17/52).

Attraverso l'analisi delle varie forme espressive è possibile descrivere le pratiche creative dei fan. Innanzitutto abbiamo una forma di appropriazione che caratterizza i testi di culto: le citazioni. Eco (1984) aveva infatti identificato nella citabilità un elemento fondamentale per consentire agli spettatori di appropriarsi del contenuto audiovisivo e contribuire alla sua valorizzazione in quanto testo di culto. La campagna promozionale e la sceneggiatura di *Glee* sono state progettate per essere altamente citabili e dunque stimolare questo tipo di appropriazione. Ogni personaggio di *Glee* si caratterizza infatti per una e più citazioni che, oltre ad essere ripetute all'interno dei forum di discussione e nei social network, danno vita anche a opere visuali (Figura 9).



Figura 9: Citazioni audiovisive

La citazione può dunque essere considerata il livello zero dell'appropriazione. Quindi abbiamo l'interpretazione, che, anche in questo caso, assume la forma audiovisiva. In deviantArt infatti sono emerse pratiche interpretative con forme espressive proprie come il "meme". Attraverso i "meme", un utente formula alcune domande che riguardano la serie Tv, ad esempio relative al personaggio o alla copia preferita, e gli altri utenti rispondono in forma grafica ridistribuendo il "meme" in deviantArt (Figura 10).

PREVIOUSLY ON

The figure consists of 12 meme panels arranged in a 4x3 grid. Each panel features a question on the left and a humorous answer on the right, often accompanied by a small image or drawing related to the show Glee.

- Panel 1 (Top Left):** Question: "Hello fellow Gleeers introduce yourself and what song you're sing." Answer: "I'm Emma Pillsbury and I'm singing 'I Wanna Dance with Somebody'." (Accompanied by a drawing of Emma Pillsbury).
- Panel 2 (Top Middle):** Question: "Hello fellow Gleeers introduce yourself and what song you're sing." Answer: "I'm Puck and I'm singing 'I Wanna Dance with Somebody'." (Accompanied by a drawing of Puck).
- Panel 3 (Top Right):** Question: "Hello fellow Gleeers introduce yourself and what song you're sing." Answer: "I'm Quinn Fabray and I'm singing 'I Wanna Dance with Somebody'." (Accompanied by a drawing of Quinn Fabray).
- Panel 4 (Second Row Left):** Question: "Good, QUICK GLEE'S STARTING WHAT DID YOU TAKE WITH YOU TO WATCH THE EPISODE WITH?" Answer: "My dog, my cat, my hoodie, and my boyfriend." (Accompanied by a drawing of a black cat).
- Panel 5 (Second Row Middle):** Question: "Good, QUICK GLEE'S STARTING WHAT DID YOU TAKE WITH YOU TO WATCH THE EPISODE WITH?" Answer: "My dog, my cat, my hoodie, and my boyfriend." (Accompanied by a drawing of a black cat).
- Panel 6 (Second Row Right):** Question: "Good, QUICK GLEE'S STARTING WHAT DID YOU TAKE WITH YOU TO WATCH THE EPISODE WITH?" Answer: "My dog, my cat, my hoodie, and my boyfriend." (Accompanied by a drawing of a black cat).
- Panel 7 (Third Row Left):** Question: "Alright, who is your favorite character on Glee? and Why?" Answer: "Mr. Schue because he is so cute and he is so smart." (Accompanied by a drawing of Mr. Schue).
- Panel 8 (Third Row Middle):** Question: "Alright, who is your favorite character on Glee? and Why?" Answer: "Mr. Schue because he is so cute and he is so smart." (Accompanied by a drawing of Mr. Schue).
- Panel 9 (Third Row Right):** Question: "Alright, who is your favorite character on Glee? and Why?" Answer: "Mr. Schue because he is so cute and he is so smart." (Accompanied by a drawing of Mr. Schue).
- Panel 10 (Fourth Row Left):** Question: "If you were to meet that character's actor just randomly on the street what would you do?" Answer: "I would kiss him." (Accompanied by a drawing of a man being kissed).
- Panel 11 (Fourth Row Middle):** Question: "If you were to meet that character's actor just randomly on the street what would you do?" Answer: "I would kiss him." (Accompanied by a drawing of a man being kissed).
- Panel 12 (Fourth Row Right):** Question: "If you were to meet that character's actor just randomly on the street what would you do?" Answer: "I would kiss him." (Accompanied by a drawing of a man being kissed).

Figura 10: meme

Oltre alle pratiche interpretative, vi sono anche pratiche narrative, nella forma di estensioni

diegetiche. Si tratta di una forma tradizionale di produzione delle *fan cultures*. Infatti già i membri del fandom classico di fantascienza erano attivi nella produzione di *fanfiction*, ovvero romanzi brevi o racconti ispirati ad una vicenda o ad un personaggio presente nel testo primario (Jenkins, 1992). Nel panorama contemporaneo fortemente orientato all'ibridazione tra la narrazione e l'espressività visuale, le *fanfiction* possono declinarsi anche nella forma del fumetto. In deviantArt sono infatti condivise vignette che rappresentano evoluzioni della trama. Si tratta di una forma breve, che non consente dunque di sviluppare una vera e propria storia, ma mette in scena un singolo evento (Figura 11).



Figura 11: comic

Abbiamo quindi le opere visuali con una componente maggiormente orientata alla produzione audiovisiva, piuttosto che all'interpretazione (Figura 12). In questo caso il testo primario funge da stimolo per dare vita ad ulteriori forme di creatività. In questa categoria possono essere collocate tutte quelle forme di espressività grafica (disegno e *mash-up* digitale) in cui vi è una riproduzione del contenuto audiovisivo primario. Con tali produzioni i gLeeks mettono in scena le proprie competenze sia di tipo artistico-estetico che tecnico, in quanto la realizzazione di tali prodotti presuppone una competenza di utilizzo dei software di editing digitale.

PREVIOUSLY ON



Figura 12: produttività audiovisiva: estetica grafica, estetica digitale, competenze grafiche, competenze digitali

Infine un ultimo tipo di contenuti condivisi sono le forme di “performative consumption” (Hills, 2002), attraverso cui fan attivano un processo mimetico del “corpo di culto” dei personaggi. In deviantArt sono infatti condivise fotografie di *costuming*, ovvero la forma più tradizionale di “performative consumption” (Figura 13a,b). Già in queste foto si può notare il ruolo estremamente rilevante della gestualità proposta nella campagna promozionale di *Glee* che diventa un vero e proprio logo, di cui i gLeeks possono facilmente appropriarsi. Il ruolo del gesto “L” è ancora più evidente negli avatar, ovvero nelle immagini usate per l’autorappresentazione nei social media, in cui i gLeeks incorporano il “logo gestuale” (Figura 13c,d) che viene riprodotto anche nelle forme di oggettistica amatoriale (Figura 13e).

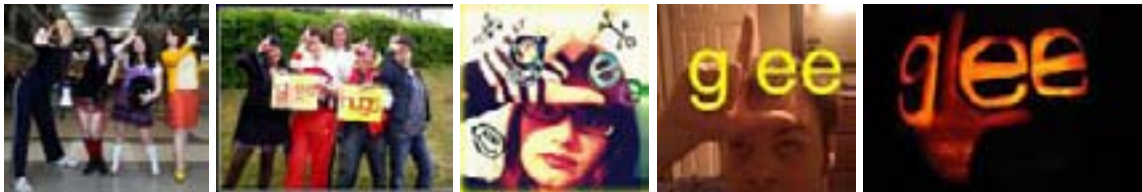


Figura 13: performative consumption: (a, b) costuming, (c, d) avatar e (e) oggetti autoprodotti

Tali osservazioni tuttavia non devono portarci a concludere che vi sia una totale e acritica identificazione tra i personaggi rappresentati nella serie e i suoi fan. Infatti, così come nelle pratiche interpretative è possibile identificare tre differenti tipi di lettura, quali la “lettura preferita”, “negoziata” e “oppositiva” (Hall, 1980), anche le pratiche produttive possono essere associate a livelli differenti di omologazione al testo primario. Innanzitutto si ha una “produttività preferita”, attraverso cui i gLeeks riproducono il logo e la stessa forma espressiva del messaggio promozionale, utilizzando tale immagine per autorappresentarsi online e quindi dare vita ad un fenomeno di diffusione virale del brand (Figura 14a). In questo caso dunque i gLeeks ri-producono il messaggio secondo le aspettative che avevano motivato la sua messa in codice. In secondo luogo vi è una “produttività negoziata”: un esempio possono essere le reinterpretazioni grafiche dei rapporti omosessuali tra personaggi. Infatti, nonostante l’identità gay sia rappresentata attraverso il personaggio di Kurt, nella prima stagione di *Glee* non è messa in scena alcuna relazione omosessuale. Il disegno che rappresenta un bacio tra due giocatori di football (Figura 14b) può quindi essere considerata una forma di produttività negoziata, in quanto vi è un’accettazione del codice dominante (attraverso cui viene rappresentata l’omosessualità), ma

è rielaborato attraverso una definizione propria. Infine vi è una “produttività oppositiva”, in cui si riproduce il testo messo in codice ma per esprimere un messaggio opposto a quello previsto. Ad esempio in Figura 14c il “logo gestuale” è ri-prodotto per dare forma al termine: “Lame”, patetico, attribuendo dunque un’accezione negativa alla serie.



Figura 14: produzione (a) preferita, (b) negoziata e (c) oppositiva

Dal vidding del fandom classico agli UGC delle culture 2.0

Con l'avvento del Web 2.0 e la diffusione delle piattaforme di content sharing le pratiche di produzione amatoriale di opere derivate da contenuti audiovisivi hanno raggiunto un'elevata visibilità. Tuttavia le origini di tale forma espressiva risalgono agli anni Settanta, quando, all'interno del fandom di *Star Trek*, si sono sviluppate le prime forme di *vidding*. I vid sono video caratterizzati da una successione di immagini statiche o clip video montate con un brano musicale come colonna sonora in cui viene rappresentata una narrazione spesso riferita ad una relazione sentimentale tra due protagonisti. A partire dal 1975, data a cui si fa risalire la prima produzione vidding a opera di Kandy Fong, tale genere è diventato una pratica di produzione audiovisiva tipica del fandom femminile. Le *trekker* sono infatti donne appassionate di serie sci-fi in quanto ricercatrici o scienziate e dunque parte di un'élite intellettuale affine all'utilizzo della tecnologia. Per loro il vidding rappresenta una forma espressiva che consente di coniugare l'emotività tipicamente femminile mettendo in scena storie d'amore musicate, con la razionalità necessaria per sviluppare le competenze tecniche indispensabili per realizzare un montaggio audiovisivo (Coppa, 2008). È infatti importante sottolineare che il contesto tecnologico in cui è emersa la cultura vidding è profondamente diverso da quello attuale. Negli anni Ottanta la produzione audiovisiva da parte di non professionisti richiedeva infatti non solo competenze di utilizzo di strumenti di montaggio analogico ma anche un forte investimento temporale ed economico. Con l'avvento del digitale e la diffusione di tecnologie di editing audiovisivo a basso costo e di facile utilizzo, la pratica della produzione amatoriale di video si è diffusa notevolmente oltre i confini della cultura vidder. Proprio per questo motivo è importante distinguere la cultura vidder dalla cultura partecipativa emersa in YouTube (Burgess e Green, 2009).

Per analizzare le pratiche dei gLeeks ho scelto di considerare sia i video condivisi in YouTube, sia quelli pubblicati in Vidders, un social network interno della piattaforma di social networking Ning. Vidders è una comunità di multifandom al cui interno sono pubblicati contenuti derivati sia da serie tradizionali quali *Star Trek*, sia da nuovi classici come *Buffy*, sia da serie recenti, tra cui *Glee*. Nonostante questa apertura a nuove serie di culto, le caratteristiche tipiche dei contenuti prodotti dagli utenti sono quelle della tradizione del vidding. Infatti i contenuti derivati da *Glee* condivisi in Vidders sono montaggi di musica e immagini focalizzati su uno o più personaggi. Nel primo caso si ha un video celebrativo, nel secondo caso, invece, si possono individuare declinazioni differenti. In particolare è possibile individuare sottogeneri tipici non solo del vid classico, ma più in generale di tutte le forme di fanfiction emerse nel fandom fantascientifico (Jenkins, 1992). Ad esempio sono rappresentate relazioni sentimentali tra due protagonisti della serie. Nel caso in cui tale relazione non sia presente nel testo primario, i vid si configurano come un'estensione diegetica amatoriale. Invece se uno dei due personaggi appartiene ad un prodotto culturale differente si ha un *crossover*. Un ulteriore genere di vid è il "fake trailer" creato attraverso un montaggio di immagini estratte dalla serie, attraverso cui il fan può attribuire anche una connotazione di genere cine-televisivo differente (*genre shifting*), ad esempio rappresentando un dramedy nei toni dell'horror. Infine un ultimo genere, di cui tuttavia ho identificato esclusivamente un caso, è il *voiceover*, attraverso cui è realizzato un montaggio tra la colonna visiva e dialoghi prodotti appositamente.

Le motivazioni che spingono i fan a creare i vid sono, da un lato, il divertimento, dall'altro l'interesse a mettere in mostra le competenze tecniche, come testimonia il riferimento ai software di editing nella descrizione dei video. Inoltre nei video o nella loro descrizione sono spesso presenti riferimenti alle problematiche relative alla rielaborazione di materiale protetto da copyright. In particolare i fan esplicitano il fatto che il loro intento è amatoriale e non di tipo commerciale e, al tempo stesso, lamentano le politiche restrittive attuate dai siti di content sharing quali YouTube. Le piattaforme generaliste come YouTube sono infatti al centro di interessi legati alla protezione della proprietà intellettuale di contenuti prodotti dalle corporation dell'intrattenimento. I detentori del copyright di contenuti audiovisivi, infatti, fanno pressioni sulle imprese del Web 2.0, per cancellare i video derivati condivisi dai fan. Per evitare che i video vengano cancellati dalla piattaforma i fan hanno dunque sviluppato tecniche per impedire il riconoscimento automatico dei frammenti audiovisivi o della colonna sonora da parte di applicazioni appositamente sviluppate per individuare le condivisioni illecite. Esempio delle tecniche sviluppate dai fan sono la sovrapposizione di effetti cromatici al video o la modifica della velocità di riproduzione del suono.

YouTube si differenzia da Vidders sia per la maggiore visibilità dei contenuti condivisi, sia per la varietà di forme espressive: nonostante il genere vidding sia presente anche in YouTube, nel campione selezionato ho individuato ulteriori tipi di produzioni amatoriali. Infatti, mentre in Vidders sono condivise esclusivamente forme di ri-montaggio, in YouTube sono presenti anche video performativi, attraverso cui singoli o gruppi ri-performano le coreografie o le canzoni presenti nella serie Tv, eventualmente creando cover. Un ulteriore genere è il video-blogging

o “vlog”, attraverso cui fan o critici commentano gli episodi della serie, o, più in generale, il fenomeno *Glee*.

L’analisi dei video amatoriali derivati da *Glee* consente dunque di chiudere il cerchio di quest’analisi, con la constatazione che le differenti forme di produzione amatoriale (testuale, visuale e audiovisiva), possono essere associate a delle pratiche comuni. Innanzitutto le pratiche “interpretative”: è il caso delle discussioni dei fan nei forum, ma anche della versione visuale che prende forma nei “meme” e nei vlog. In secondo luogo le pratiche “creative” che non possono prescindere dall’abilità tecnica: nella produzione di *fanart* e *fanvid*, l’elemento estetico e produttivo è infatti integrato con competenze di utilizzo dei software di elaborazione digitale. Infine le pratiche “performative” attraverso cui i fan si appropriano dell’immaginario prodotto professionalmente dalla FOX, nella forma del “logo gestuale”, delle coreografie o della colonna sonora, per ri-performare i corpi di culto presenti nella serie.

Conclusioni: dalla “testualità di culto” ai “corpi di culto”

La serie Tv *Glee* è diventata un prodotto di “culto”. Tuttavia il concetto di “culto” può avere molteplici declinazione. Infatti, a partire dalla definizione proposta da Eco, Hills (2002) descrive due tipi di culti mediali: i “testi di culto” e le “icone”, che dipendono sia dalle caratteristiche intrinseche degli oggetti, sia dalla valorizzazione apportata dai pubblici. I “testi di culto” si caratterizzano per “somialtanze di famiglia”, quali: l’autorialità (*auteurism*), la narrazione costantemente differita (*endless deferred narrative*) e l’iper-diegesi (*hyperdiegesis*). L’autorialità è riferita alla figura dell’autore in quanto marchio di qualità, la cui funzione può essere riferita al produttore, al regista o agli attori. La narrazione costantemente differita crea invece una molteplicità di domande, per stimolare la speculazione e la ri-creazione da parte dei fan. In tal modo si costruisce uno spazio narrativo complesso e dettagliato (*hyperdiegesis*). Le “icone” invece sono celebrità mediali che, incorporando precedenti codici (sub)culturali, si predispongono ad essere esse stesse “re-interpretate” (*re-enacted*). Le star sono dunque “corpi di culto” (*cult body*) che, coscientemente, prendono a prestito caratteristiche di precedenti icone mediali e stimolano pratiche di “performative consumption”.

All’interno della produzione seriale dell’ultimo decennio è possibile identificare due serie Tv che rappresentano casi esemplari di prodotti basati sulla “testualità di culto” e sui “corpi di culto”. Da un lato *Lost*, il cui successo è dovuto alla complessità della trama, che ha dato vita non solo a un’estesa produzione interpretativa, ma anche a ricche enciclopedie finalizzate a descrivere l’intero universo narrativo (Mittell, 2009). Dall’altro *Glee*, una serie caratterizzata dalla presenza di “corpi di culto”, sia nei testi primari, sia in quelli secondari. La FOX ha infatti progettato un brand mediale in funzione della generazione dei Millennials integrando un sistema di personaggi in cui identificarsi, arricchendo il testo primario con una dimensione musicale e con riferimenti a topos narrativi del “teen drama”. Inoltre ha associato alla serie un “logo gestuale” facilmente appropriabile da parte dei fan e ha aggiunto allusioni all’uso dei social media stessi. Infine le performance musicali messe in scena nella fiction, a loro volta cover di canzoni pop di successo, sono ri-performate in spazi pubblici durante eventi live quali tour musicali e flashmob. Da un

lato dunque *Lost* e *Glee* sono accomunati dall'autorialità: i creatori di entrambe le serie fungono infatti da marchi di qualità. Tuttavia la base di fan (*fanbase*) è stata “coltivata” applicando strategie differenti. Nelle testualità di culto come *Lost*, la complessità della trama stimola le pratiche interpretative e le attività speculative. Invece in *Glee* sono rappresentati “corpi di culto” attraverso l'incorporazione di codici culturali tipici della *pop music culture* che incentivano un ulteriore livello di appropriazione: quello performativo (Figura 15).



Figura 15: progettazione del culto *Glee* e coltivazione della fanbase di gLeeks

I fan, identificandosi con i protagonisti del “teen drama”, sono dunque stimolati ad esprimere essi stessi il proprio talento e la propria identità attraverso la musica e la creatività audiovisiva. I gLeeks dunque si appropriano dell'immaginario narrativo e visuale della serie e, sfruttando le opportunità dei social media, diventano soggetti attivi nella co-costruzione del culto seriale e nella diffusione virale del brand, contribuendo così alla promozione del franchise. Un franchise che ha costruito il proprio successo su misura per una generazione cresciuta con i “talent show” e i social media.

Bibliografia

- Baym, N. K. (2000) *Tune in, Log on: Soap, fandom, and online community*, Tousand Oaks, CA: Sage.
- Beltran, M. (2010) “The Harnessed Mob: Where’s the Glee, When Flash Mobs Have Network Sponsors?”, in *FlowTV* [Online], vol. 12, no. 4, pp. 1-6, Available: <http://flowtv.org/2010/07/the-harnessed-mob/> [01 November 2010].

- Burgess, J. e Green, J. (2009) *YouTube. Online video and Participatory Culture*, Cambridge: Polity Press.
- Coppa, F. (2008) "Women, Star Trek, and the early development of fannish vidding", in *Transformative Works and Cultures* [Online], vol. 1, Available: <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/44> [25 May 2009].
- Eco, U. (1984) "Casablanca. Cult Movies and Intertextual Collage", in *SubStance* vol. 14, no. 2, issue 47, pp. 3-12.
- Gauntlett, D. (2008) *Media, Gender and Identity. An Introduction*. Oxon: Routledge.
- Hall, S. (1980) "Encoding/decoding", in Hall, S., Hobson, D. e Lowe, A. (eds.) *Culture, media, language*, London: Hutchinson, pp. 128-138.
- Hills, M. (2002) *Fan Cultures*, London: Routledge.
- Jenkins, H. (1992) *Textual poachers: Television fans & participatory culture*, New York: Routledge.
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York: New York University Press.
- Kociemba, D. (2010) "This isn't something I can fake: Reactions to Glee's representations of disability", in *Transformative Works and Cultures* [Online], vol. 5, Available: <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/225/185> [10 October 2010].
- Marshall, K. (2010) "Show Musical Good, Paired Segments Better: Glee's Unevenness Explained", in *FlowTV* [Online], vol. 12, no. 2, Available: <http://flowtv.org/2010/07/glees-unevenness-explained/> [12 April 2010].
- Mittell, J. (2009) "Sites of participation: Wiki fandom and the case of Lostpedia", in *Transformative Works and Cultures* [Online], vo. 1, no. 3, Available: <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/118/117> [11 Nov 2009].
- Owczarski, K. (2010) "My MySpace Schedule Keeps Me Way Too Busy to Date: Glee and Social Networking Sites", in *In Media Res* [Online], Available: <http://mediacommons.futureofthebook.org/imr/2010/04/05/my-myspace-schedule-keeps-me-way-too-busy-date-gee-and-social-networking-sites> [25 Nov 2010].
- Sharon, M.R. e Stein, L.E. (eds.) (2008) *Teen television. Essays on Programming and Fandom*, Jefferson, North Carolina: McFarland & Company Inc. Publishers.
- Shary, T. (2002) *Generation Multiplex: The Image of Youth in Contemporary American Cinema*, Austin, University of Texas Press.
- Stein, L.E. (2010) "What you don't know: Supernatural fan vids and millennial theology", *Transformative Works and Cultures* [Online], vol. 4, Available: <http://journal>.

PREVIOUSLY ON

transformativeworks.org/index.php/twc/article/viewArticle/192/158 [03 August 2010].

Vellar, A. (2010) “Lost (and Found) in Transculturation. The Italian Networked Collectivism of US TV Series and Fansubbing Performances”, in Colombo, F. e Fortunati, L. (eds.) *Media and Broadband Generation*, Oxford: Peter Lang.

Stopping Time to Assess the Damages

Zachary Snider

Recently I was in the hospital for a couple days, and then on bed rest for a few days after that. Unable to conduct my undergraduate writing courses, this bed-ridden opportunity permitted me to catch up on season three of FX's show *Damages*, the entirety of which I had recorded on Tivo. Perhaps FX's network affiliation of *Damages* should be rephrased as "former show," since, after *Damages'* ratings continued to plummet on FX during its first three seasons (2007-2009), the show will instead air on DIRECTV for at least two seasons in 2011-12 ("Critically Acclaimed *Damages*", 2010). After watching law goddess/devil Patty Hewes (Glenn Close) and her questionably faithful lawyer minions Ellen Parsons (Rose Byrne) and Tom Shays (Tate Donovan) out-deceive their attorney competitors and respective clients (played by Ted Danson, Martin Short, Campbell Scott, Lily Tomlin, Zeljko Ivanek, among additional famous names), like other viewers, I was so psychologically and emotionally invested in their complex corruption, that the plots of *Damages* began to seem real to me.

Granted, I was on a severe amount of prescription drugs. However, the complex plot structures with which the writers of *Damages* infuse their episodes are often quickly taken straight from the headlines of the *New York Times*, so that these characters' narratives – melodramatic as they might be – quite literally *could* be real. Just the prior summer, New Yorkers had followed stories of Bernie Madoff's extreme Ponzi schemes, alongside similar financial debacles, detailing every moment in Madoff's case and his ultimate imprisonment. Months following, viewers of *Damages*, with the Madoff case fresh on our minds, re-followed a hyperbolized Ponzi scheme unfold on our flatscreens, albeit this one factionalized, borderline soap operatic, and featuring much more attractive celebrity faces than we had seen on the Madoffs and their lawyers. The creators of *Damages* had successfully started making me question actual reality vs. their carefully constructed and reimagined 'reality.' Shortly after the show debuted, the *New Yorker* published a story of *Damages'* disorienting effect on viewers, allowing me to realize I'm not the only one infatuated. Nancy Franklin admitted she was "Hooked because "*Damages*" is deranged and over the top, and only a little hooked for the very same reason. There is more than a whiff of camp about the show, which is to say, ridiculousness that appears to be unintentional..." (2007).

After over a week of near-isolation and bed rest, my factional immersion in *Damages* had overtaken my brain, particularly my imagination, effectively prompting me to question whether it was Patty Hewes's law narratives or the Business Day section of my *New York Times* that was hyperbolized storytelling. I live in Manhattan, and when I walked out of my apartment on Riverside Drive for the first time in eight days, I saw the actor who plays the District Attorney (Ben Shenkman) on the show, standing on my block in broad daylight. Immediately, I marched up to him, tapped his shoulder aggressively, and belted, "District Attorney Gates!" He circled around, mortified. All in one breath I then followed up with, "You need to know that Ellen Parsons

is conspiring with Patty Hewes behind your back on the Tobin case!” In other words, I had just informed a real person that dramatic irony had prohibited his fictional television character from knowing that Ellen Parsons, his fictional employee, was trading secrets with his fictional counsel competitor Patty Hewes. There was a long, full 30 seconds of disquieting silence as Shenkman faced off with a ghost-white, just-released-from-the-hospital lunatic on the street (i.e. me) as he visibly attempted to decide whether I was a homeless drug addict, an obsessive fan of *Damages*, or both. Graciously, he decided upon the second option, began laughing, and thanked me facetiously.

Viewer Engagement in *Damages*' Factional 'Reality'

Of course I am not so naïve as to believe that the carefully interwoven plots of *Damages* might hold up in a court room or that they even minimally represent New York City's 'real' legal system. Much like faithful fans of other narratively complex television serials hopefully do not mistake their favorite shows for 'realism,' *Damages*' narratives are exaggerated formulations of comparable highly publicized news stories and conspiracy theories. Just as a fan of *24* should not perceive that a real federal agent's career is identical to Jack Bauer's (Kiefer Sutherland), or a follower of *Lost* should not assume that its cast of manipulative characters realistically represents desperate life on a remote island, or viewers of *Mad Men* should not assert that Don Draper's womanizing, boozing, chainsmoking, immoral lifestyle represents the absolute archetype of the 1950s/60s' everyman, the same literal parallels cannot and should not be concluded from *Damages*' somewhat factionalized narratives.

In addition, if one is looking for "real law," *Damages* is not the place to find it. The show does not, for example, emphasize accuracy in its discussion of the rules of discovery or the Federal Rules of Civil Procedure. What *Damages* does do is examine how one lawsuit affects the lives of everyone it touches – lawyers and nonlawyers alike – and how the legal system affects lawyers. (Corcos, 2009: 267)

This chain reaction of universal effectiveness, compliments of the fictional lawsuits of *Damages*' characters, is precisely where its seasonal melodrama derives from, which is what foremost attracts viewers to its narrative complexity.

Damages and other contemporary, critically successful shows (like *24*, *Mad Men*, *Lost*, *The Wire*, and *Dexter*) that are considered narratively complex have this widespread emotional and psychological affectivity because of the limited world in which their characters reside. These claustrophobic narratives which universally and wholly invade every aspect of the characters' lives (i.e. professional, personal, romantic, secretive, etc.) force this overlapping complexity of the storylines. It is this intricate web of plot threads and crisscrossed character narratives – all of which intersect even more than they would in 'real' life – that also seduces viewers' interests weekly. Keeping up with these characters' dramas requires genuine intelligence to follow multiple

plot threads simultaneously, undying devotion to the characters' personalities, and, above all, a willingness to suspend belief of reality in order for a viewer to fully immerse himself in these characters' world. "Narratively complex programs invite temporary disorientation and confusion, allowing viewers to build up their comprehension skills through long-term viewing and active engagement" (Mittell, 2006: 37). A viewer's willingness to place belief in the narrative's complex – or, oftentimes, overly convoluted – cluster of character problems, interactions, and secrets, permits him to, as Mittell suggests, be actively engaged in a world that is not reality but attempts to resemble another version of reality that (like in *Damages*) is based on synonymous realisms and truths.

In a Reuter's interview, when Glenn Close was asked if Patty Hewes was based on a real-life person, she confessed the origination of her character's inception:

The woman I have gone on record crediting is Patricia Hines. Whenever she steps into a courtroom she knows without a doubt she's done more homework than every other person in the room. She prepares for trials by personally reading more than 10,000 documents and then presents her closing arguments extemporaneously. I love that kind of sheer intellectual capacity and voracious curiosity. (Jacobs, 2010)

In this interview Close discussed her precise shadowing of Hines and other powerful NYC female litigators, and how impressed she was with Hines's meticulous work ethic when preparing for lengthy cases. Hewes's obsession with preparation and all-encompassing knowledge, as well as her mandatory need to control any situation of which she is a part, parallels Close's interpretation of Hines's real-life character. Any viewer of *Damages* who has followed news stories of fraudulent financial cases during the past five years can draw comparisons between *Damages*' plot lines and these real news stories. The fact that Patty Hewes herself, however, is based loosely on Hines, as well as two other empowered female litigators, Lorna Scoffield and Mary Jo White (theTVaddict, 2007) provides another factional blueprinted truth via the show's creators. Other suspecting critics of the show guess about Patty Hewes's notorious embodiment of real-life public figures, oftentimes assuming that she is the culmination of multiple social villains who are loved and loathed alike. In one observant review of the third season, critic Justin Ravitz offered, "Patty's character is an amalgamation of real-life figures, including David Boies, an omnipotent, helicopter-traveling attorney who once deposed Bill Gates in an antitrust lawsuit and defended Al Gore versus the Supreme Court in the 2000 Florida election debacle" (2010). Unlike other serial narrative television shows like *Lost* and *24*, for example, which are extremist fictions based on far-fetched ideas that could not mirror reality, *Damages* purposely attempts to represent an altered version of reality whose believable characters make the show itself more plausible. *NY Times* critic Alessandra Stanley says in her post-season follow-up of *Damages*' plots, in which she identifies the character of Patty Hewes as the amoral center of (if not reason for) these extremist factionalizations of corrupt corporate news stories:

It's a heavy-breathing, addictively watchable crime series, even though the actual ripped-from-the-headlines court case is not particularly fascinating or complex, and drama is cooked up with sleight-of-hand editing and scenery-chewing actors. And the centerpiece is Glenn Close, predictably riveting as the cool, crafty and mercurial boss from hell. ("TV WATCH," 2010)

PREVIOUSLY ON

The most recent season of *Damages*, as mentioned previously, and which affectively prompted yours truly to warn a *Damages* cast member on the street about his fictional enemies, was based (less-than-)loosely on Bernie Madoff's catastrophic Ponzi scheme and inevitable incarceration. *Damages*' first season was inspired by the Enron Corporation's corruption and fraud, while its second season offered factional social commentary on FBI tampering and insider information trading. Season three's factional rendering of Madoff's ultimately unsuccessful scheming fit the mold of *Damages*' previously exaggerated world of drama, deceit and corruption, but the ironic aspect of this extravagant factionalizing was that Madoff's actual illegalities were, at first, just as unbelievable. The real-life amount of money Madoff defrauded from countless investors rivaled that of the egregious swindling of the fictional Lewis Tobin (Len Cariou) on *Damages*. As progressively unveiled by media outlets, the enormous sums of money that Madoff stole from his clients were just as cockamamie as Tobin's fraudulent activity was told narratively on *Damages*. In the case of fiction vs. 'reality,' real life outdid fiction, but on *Damages*, the impact of the Tobin's illegalities were told out of chronological order, thus exaggerating the narrative effect even more. The *NY Times* critique of *Damages*' third season adds in regards to Madoff's narratively digestible real story:

The narrative is once again cut up into jumbled time sequences, but the Madoff scenario is a more plausible and inviting crime than the sinister energy-corporation conspiracy that Patty eventually took down last season. That story line presumed that corporate titans were not just greedy and murderous but also brainy, and that's a bit much to swallow in the current economy. The Madoff fraud would be even harder to believe, except that it just happened. (Stanley, "Pie, Then Confession," 2010)

Season three of *Damages*' hyperbolized take on the Madoff scandal not only enhanced the sensationalist aspect of the entire ordeal, but went so far as to offer competition of believability and plausibility to that of Madoff's actual dealings. When the show received positive critical feedback during its third season, some critics synopsisized that the writers of *Damages* did a more reputable job of offering a hypothesized 'truth' to Madoff's fraud than real-life mainstream journalists uncovered in their investigations. "No one may ever satisfactorily divine what Mr. Madoff said at that moment, let alone explain what possessed him to deceive and ruin even close friends and associates for all those years. "Damages" posits a fictional scenario that may be the closest people ever get to the truth" (Stanley, "Pie, Then Confession," 2010). By accepting that the deviant character of Lewis Tobin is based on Madoff, viewers are able to draw a conclusion about Madoff's psychology and criminal behavior *because* of the fictional embodiment of him as Tobin, thanks to how the writers of *Damages* have interpreted the complicated details of the Madoff saga.

Far more than a prescient exploration of American power and its foibles, however, *Damages* presents one of the most elaborate, unpredictable TV narratives in recent memory, a constantly morphing M.C. Escher puzzle that will, hopefully this week, unlock this season's mysterious centerpiece: What happened in that hotel room with Ellen, the gun, and Patty? How and why, exactly? "We know point A, we know point Z. The fun of it, for us, is how we get there," Todd Kessler said. (Ravitz, 2010)

This confession from *Damages*' creator Kessler proves that even the show's writers are taking their viewers for a purposefully factionalized ride to which even they do not know the end result. Factionalizing Madoff's true story allows the writers to extract the most sensationalized aspects of these real news stories – ones that aghast American followers of the news stories were already entertained by – but then build off of these to exaggerate them even more. This 'M.C. Escher' puzzle of unwinding character lunacy and increasingly questionable plausibility of this projected 'reality' on the show pushes viewers' limits of their belief suspension, yet still must maintain *enough* plausibility for viewers to not change the channel. *Damages*' intense factionalizing of the Madoff scandal, Enron's corruption, FBI tampering, and whatever other conspiracy theories they fictively alter in the future must master this balance between suspended belief and realistic interpretation of current events. This balance is, of course, difficult to master.

Viewing tastes thus divided between conspiracy buffs, who saw the sometimes reflexive and tonally divergent monster-of-the-week episodes as distractions from the serious mythological mysteries, and fans who grew to appreciate the coherence of the stand-alone episodes in light of the increasingly inscrutable and contradictory arc... (Mittell, 2006: 33)

For the audience of *Damages*, its viewers who are indeed obsessed with these corporate finance conspiracy theories, and thus watch this fictional show because of it, an offering of truth can emerge, which viewers can use to interpret what really happened in the actual news stories. Conspiracy theory news stories are, of course, favorite narratives for obsessive personalities that dictate to both historical realism and fictionalized popular culture; *Damages* attempts to appease and entertain both types of viewers simultaneously.

Filmic Television Disguised as a Serial Soap Opera

While the factional reimaginings within *Damages*' plots are the narrative strengths that seduce some viewers to remain faithful followers, other viewers who do not have an established viewing history of the show cannot just 'jump right in' and start watching. In regards to the commitment that shows like *Damages* require from viewers to stay abreast of the sudden plot shifts on a weekly basis, critic David Izkoff blames the complex narratology for *Damages*' declining viewership:

In its first season "Damages" was well reviewed, but its serialized narrative made it difficult for new viewers to jump into later episodes. Its audience declined to about 1.4 million for its finale from about 3.7 million viewers for its debut. But FX renewed it for two additional seasons, concluding that "Damages" helped further its tradition of stark, stylized shows like "Nip/Tuck," "Rescue Me" and "The Shield." (2010)

Izkoff's comparison to these other television shows is somewhat problematic because the narratives of *Nip/Tuck* or *Rescue Me*, for example, do not challenge and play around with the temporality of their narratives as much as *Damages*. Like trivial and oftentimes silly daytime soap

PREVIOUSLY ON

operas, the ending of one episode of *Damages* can end with a character inhaling a breath but then start the succeeding episode with that same character exhaling. The time continuation from each episode is so dependent from one moment to the next that an entire season of *Damages* can only offer one conclusion at the season's end, instead of a mini weekly finale at the end of each episode. In comparison to *Nip/Tuck*, for example, on which Drs. McNamara and Troy typically have a showy departure from their office, home, or an anonymous woman's bed, the weekly conclusions of *Damages* are not conclusions at all, but temporary pauses that force viewers to hold our breaths, too, for seven days, until the next episode airs.

The major distinction between television serials and television series is that in a serial, the narratives continue across episodes, often taking weeks, months, or even years to resolve, and the characters evolve and change over time. In contrast, the characters in a series remain fairly stable, with little growth or development, and each episode contains an independent storyline that is typically resolved at the end of the show. Theoretically at least, episodes in a serial must be aired chronologically in order for the narrative to make sense... (Bielby and Harrington, 2008. p. 71)

Published just two years ago, and presumably written before *Damages* first aired, these sub-definitions of television serials already seem outdated, as the narrative techniques of *Damages* defies them. Because *Damages*' plot threads typically do not last months or years, and because its narratives certainly do not unravel in a chronological manner, the show itself cannot be compared to many other serial narratives currently on television. The closest television narratives, which are also on cable, and to which the unique serialization of *Damages* can be compared, are *Mad Men* and *Breaking Bad*, both of which also take place every season within a very short time period; are both deceptively plot heavy, but are actually driven by their complex characters; and both do not chronologically unfold to reveal their deceptive characters and intricately woven plots. Other more popular shows like *24* and *Lost* also play around with time and narrative order, but are far more plot-driven than *Damages*' multi-faceted characters allow its narrative to be. John Fiske offers a revised and updated definition: "Serials...have the same characters, but have continuous storylines, normally more than one, that continue from episode to episode. Their characters appear to live continuously between episodes, they grow and change with time, and have active "memories" of previous events (2010: 120). And yet, Patty Hewes, Ellen Parson, Tom Shays, and *Damages*' other conspiring characters don't always have the chance to "live continuously between episodes," because of the writers' rapid need to include their every move in each episode. This disallows any character interaction, confession, or deception to happen off-screen, unlike in most of these aforementioned likeminded serial narratives.

Certainly, serial fiction offers another layer of anticipation outside the diegetic narrative, as the form of seriality itself is predicated on anticipating the next episode. The producers clearly mine this anticipation through their use of cliffhangers and mysterious revelations within the episodes...gaps in both serial literature and television are productive spaces to negotiate and interpret between the old and the new, previously consumed and forthcoming

installments. (Gray and Mittell, 2007: 32)

This definition of serial television fiction is the most appropriate for *Damages*, considering that every episode is a cliffhanger, literally forcing viewers to wait (im)patiently until next week. It's also important to note that *Damages* is more highbrow and universally critically reputable for its storytelling and meticulous factionalizing than some other popular television serials (*24*, *Lost*, *Nip/Tuck*, *Rescue Me*), and thus rather comparable to postmodern literary fiction. Many notable social commentators who scribe literary fiction that can be shelved on the 'postmodern' bookshelf also experiment with these same narrative licenses that *Damages* prides itself for playing with: a non-chronological narrative that eventually jigsaw puzzles itself together; misrepresented character identities that feature a hefty amount of dramatic irony for the reader to relish; classically tormented and theatrical characters who, like hurricanes, blow through a contemporary world that they tend to either demolish or ultimately not survive in; and narratives that can borderline on melodrama yet are set against the backbone of identifiable current events or social commentary that's relatable to an empathetic readership. This hodgepodge of complex narrative techniques that *Damages* shares with many esteemed postmodern novels makes the show 'literary' and 'filmic,' elevating it beyond just a simple television series. "In fact, the long history of storytelling suggests that unspoiled narratives are far less common than spoiled ones – traditional drama and literature often retells well-known source material like myths and history..." (Gray and Mittell, 2007: 17) *Damages* offers a retelling of historical events, albeit fictionalized/factionalized ones, and although its viewers know the real-life outcomes of these events, its narrative still remains unspoiled with enough innovative plot twists that the storytelling itself remains as deceptive as the show's characters.

The severity with which *Damages* destroys its chronology is such a challenge for viewers that, as television critic Ravitz suggested earlier, its complexity might be guilty for alienating viewers and thus losing ratings. Even well-informed, seasoned viewers of *Damages* sometimes must read online synopses if we forget what happened in a prior episode, or especially, a prior season. "Damages' relies on red herrings and blurred time sequences to confuse the viewer" (Stanley, "TV WATCH," 2010). The first three seasons of the show are all interconnected and all of the characters seem to affect each other in some way, thus requiring the viewer to have not only a history of closely following the show's overall plot, but even to have somewhat memorized the characters' relationships and previous actions. The temporality of the characters and the admittedly confusing world in which they are immersed can understandably be too much for unseasoned viewers or those who attempt to watch the show just once, only to never or occasionally return. This noncommittal attitude is virtually impossible in order to follow Patty Hewes's villainous plotting, as well as the interactions of the other characters. Murders, thefts, conspiracy theory inceptions, physical attacks, verbal arguments, beatings and muggings, car crashes, courtroom victories, extramarital affairs, children conceived from illicit adultery, confessions of love and distrust – all of these dramatic narrative moments are in unordered disarray as per *Damages*' writers. Trying to figure out in what order and time sequencing that the soap operatic events

PREVIOUSLY ON

happened or characters deceived each other is half the enjoyment of watching the show, even if viewers are rarely correct with our guesses or assumptions, especially in regards to time.

Television's sense of time is unique in its feel of the present and its assumption of the future. In soap opera, the narrative time is a metaphorical equivalent of real time, and the audiences are constantly engaged in remembering the past, enjoying the present, and predicting the future...the future may not be part of the diegetic world of the narrative, but it is inscribed into the institution of television itself: the characters may not act as though they will be back with us next week, but we, the viewers, know that they will. The sense of the future, of the existence of as yet unwritten events, is a specifically televisual characteristic, and one that works to resist narrative closure. (Fiske, 2010: 117)

This experimentation with temporality – that of time, place, and character whereabouts, and in *Damages*' particular case, that of historical recreation – as well as the proudly melodramatic nature of the characters and their actions, fashion *Damages* as both serially innovative and stylistically postmodern. While we as viewers may not necessarily be able to predict the characters' futures on *Damages*, we are able to 'one-up' them because, as per the writers' allowance of dramatic irony, we know more about the fates of Patty Hewes, Tom Shays, Ellen Parsons, et. al., than they themselves know. Rose Byrne, who plays Ellen Parsons on the show, initially disapproved of the supreme amount of dramatic irony with which the show's writers supply their viewers for Ellen. "...'the audience knew more than Ellen,' she said, 'so she kind of came off stupid, because everyone was one step ahead of her... [Season 3 has] been a lot richer for me'" (Itzkoff, 2010).

Watching *Damages*, we know how certain characters are murdered far before we know when, and in most cases, we know long before these characters themselves find themselves in danger. We witness lusty affairs impassioning before our eyes but are clueless as to how the characters involved ended up together in the bedroom; sometimes, we see two people romantically involved in the future who, in the present, have not yet even met. *Damages* treats us to bloody corpses, totaled automobiles, and crime scene evidence found in dumpsters, all before we have any initial information with which to piece together these clues. *Damages* turns us as viewers into the best attorneys the show has to offer, all the while dramatically and ironically alienating the characters from each other. Most often, though, Patty still seems at least one step ahead of even viewers' knowledge of *Damages*' complex plot structures, but even her character is provided with lapses of dramatic irony during which we're permitted to know tiny narrative snippets of Patty's future. "In contemporary narratively complex shows such variations in storytelling strategies are more commonplace and signaled with much more subtlety or delay; these shows are constructed without fear of temporary confusion for viewers" (Mittell, 2006: 37). This temporary confusion, however, is precisely the viewing enjoyment with which *Damages* taunts its viewers. And, although *Damages* is not a soap opera by intention, and although I prefer the label 'melodrama' instead of 'soap opera' to describe the show, multiple critics suggest that because of its hyperbolized tone and the desperation of its characters that it verges on soap operatic narrative devices. The oftentimes outrageous reactions of Patty Hewes and her counterpart characters often rival those

of classical characters in Greek drama. Still, other critics suggest that the narrative complexity of soap operas, if heightened from simplistic daytime television, as *Damages* is of a higher caliber, is not a negative genre in which to be placed. Bielby and Harrington suggest that the dramatically sweeping and interweaving complexity of soap operas' characters – similar to *Damages* – offers a more commendable finished product and a somewhat universal appeal:

Serial narratives have also been a central nation-building enterprise in all regions of the world, raising complex questions about the impact of imported television on national identities. Finally, the popularity of serial narratives globally coincides with a sustained decline in the popularity of daytime soap operas in the U.S. domestic market, allowing at different levels of the marketplace. (2008: 70)

By this assertion, television serials that border on melodrama or operatic qualities ought to be considered critically esteemed due to their potential for drawing in such a large viewership with their complex narratives, and for their ability to incorporate such a large diversity of intriguing storylines and character relationships.

A Narrative Upgrade of Postmodern Genre 'Mash-up'

If *Damages* is given the seemingly negative label of a 'late-night soap opera,' then one of the foremost complex qualities the show possesses is its genre hybridity. This postmodernist quality of maintaining the ability to offer an organized and suspenseful 'mash-up' of genre is a trait *Damages* possesses that is typically critically acclaimed for postmodern film, rather than for television shows. Many television series are too simplistic or, in the literal sense in terms of programming, too short to offer this genre hybridity. Whereas, in film, narratives that are considered 'postmodern' as per their stylistic combination of genre, are usually acclaimed because of their ability to satisfy these genre necessities simultaneously (see: films directed by Quentin Tarantino, David Fincher, Christopher Nolan, Paul Thomas Anderson, David Lynch). From week to week, *Damages* manages to don multiple genre masks simultaneously:

- a horrific social tragedy, which as mentioned before, features narrative and character arc elements that rival classical Greek drama
- a corporate law family saga headed by all-powerful 'mama' Patty Hewes, and her aspiring attorney 'children,' Ellen, Tom, etc.
- a reimagining of recent news stories and current events, which continues to assist viewers' understanding of these news fascinations in the guise of fiction/faction
- a *who-done-it?* mystery-thriller narrative that is paired with a lawyers-as-detectives tale
- biographical reconstructions of infamous public figures (Bernie Madoff and his family, the Enron spearheads, FBI bosses), which, dependent upon a viewer's understanding or empathy to the real-life person these characters are based on, might even be construed as parody or satire
- an empowered corporate feminist fantasy in the embodiment of both Patty Hewes and

PREVIOUSLY ON

- Ellen Parsons, and via their analogous distrust and admiration for each other and, a darkly comedic interplay between Manhattan social archetypes and their desires to outdo, best, and sometimes even do away with each other.

While these other genre definitions for *Damages* are more obvious when watching just an episode or two of the show, this last genre, that of black comedy, requires the viewer to have a personal history with the characters, in order to understand their evil humor and suggestive jokes that refer back to prior episodes and seasons. This comedy of (lack of) manners that is injected throughout *Damages* offers biting social commentary about pretentious Manhattan lifestyles, such as absentee parenting (Patty's disastrously irresponsible prep school son who indirectly strives to ruin her life), or the outrageous lengths that rich businessmen go to in efforts to keep their mistresses anonymous. While the laughter that derives from *Damages'* plot lines is often surprising for viewers to find from the show's narratives, the situations that create the humor might even be compared to sensationalist reality television shows that get far better ratings than *Damages*.

For example, genre has been a key piece of information included in product pitches since the early days of television sales... Genre is a necessary ingredient in successful pitches, whether named explicitly (e.g., "sitcom"), through hybrid reference (e.g. "a cross between action adventure and comedy"), or through now-clichéd reference to other successful cultural texts (e.g., "It's *The Real World* meets Kerouac meets *The Simple Life 2* – in Mandarin.") (Bielby and Harrington, 2008: 78)

Shows like *The Real World* or *The Simple Life*, which are mentioned here, are proudly tawdry with their subject matter and typically asinine 'character' decisions. And while no critically esteemed show like *Damages* would want to be described as a genre mash-up of any of these silly reality shows, which boastfully feature imbeciles flaunting their amoral behavior, the characters of *Damages* are admittedly just as over-the-top. However, while set in a 'realistic' Manhattan, and as paired with more recognizable genres like "legal thriller" or "social drama," the absurdist plots of Hewes and company don't seem as ludicrous as these other television shows. Meanwhile, whenever humor is involved in *Damages*, the show's intellectual characters are usually in on the joke, too. Unlike sensationalist realty shows that attempt to create an allegedly 'realistic' representation of time, place, and character types, the self-aware characters of *Damages* know the satirized or parodized facets of their own characters, their interactions with other characters, and how their actions affect others. It is their self-awareness that makes them more believable. Unlike when viewers are laughing *at* the buffoons of reality television shows, in serials like *Damages*, *Mad Men*, and *Breaking Bad*, we are laughing *with* the characters instead. This genre mash-up, particularly if humor can be an added bonus within these otherwise somewhat bleak cable dramas, elevates them beyond other television shows and serials that are limited to their own singularly assigned genre label.

In regards to one of *Damages'* more intended or obvious genres, that of the legal mystery-thriller,

PREVIOUSLY ON

Jason Mittell offers in his book about narrative complexity, specifically for this popular genre, which is presently one of the most-watched on television:

But as in any mystery-driven fiction, viewers want to be surprised and thwarted as well as satisfied with the internal logic of the story. In processing such programs viewers find themselves both drawn into a compelling diegesis (as with all effective stories) and focused on the discursive processes of storytelling needed to achieve each show's complexity and mystery. (2006: 38)

As mentioned in the prior section: *Damages* is a guessing game, so much that the complexity of its confusion for viewers renders it worthless to even speculate what will happen from episode to episode. With many formulaic television shows, every episode unfolds in a similar manner, and typically ends the same way, too (for example: the faithful plot structure of *Law and Order* strategically plays out identically from week to week, allowing even sporadic viewers to immediately hypothesize about the results of each case). *Damages* has so many twists and turns within its mixture of genres that even attempting to guess the outcome seems pointless; however, this impossibility is quite often a main component of the show's enjoyment factor. The over-the-top conclusions that *Damages* frenetically spirals towards purposely *confuses* viewers, and *so very much happens* within a single episode. Even the finales of the first three seasons, for example, did not offer much closure for the temporary seasonal characters, and even less closure for the series' regulars (Patty, Ellen, Tom, etc., with the exception of Tom's death in season three).

Rejecting the need for plot closure within every episode that typifies conventional episodic form, narrative complexity foregrounds ongoing stories across a range of genres. Additionally, narrative complexity moves from serial form outside of the generic assumptions tied to soap operas – many (although certainly not all) complex programs tell stories serially while rejecting or downplaying the melodramatic style and primary focus on relationships over plots of soap operas... (Mittell, 2008: 32)

Damages has been on for three seasons and still shows no signs of even potential closure. So many plot threads are continued from season to season; some narrative twists in season one are, for example, just starting to make sense in season three, yet finalized, fully-explained answers are not yet offered for these twists (more on this intentional and meticulously planned narrative complexity in the next section).

In regards to my suggestion that one of *Damages*' sub-genres is that of a corporate feminist fantasy, consider the dueling between Patty Hewes and Ellen Parsons, who, although they do not trust each other (no one on this show does), they also know each other better than any of *Damages*' other characters. This squaring off of Hewes versus Parsons was established early-on in season one, and has gotten progressively more intense and multi-layered with each season, namely because of Ellen's quest to uncover many of Patty's personal and professional secrets.

Ellen hates Patty but admires her just as much as Patty knows to keep her enemies closer than her friends. Similarly, while Ellen is unquestionably projected as the more feminized of these two archetypal female characters (i.e. Patty = power-hungry bitch / Ellen = aspiring ingénue), Patty must ‘act like a man’ to succeed in her cases. She must outsmart all men involved in any narrative thread, and progressively teaches Ellen to do the same, while simultaneously deceiving her, and viciously meddling in Ellen’s personal life. In turn, Ellen respects this about Patty, but consequently does not want to mirror her boss’s persona; Ellen idolizes Patty without idealizing her. “In making Patty so implacable, the show makes the character extremely unlikeable, even possibly unredeemable, in a way that a male lawyer would not be... We expect women to be kind and understanding and certainly not to put others in harm’s way” (Corcos, 2009: 269).

Other popular network television shows that tend to be far more simplistic or clichéd in their approach to plot and character – such as *Private Practice*, *CSI*, *Law & Order: Special Victims Unit* – present female characters who have achieved some level of success or respect in a career-driven world where gender is of seemingly no concern. These female doctors, detectives, lawyers, surgeons, et al. make snappy decisions, have other female followers and young males chasing after them, and ‘wear the pants’ in their own respective fictionalized serial. Patty Hewes, however, is an extremist case of an all-powerful fictional female character, not only because she is (as mentioned previously) based on truthful culminations of real-life women, but also because she is quite literally the God of Manhattan, as far as *Damages*’ narrative is concerned. Most male characters know she is ruthless and unforgiving, which is rare for female characters, and apparently unacceptable for most TV viewers’ tastes, as displayed by *Damages*’ dwindling ratings. As per the show’s writers, any male character who challenges Patty winds up either (a) dead, or (b) emasculated, the latter of which is typically presented as a worse scenario.

...Patty Hewes, is more extreme on both ends: she’s cruel, Machiavellian, dogged, charming, and dangerous. At the same time, she’s vulnerable, precisely because of her hard-charging ways—she’s a target of those she has gone after and brought down. In the second episode, when she receives a package at her office—and it is her office; she’s the head of the firm—we find out just how vulnerable. (...in this case, however, the character appears to deserve most of what she gets.) (Franklin, 2007)

Infused amongst the other genres that *Damages* collectively maintains, this corporate feminist fantasy successfully appeals to viewers who can relate to Patty, or to Ellen’s ‘less masculine’ legal world ingénue. Either female character can be seen as empowered, since the males in the show rarely fare well. In season three, even Tom Shays, who is essentially viewed as Patty’s successful substitute son, is murdered (in her interrogation scene at the police station, Patty even proclaims “Tom is family”). The majority of the males on this show die by unfortunate circumstance, are imprisoned, are emasculated in court, and most all, murdered – even if they did nothing wrong. While gender empowerment is only rarely discussed between Patty and Ellen, when Patty gets her finely manicured fingers ahold of the male characters, the ‘bad’ men

are punished, while the ‘good’ men are often already victims of the bad men...but Patty is already busy rectifying all of these illegalities or amoral actions, to avenge these ‘good’ men.

Narrative Complexity’s Promotion of Cerebral and Emotional Intelligence

Media theorist John Fiske suggests that “Television viewing is more interactive than either cinema spectating or novel reading and consequently its narratives are more open to negotiation. The segmented, fractured nature of television, its producerly texts, and its active audiences, come together...” (2010: 119) Just four years prior, Stephen Johnson’s book, *Everything Bad is Good For You*, broke down into categories (television, film, videogames, and a surprisingly brief section on internet social networking) these realms of popular narratology. A summation of Johnson’s book is that complex popular culture narratives – like *Damages* – now have the capability of making television viewers genuinely smarter, since we must follow a challenging, interwoven tangle of narrative threads simultaneously, as opposed to more simplistic television series from generations past. Johnson used innovative series like *The Sopranos*, *Six Feet Under*, and even the early-1980s serial *Hill Street Blues*, to illustrate his points of the increased viewer demand of narrative threading (Johnson, 2006). Thus, Fiske’s work, and other writers whose content is synonymous, and who also scribe about the process of popular narratives’ indirect, almost sneaky, attempt to increase viewers’ intellectual capabilities through storytelling, perhaps build off of Johnson’s intensive studies.

“[Narrative] complexity has not overtaken conventional forms within the majority of television programming today – there are still many more conventional sitcoms and dramas on-air than complex narratives (Mittell, 2006: 29). Although Mittell’s quote was published in 2006, before shows like *Damages*, *Mad Men*, and *Breaking Bad* had initially aired, it is still true for today’s television viewership that many of these ‘conventional sitcoms and dramas’ tally higher ratings *because* of their simplistic narrative forms. This same high ratings hypothesis is true for the aforementioned reality television shows; these programs are comfortable for lackadaisical viewers who don’t necessarily want to be challenged by complex storytelling, factionalized news stories, or characters who are based on infamous social truths and/or public figures. Many television critics like Fiske, Johnson, and Mittell, however, argue that millennial television viewers crave if not expect narratives to be more complicated nowadays, and that the most coveted narratives are indeed cerebrally challenging ones. Even shows like *Lost* or *24*, for example – which are fictional rather than intentional social commentary like *Damages* aspires to promote – present brainiac puzzles for their viewers, requesting if not requiring that their viewers guess about what will happen next. Moreover, viewers of these shows are also required to possess a library of knowledge to maintain interest in them; watching narratives as complex as these requires encyclopediac memorization skills.

About a year ago, I overheard two television watchers on a Manhattan subway, talking about their viewing pleasures. One professed that he was a *24* fan while the other proclaimed his love for *Lost*. They sparred sarcastically about their own respective loyalty to these serials, jesting that one show was better than the other, but both agreeing that regardless of programming content

or changes in the show, they were each invested – emotionally and psychologically, as well as physically planted on their sofas – for the long-run, since they had spent years of their lives attempting to solve the puzzles that the narratives of *Lost* and *24* seasonally presented to them. They also joked that they could not possibly commit infidelity on their beloved chosen show, by watching one of its competitors. This is, of course, not to say that television viewers can only intellectually handle one television serial that is of a complex narrative nature. Rather, much like Johnson's claims that television narratives are making us smarter, or at least requesting more commitment from us, it is true that we as viewers must remain absolutely faithful to our chosen serial(s), in order to empathize with its characters, and, literally speaking, know what is happening. The interaction of 21st century serial narratives like *Damages* require us to not miss a single episode, the impossibility of which would negatively impact not only our understanding of the show's plot, but badly hinder our committed relationship to our chosen show. No longer can we just casually tune into television serials since they are so intense and narratively complex; we must be married to a particular show. Although, thanks to DVR and Tivo, polygamist marriages to multiple television serials are allowed for viewers who can 'handle' the cerebral narrative challenge.

These narratively complex shows seduce us to formulate hypotheses of the characters' fates, who will outdo whom, and how episodes and even entire seasons will conclude, albeit most times with a lack of closure. "A good story can be a well-told tale, but it can also be a puzzle and a challenge, an object to be marveled at (directing focus to the well-told tale's actual *telling*), a familiar space, a complex network to be mapped, and a site to stimulate both discussion and the proliferation of textuality (Gray and Mittell, 2007: 34). This 'narrative as puzzle' disguise hooks in faithful viewers, in efforts to maintain annual ratings. More importantly, the challenges of keeping up with a television serial's characters' tribulations and interactions typically promotes a sort of emotional intelligence requirement that other conventional shows do not require. My accosting an actor on the street about his fictional character, for example, proves that I must possess an 'emotional intelligence' which I have empathetically employed to 'save' Ben Shenkman's D.A. character. This empathy from me as a viewer has derived from an apparent psychological connection to Shenkman's character because his role in season three of *Damages* was the 'good guy,' prompting me assign my viewership loyalty to him rather than to Patty Hewes or any of the other corrupt characters. The plots of shows like *Damages* challenge viewers intellectually, in the guise of brain-teasing puzzles, while the character arcs and oftentimes melodramatic character reactions to certain situations beg viewers to empathize with the characters, thereby requesting us to also use our emotional intelligence. This fully conceptual activity, extensively employing both the prefrontal lobe's analytical and logical part of the brain and the hypothalamus's emotional portion, is a rare intellectual experience that not many television programs can boast.

It is understandable, and equally unfortunate, that these serials which feature such high narrative complexity and require so much from viewers, tend not to last many seasons, due to the American viewing public's preferences. "Audiences tend to embrace complex programs in much more passionate and committed terms than most conventional television, using these shows as the

basis for robust fan cultures and active feedback to the television industry (especially when their programs are in jeopardy of cancellation) (Mittell, 2006: 32). This suggests that while some viewing audiences embrace narrative complexity like *Damages* features, viewers who watch television for purely escapist reasons, or perhaps not to engage in entertainment on an intellectual level (be it cerebrally or emotionally), outnumber those who do covet narrative television's complexity.

Although *Damages* has moved from FX to DirecTV, the definitive relocation of which remains to be seen or proven effective, like other critically acclaimed shows that struggle in the ratings *because* of their narrative complexity (such as HBO's ratings-faltering *Treme*), its staying power appears rather grim. *Damages*' reputation, after all, now proceeds its ability to obtain additional viewers, a feat that seems somewhat impossible unless curious viewers tune in to watch seasons one through three on Netflix, where the show is offered via Instant Queue.

...“Damages” had to address a predicament that all serialized shows — even those that are less intricate — must face: How would it hold on to an audience from episode to episode and still maintain a frenetic weekly production schedule? To answer this, its creators evolved an off-the-cuff writing style that has enthralled and alienated viewers while it surprises, baffles and aggravates its cast. (Itzkoff, 2009)

Only undyingly faithful viewers of such serial programs prevent these serials' deaths, in hopes that their questionably off-putting narrative complexity does not *overly* 'baffle' or 'alienate' its viewers. The extremist situations in which Patty Hewes and Ellen Parsons will find themselves during season four will require previous viewers of *Damages* to hope their note-taking skills and/or memories are infallible. For similar serial narratives with such intricately interwoven plot threads, new viewership becomes increasingly difficult as these series continue into new seasons. For *Damages* in particular, the confusion of its characters' meddlings against each other alienates viewers who have no historical relationship with these characters and their interactions. With *Damages*' purposeful narrative puzzling,

If you think you understand a character's motivations or values on this show, think again. If a character seems vaguely principled, he's probably bad news. If a character seems to have pure intentions, she's probably a narc or a spy or a vengeful former lover. If a character's actions seem spontaneous, he's probably been planning this move for years. In the topsy-turvy, deeply corrupt universe of “Damages,” everyone is calculating and everyone is dangerous. (Havrileseky, 2009)

Regardless of *Damages*' future success, similar to that of other narratively complex television serials, creator Kessler and his team of writers must decide carefully if they want to revamp the show to encourage new viewership, or if they instead wish to cater strictly to viewers who have invested three years of intrigue. Although it remains to be seen what ultimate fate such complex television narratives face in an increasingly attention-deficit viewing entertainment marketplace, hopefully intellectual-minded fans – cerebrally and emotionally intelligent alike – will continue demanding such highbrow television programming. In terms of television serials' level of quality,

only shows like *Damages*, with their carefully tangled narrative threads and intensive character arcs, are capable of developing such multifarious characters as Patty Hewes. Simplistic television series, or even some serials, that undermine viewers' intellectual capacities, would not be able to tame Patty Hewes's Herculean personality. These monumental characters need such complicated shows for themselves, too, but in the end, they need viewers just as much.

Works Cited

Bielby, Denise and C. Harrington. (2008). *Global TV: Exporting Television and Culture in the World Market*. New York: NYU Press.

Corcos, Christine A. (2009). *Damages: The Truth is Out There*. In Ed. Michael Asimow. *Lawyers in Your Living Room!: Law on television* (pp. 265-273). Chicago: American Bar Association.

Critically Acclaimed Damages Moves to DIRECTV With Brand New Episodes Airing

Exclusively on DIRECTV's 101 Network. Retrieved December 1, 2010, from DIRECTV's website:

<http://investor.directv.com/releasedetail.cfm?releaseid=489643>

Currie, Mark. (2007) *About Time: Narrative, Fiction, and the Philosophy of Time*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Fiske, John. (2010) *Television Culture*. London: Routledge.

Franklin, Nancy. (2007, July 23). Dangerous Liaisons: Law and Disorder on FX. *The New Yorker*. Retrieved from: <<http://www.newyorker.com/arts/critics/television/>

2007/07/23/070723crte_television_franklin>

Gray, Jonathan and Jason Mittell. (2007) Speculation on Spoilers: *Lost* Fandom, Narrative Consumption, and Rethinking Textuality. *Participations.org*. Retrieved from: <http://74.125.155.132/scholar?q=cache:7e86RDYQXkgJ:scholar.google.com/&hl=en&as_sdt=8000000000>

>

Havrilesky, Heather. (2009) What's your damage? *Salon.com*. Retrieved from:

<<http://www.salon.com/entertainment/tv/review/2009/01/07/Damages>>

Itzkoff, David. (2009) Caution: The Storyline is Slippery. *New York Times*. Retrieved from: <http://www.nytimes.com/2009/01/04/arts/television/04dave.html?_r=2&scp=5>

Jacobs, Jill. (2010) A Minute With: Glenn Close, Back on "Damages." *Reuters UK*. Retrieved from: <<http://uk.reuters.com/article/idUKTRE60K3PY20100121>>

PREVIOUSLY ON

Johnson, Steven. (2006). *Everything Bad is Good For You*. New York: Riverhead Trade.

Mittell, Jason. (2006) Narrative Complexity in Contemporary American Television. *The Velvet Light Trap*, 58. Austin: University of Texas Press. Retrieved from:

http://muse.jhu.edu/login?uri=/journals/the_velvet_light_trap/v058/58.1mittell.html

Ravitz, Justin. (2009) So Why Aren't You Watching *Damages*? *The Daily Beast*. Retrieved from: <<http://www.thedailybeast.com/blogs-and-stories/2009-03-31/so-why-arent-you-watching-damages/>>

Stanley, Alessandra. (2010). Pie, Then Confession: Madoff Case as a Legal Thriller." *New York Times*. Retrieved from: <<http://www.nytimes.com/2010/01/25/arts/television/25damages.html?scp=9&sq=damages%20%22patty%20hewes%22&st=cse>>

Stanley, Alessandra. (2007) TV WATCH: 'Mad Men' and 'Damages': No Time for Heroes. *New York Times*. Retrieved from: <<http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9906E7D7153CF93AA25753C>

[1A9619C8B63&scp=8&sq=damages%20%22patty%20hewes%22&st=cse](http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9906E7D7153CF93AA25753C1A9619C8B63&scp=8&sq=damages%20%22patty%20hewes%22&st=cse)>

theTVaddict. (2007) Exclusive Interview: Glenn Close Talks *Damages*. *theTVaddict.com*

Retrieved from: <<http://www.thetvaddict.com/2007/10/23/exclusive-interview-glenn-close-talks->?damages/>>

Slash fiction; an active fandom in the current Television series context

María del Mar Rubio-Hernández

Introduction

Scholars have been studying the impact of the media in our society since its appearance and its democratization over the last 50 years. Far from a naive attempt to review the implications of the media, this article focuses on a specific phenomenon as a consequence of the viewers' new position. As a matter of fact, since the first theories, which understood the audience as a passive addressee, new approaches have emerged that express the present role of the audience as being one which represents an active community of media interpreters. Viewers and readers have abandoned conformist passivity to become co-authors in the last decades because they are no longer content with the mere consumption of texts presented by the authors; the audience does not consider and venerate said texts as irrefutable, but they propose alternate versions instead.

One of the current examples of the paradigm shift in the addressee's role is the activity developed by the large fandom community, which creates new stories as alternate versions from the canon TV series or films. In addition to the escape from daily routine which TV series meant for the first spectators, who lived those experiences vicariously, the most devoted followers from some decades ago started to play out 'what-if' scenarios, and imagine how the story would develop in hypothetical cases; "the would-be readers themselves became the producers of what they wanted, at first because that was the only way to get it and later because they found the act of producing it pleased them for its own sake" (Pugh, 2005: 218). After years of prolific printed production, the made-up stories which once filled in the "fanzines" were brought to the web, and writers started to publish online, such that a growth took place alongside the popularization of the Internet. Among the varied manifestations of fan fiction, slash fiction stands out not as much for its numerous followers but rather for the controversy which it generates. In fact, whereas slash represents a small percentage of the fan fiction production, it is the genre which attracts more attention from scholars and academics (Pugh, 2005: 91).

In general terms, slash fiction is a subgenre of fan fiction that illustrates eroticism and romanticism among characters of the same sex, found most notably in films and television shows. Fan fiction is a derivative work under United States copyright law. According to the United States copyright office, "A «derivative work», that is, a work that is based on (or derived from) one or more already existing works, is copyrightable if it includes what the copyright law calls an «original work of authorship»". However, the implications of this phenomenon go further and are subject to debate, as Anne M. Kustritz claims when defining it as "A slippery signifier alternately used as a verb, noun or adjective, "slash" communicates a bundle of interconnected meanings, at once describing a community, a personal identity, a textual genre, and an active reception activity" (2007: 2). Slash fiction is, consequently, a complex phenomenon involving several issues which

cannot be reduced to legal terms.

The new role of the reader as an interpreter

Given this gained authority of the addressee, one of slash fiction's dimensions, which is worthy to point out, is its active community of writers. Still, the fandom writers' activity should be framed within a broader context in order to understand its further implications. One of the experts who discuss the social consequences of such change is Zygmunt Bauman, who sets the metamorphosis of the reader in the context of post-modernity. According to Bauman, not only did the post-modern era shift the social order, affecting several spheres, but it also modified the spirit of the time, as well as the intellectual arena. The experts, who traditionally monopolized the authority status, are now relegated to a subordinate position, due to the rise of plurality as valid criteria for judgement. Bauman uses metaphorical names to label the role of the old elite, called legislators, and the readers, named interpreters, and he highlights the emergence of many signs that reveal the gradual replacement of the former by the latter (1987: 125). Furthermore, he insists in the importance of a pluralism of interpretations, values and experiences as an alternative to the authority of the legislators, who remained in control of the area of taste and artistic judgement during modernity. Although Bauman is firstly referring to the artistic field, he also points out the importance of the mass media culture in shaping a new source of judges. The last consequence of this revolution is that the discussion is not limited to the experts anymore, but it involves the society as a whole. In fact, Bauman highlights the notion of community as "the central concept of the self-consciously post-modern philosophy and social science. It has come to replace reason and universal truth, and the one method leading to both" (1987: 145). The notion of community will be a central idea to explain the implications of slash fiction in this account, and it is also a crucial notion in Stanley Fish's theory.

Fish talks about the interpretive communities as a determinant factor in the meaning making process. He states that meanings are not fixed; they are rather a social construction which depends on the cultural assumptions and conventions established by the community within a specific context. Therefore, its members' interpretation of a text is shaped by the specific fashion in which that community reads a text and takes the meanings from it. These approaches open a new perspective from which to understand and study the role of the reader and his interpretation. As Fish states, "no reading, however outlandish it might appear, is inherently an impossible one" (1987: 347). According to his assertion, slash fiction would be one of the possible readings of a given media text.

Thus, fan fiction is to be understood as one of the signs highlighted by Bauman about the increasing substitution of the legislators by the interpreters in a pop-cultural context.

Fan fiction as a new arena for interpreters

Generally, it is said that fan fiction writers started to write because they wanted 'more from' or 'more of' the original story and they were willing to explore alternative endings or plots, as remarked by Pugh (2005: 19). This way, they invented what they did not get from the official

versions, while giving birth to a new phenomenon. According to the author, the wish of knowing more about a story which has become familiar to the addressee, even if he accepts the canon ending, or the curiosity of exploring alternative scenarios is a common thing for men and his need of narratives; moreover, it is said to be one of the founding reasons for fanfiction writing. Pugh assimilates the fanfiction writers to the Ancient Greek dramatists, who used the characters from myths in their plays, or to medieval artists who turned to the Bible figures when writing morality tales, since they all stem from the canon and present re-written stories under a new interpretation (2005: 69). In fact the author defends fanfiction writer's talent, although they are working with existing characters, since "for them, these characters have become archetypes, part of a myth-kitty on which they draw as writers have for centuries on myth, legend and folk tale" (2005: 134).

Initially, fanfiction was developed within fanzines but their small scale production limited what was available to the public. The appearance and democratization of the Internet provided the writers with cheaper possibilities to publish, get their works read by a large public, and create larger communities. It meant a huge revolution, since not only does the Internet allow more accessibility to the stories, but it also gives the possibility of interaction between the writers and the readers of fanfiction in general, and slash in particular. This way, the writers have the chance of receiving instant feedback from the readers and improve their works by learning from their fans' advice. Thus, the process is a continual reinterpretation of the media texts, in which every writer contributes in a way to enlarge the experience that the primary text caused on them. In this sense, Jenkins insists in the idea of fandom as a participatory community, since he defines it in social terms, as "spectators who transform the experience of watching television into a rich and complex participatory culture" (1992: 23). This concept connects with Fish's ideas about the community of interpreters and its shared ways of encoding a specific text. In fact, the importance of the collaborative work within the community is expressed in the success/fail of the fanfiction story depending on the fulfilment of certain premises, such as not altering the character's personality. In fact, writers "do speak and think of 'our characters', a shared resource that the whole community of that fandom feels it knows and cares about" (Pough, 2005: 67).

Actually, this factor seems to be the most important aspect of fanfiction production. Despite the increase of sequels, pre-sequels (speculating how the circumstances get to be the way they are), AU (Alternate Universes) which refers to 'what if' scenarios that are deviated from the canon, etc., there are still some basic principles, such as the importance of maintaining the character's essence, which need to be followed: "the one aspect of canon that is not usually up for alteration is the nature of the characters. To some fanfic readers, these are the most important aspect of their fanfic universe and of any story set in it" (Pugh, 2005: 65).

Slash fiction as a subversive genre

Slash fiction started in the 1970's, when some female spectators of the television show *Star Trek* began to write stories based on the main male characters, Kirk and Spock. The first slash story, which appeared in 1974 ('A fragment out of time'), insinuated a relationship beyond friendship

between the main characters of the successful TV show. In fact, the genre takes its name from the graphic symbol which usually was used to refer the pair made by these two characters in the first fan stories that appeared in that decade suggesting a relationship between them. It was the practice in that time among fan writers to list the name or initials of the characters of the story so that the readers could identify them easily. If the initials were linked by a forward slash (/), it would indicate that there was a sexual relationship between them. Thus, since it was used to link Spock and Kirk romantically, “the forward slash between them came to mean specifically stories which focused on m/m relationships” (Pugh, 2005: 91).

The usual question of why do women choose male characters as the protagonists of their romance stories, as it will be discussed later, may find an answer in the beginnings of the genre, as remarked by Pugh. Since there were no interesting main female characters within the TV shows from the 60’s and 70’s (i.e. *The professionals*, *Starsky&Hutch*) slash fiction writers focused on the more developed male characters (i.e. Bodie and Doyle, Solo and Illya, Blake and Avon), and created emotional stories between them. Thus, their goal when writing said stories “was to ratchet up the emotional charge of the canon and to make their heroes more interesting by increasing their vulnerability and opening them to their own, often very closed-off, feelings” (Pugh, 2005: 93). Although writers from the 60’s, 70’s and early 80’s had limited power in shaping the plots as they do nowadays, there was a change concerning the inclusion of more active women as well as more emotional men among the protagonists of the next series from now and then. Yet such an evolution was also due to social trends. The audience’s opinion started to be considered an influential factor to be taken into account, as pointed out by Pugh: “if there was awareness that audiences wanted stronger female characters and more emotionally vulnerable male ones, then the audience, as well as the official writers, directors and actors, had played some part in shaping those characters” (2005: 21).

Since that moment, the genre has evolved so that it presents a myriad of possibilities in several aspects, from the wide range of television shows and films which serve as a starting point (*Harry Potter*, *Smallville*, *Supernatural*, *Terminator*, *V*, *X-files*, *X-men*), to a continuum in the plot, which runs from explicit sexual encounters to idealistic romantic stories. Moreover, although it initially was limited to male couples, there are also stories which portray female characters involved in this kind of relationship. As a matter of fact, that’s one of the subgenres, called *femslash*, among the several ones that have developed from the original stories (i.e. the *chanslash*, depicts relationships where underage characters are involved and the *real person slash* goes further in creating a slash story with a real celebrity). Moreover, there are further categories within the genre which indicate other aspects, such as the extent to which both writers and readers whether prioritize the importance of the sexual encounter or the pair itself. This way, the label “ATG” (Any two guys), refers to those stories which are mostly focused on the sex rather than on the characters; on the contrary, “OTP” (One True pairing) stands for those who consider a specific couple as unique, and do not want to pair those characters with someone else (Pugh, 2005: 110-111). Therefore, there are concerns from both sides, and, according to Pugh, readers and

writers express their fears about slash becoming over-sexual, which would lead to a repetitive and monotonous genre, as well as becoming too emotional and sentimental.

There are some new paths that are being taken by the latest slash fiction stories. Presently, there is a debate over the ease with which female slash fiction is included as well as the slash stories which take main characters who are already gay in the canon (e.g. the characters of the TV show *Queer as folk*). At first sight, both aspects do not seem to be very problematic as long as the stories fulfil the conditions to be considered slash. It is to say that the slash fiction still ought to show the vulnerability of men concerning their feelings and emotions towards a homosexual relationship, which would be somehow suggested in the canon. However, there is little consensus about these aspects and slash writers, as well as readers, express different opinions in this regard. Therefore, “the two themes that seem to emerge over and over when slash writers discuss slash are the importance of extending the canon, of exploring what was “visible but withheld”, and the extent to which, however explicit physically explicit slash may get, its core is emotion” (Pugh, 2005: 100).

Slash Fiction based on current TV shows

Despite the fact that it was conceived several decades ago, slash fiction is an active genre within the spectrum of fandom production today. Therefore, it is not strange to find an increasing number of stories (which coexists with those depicting old TV shows) whose main characters are the protagonists of the current series that are seen in TV every day, such as *Lost*, *Mad Men*, *Supernatural*, *CSI*, *Smallville*, *Bones*, *Dexter*, *Doctor Who*, *House*, *The Mentalist*, *Nip/Tuck*, etc.

Some of the websites, such as fanfiction.net, include several genres which take a myriad of media texts (i.e. comics, films, books, or even cartoons) as their primary sources, while others are specifically focused on slash fiction, like slashfiction.net; moreover, it is possible to find certain sites which focus on a specific TV show and gather every kind of fandom production which is based on it, like lostfic.com, which welcomes any genre about the series *Lost* (ABC) or ‘CSI Forensics. From out of the lab’, which includes more genres besides slash. In general, these websites are open arenas which publish any story freely, although there are some restrictions concerning the use of underage or real characters.

When visiting some of these websites hosted by slash fiction fandom, it is easy to distinguish different ways of classifying the contents in order to provide the reader with a clear and organized map of the available offering. Whereas the level of organization varies from one site to another, the stories are usually ordered in different categories such as pairings, chapters, title, name of the author, or by sex rating (including an adult content alert on some occasions). In fact, as mentioned before, some sites establish certain conditions which must be met in order to participate within their community, such as the prohibition of publishing underage stories or real person fiction, which includes stories with the real TV show actors. The stories vary in length and intensity, but they are commonly defined by the depiction of a homoerotic relationship. Thus, when looking for a fanfic story about *Smallville* (CW Network) we find pairings such as Clark/Lex,

or writers who explore the hypothetical relationship between Doctor House and his medicine colleagues, such as Foreman or Wilson (Fox), as well as between the characters of *Bones* (Fox) Zach Addy/Seeley Booth, or Tony Soprano/Matt Bevilacqua from *The Sopranos* (HBO).

One of the most interesting and enriching aspects of accessing the stories online is the feedback, since not only do the websites provide the reader with the chance to peruse the different comments which are posted by the rest of members of the community, but they also allow one to participate with his or her own impressions and opinions. Despite the fact that some fanfiction websites require a registration, they generally offer easy and available ways to take part within the community as both readers and writers.

Finally, it is important to highlight the considerable number of websites which also, or exclusively, include stories between female characters, such as Calleigh/Natalia, from *CSI Miami* (CBS), Bree Van deKamp/Lynette Scavo from *Desperate Housewives* (ABC), or the four protagonists of *Sex and the City* (HBO). Thus, taking into account the increasing slash production which takes women as their main characters, it is deduced that femslash is a significant subgenre within the slash fiction fandom. Moreover, there are also cases where the characters from different TV shows are brought together in the same story in order to create a relationship between them, so that it is possible to find couples like Lex (*Smallville*)/Jason (*O.C.*), or even from several resources such as films and books; this is the so-called crossover genre, which implies the interaction of two characters from different media texts. Another outstanding case is the prolific production about the series *Supernatural* (Warner Bros). Stories based on the two characters, Sam and Dean Winchester, go beyond the depiction of ordinary male erotica, since they are brothers, so they are actually recreating a brotherly incest relationship.

Slash fiction as an Internet phenomenon

As it has been shown, slash fiction is a spreading phenomenon within the Internet; hence there is a countless number of websites devoted to the exchange and publication of slash stories. In addition, the arrival of the Internet was also revolutionary in terms of belonging to the fan community, since it provided the fans with the opportunity to access unlimited resources and to join a fandom “without the limitations of a word-to-mouth initiation process” (Kustritz, 2007: 18). As any community, fandoms have an organized structure as well as a certain number of conventions in becoming a member. Moreover, they also share certain codes and discursive rules which illustrate again Fish’s notion about the interpretive communities, where “the meanings it (the self) confers on texts are not its own but have their source in the interpretive community (or communities) of which it is a function” (1980: 335). This way, the fact of belonging to a fandom modifies the manner in which its members interact with the media text, and the meanings they get from it. One decade ago, Howard Rheingold already accounted the growing importance of online communities when saying that “millions of people on every continent also participate in the computer-mediated social groups known as virtual communities, and this population is growing fast” (1999: 273).

While feedback has been a feature of fanfiction since it took off (there were letters of comment within the fanzines or discussions in the conventions), it experienced a revolution with the Internet because it offered a free and instant way of participating and giving a response to the writers, plus it gathered a larger audience which would not be possible on a printed fanzine basis. Furthermore, the Internet also let them be aware of the large number of people who were also interested in it, creating a sense of belonging; “the community has always been worldwide, but now that was clear to those who had never suspected it” (Pugh, 2005: 118). Consequently, some fans criticize the decrease of quality and thoroughness in some stories which are published online (the large number of material submitted makes it difficult for the editors to control it); however, these sites offer multiple and diverse possibilities. Amateur writers, who value peer review, take advantage of “a supportive writing community” (2005: 124) which offers feedback and advice. Moreover, such interaction and exchange also provide with opportunities for collaboration and new ideas for stories, as pointed out by Pugh.

Nevertheless, the Internet also has more advantages; as a free speech space, it is open to discussion and multiple interpretations. The Internet offers more accessible channels of participation and increases the possibilities of presenting an alternative point of view from the official perspective represented by the canon. This potentiality has been remarked by some experts, when talking about the net, as a democratic tool in the public sphere. An example is Dahlgren (2009), who defines the Internet as a civic phenomenon which is collaboratively constructed as an open source by promoting visibility for the dominant discourse, but also for its critics to be heard.

In much the same way, some authors such as Sonia K. Katyal, remark its nature as an alternative tool for minority groups, who have been traditionally excluded from the dominant discourse, as a place to express and contribute to the cultural arena by recoding existing texts. This is especially significant since, according to the author, the intellectual property law promotes some authors within the mainstream and silences other voices which belong to minor groups, such as women:

In cyberspace, by creating spaces for the “outsider”, we have enabled the creation of a world of informal markets and amateur communities that create cultural resources, illustrating how women’s access to technology can radically change the future of the production of intellectual property. Further, the world of cyberspace also demonstrates the establishment of a world that transcends the structures of everyday identities, particularly where gender and sexual identity are concerned (2006: 468).

Taking this into account, it is noticeable that slash fiction is a phenomenon which prompts controversial responses due to its revolutionary character. In this sense, Bacon-Smith (1992) reports that slash fiction is one of the genres which is considered to be more dangerous within the community. Thus, the majority of women write under pseudonyms because they are afraid of suffering reprisal if their work is known outside the fandom, –at least, it used to be the norm in the past; Meyer and Tucker claim that due to the popularity of social networking, fandom is not related anymore to anonymity, since fans seek for visibility in those spaces (2007). In any

case, the diversity of identities is also seen as a game, as Jenkins states: “the selection of a pseudonym involves the construction of an alternative identity”, which is part of the pleasure that slash fiction implies “in breaking with traditional feminine roles” (1992: 201).

Controversial issues about slash fiction

Jenkins states that slash fiction stories present a formulaic structure where several stages from the initial partnership to the sexual encounter can be distinguished (1997: 206-219). In other words, there are four movements from the homosocial to the homoerotic desire: *the initial relationship*, *masculine dystopia*, *confession* and *masculine utopia*. The first phase is characterized by an ideal partnership where, however, pals present some unexpressed feelings in such a way that, in the second movement, the previous smooth communication is affected by a tense atmosphere. Usually, one of the characters, which is aware of his feelings for the other, hides said feelings fearing that his partner does not feel the same, but they are implicitly shown in non-verbal communication, until the *confession*, which seems to be the only solution for such a tense situation. Thus, when the partnership between the characters seems to break down, a declaration from one of them is welcomed by the other one who also shares similar feelings, reaching the last step: *masculine utopia* which stands for the sexual encounter between the bodies. Given this, it can be said that “the eroticism in slash is an erotics of emotional release and mutual acceptance; an acceptance of self’s, and acceptance of one’s partner” (Jenkins, 1997: 215).

Given this unusual depiction of male characters within the literature or visual narratives universe, some concerns about the representation of male sexuality are pointed out by several authors who bring out concepts such as androgyny; in this sense, Jenkins states that “androgyny, at least as the concept is embodied within slash, does not mean a ‘loss of masculinity’ so much as it means an opening of new possibilities within the homosocial continuum” (1997: 218). The truth is that, while the manhood of the main characters is never questioned, issues of commitment and emotions are controversial since they are treated in much the same way as they appear in traditional female’s fiction, as shown in *Reading the Romance* from Janice Radway (1984). Hence, it is logical to understand that the erotic component of the stories which involve male characters is understood as the defining feature of slash fiction, having provoked so much debate within the academic world. Katyal suggests that the most fascinating aspect of slash fiction might be the fact that stories usually involve male sexual and emotional relationships which are written by (mostly) heterosexual women (2006: 493). According to the conclusions of Bacon Smith, who conducted a study based on the attendees to an American convention two decades ago, the profile of slash fiction writers and readers was a white-middle class woman in her thirties, generally single and heterosexual, with university education. The range of slash fiction writers has become wider since then, so that it includes heterogeneous groups nowadays. Nevertheless, although the authors of slash fiction come from different backgrounds, the standard slash writer is still defined as a heterosexual or lesbian/bisexual woman who, generally, writes for personal and creativity purposes.

What is clear is that the fact of describing a relationship between two men is a revelation against the traditional gender models imposed by main-stream discourses. Slash fiction transgresses the norms since it questions the traditional concepts of gender: “slash opens a safe although not uncontested space for the construction and articulation of a range of multifaceted sexualities, including those given little or no legitimacy by dominant culture” (Kustritz, 2007: 54). By proposing a love story between men, the authors of slash fiction reverse the prevailing male role, since men are portrayed as more sensitive and emotional. Several theories try to give an account about the reason why these women choose male couples to construct erotic relationships instead of female ones (although *femslash* is becoming increasingly popular). Some of them focus on the idea of constructing a relationship that starts from a more equal position than the traditional male/female one, since women find difficulties in creating a reliable active female heroine according to the models depicted in the shows they love. Moreover, they also point out the importance of showing equal relationships, where signs of dominance and power are diluted; that is why slash writers try to avoid sex scenes with explicit penetration: “either the characters will make love in ways other than penetrative or alternate the roles” (Pugh, 2005: 110). In this sense, there are male slash fiction readers who reject the way in which sex is described in the stories, because men do not talk or express emotions in that explicit way. However, as pointed out by Pugh “a slashed hero has more to do with what the writers wish men were like than with what they know men are like” (2005: 102). Conversely, Bacon notes that a slash writer “can imagine an equal relationship or she may even envision an unequal one without revealing her personal need to feel dominant or submissive in a relationship” (1992: 246).

Slash writers admit to having several motivations to write, but “few if any mention political imperatives as the driving force of their creative work” (Kustritz, 2007: 252). Something that Pugh argues when talking about *femslash*; “there is much more f/f slash (femslash) about now than there used to be, and while one reason for that is the advent of more interesting female canon characters, (e.g. in the Buffyverse) it certainly has a socio-political agenda as well” (Pugh, 2005: 109). According to some authors like Bacon-Smith, female writers may also be motivated by solidarity with the gay community, since women also belong to a subordinate sexual group, outside the mainstream; “heterosexual women, like lesbian and gay men, are constrained to silence by Western masculine culture” (1992: 247). In much the same way, Lackner, Lucas, and Reid criticize, from a queer perspective, the common depiction of slash fiction as stories about gay men written by straight women. This way, they advocate for a more complex reading of the phenomenon, as noted by Meyer and Tucker: “by resituating the practice of writing slash fiction as queer, the authors challenge the heterosexual/homosexual binary implicit in contemporary definitions of slash fiction” (2007: 109).

Seeing this, it is difficult to determine why slash writers are drawn to this genre and why there exists such a volume of literature about this aspect. Some of them write as way of exploring their feelings about men, while others are attracted to the idea of making up stories where both

characters treat each other as equals. Furthermore, Pugh also points out some other reasons that lead writers to develop such stories; on the one hand, some claim that the idea of two good-looking men having a relationship appeals to some women in the same way that the opposite situation attracts men's attention. On the other hand, while some gay slash writers would write for ideological reasons, some others just want to explore those 'what-if' scenarios. Pugh concludes that

In the beginning the idea of the genre was precisely to unlock closed, inhibited male characters into what the fanfic writers felt they had it in them to be. Now that TV canons are catching up with them in that respect, the writers have gone on to use it for other purposes, notably reclaiming some territory for diversity and demonstrating that the world is more various than TV producers think" (2005: 113-114).

Therefore, it seems that there is no consensus about the motives of slash writers when creating their stories, because it responds to a multiple as well as complex reality; however it is usually connected with sexual motives. In this sense, some authors like Jenkins denounce the excessive attention paid to the sexual component of said narratives:

while character sexuality constitutes one of the most striking characteristics of slash, and most slash fans concede that erotic pleasure is central to their interest in the genre, it seems false to define this genre exclusively in terms of its representation of sexuality. Slash is not so much a genre about sex as it is a genre about the limitations of traditional masculinity and about reconfiguring male identity (1997: 191).

Readers as producers of new media texts

Nevertheless, given the notions remarked at the beginning of the article, what makes slash fiction an interesting phenomenon is the fact that the notions of "author" and "reader" tend to mingle: "the boundaries among reader/writer become blurred" (Jenkins, 1992: 75). Thus, there is a shift concerning the role of the reader; while he used to be conceived as a consumer, or viewer, he is now understood as a critic or reviewer, since he has different tools, such as the blogs on the net, to both publish new stories or to respond to those created by other members of the community.

The spectators of the television shows negotiate new meanings, as an active audience who offers alternative interpretations of an existing text, as it comes from their interaction with these television programs. This performance reinforces what Umberto Eco states: "the reader as an active principal of interpretation is a part of the picture of the generative process of the text" (1981: 4). According to his theory, the pop culture texts can be understood as *closed texts*, whose author has an average addressee in mind, since they are open to any possible read, interpretation and coding. However, according to Eco, these texts can give rise to unexpected interpretations. To illustrate this, he refers to his ideological read of Superman as just one of the possible interpretations that can emerge from the readers, any of them completely valid (1981: 9). This is the same concept that appears in Barthes' contribution from the reader-response criticism, which gives priority to the reader and his experience over the author. He talks about

the *readerly text*, that requires the involvement of an active reader, in which “the networks are many and interact, without any of them being able to surpass the rest, [...] it has no beginning; it is reversible; we gain access to it by several entrances, none of which can be authoritatively declared to be the main one” (1975: 5). According to his view, the primary television shows or films would be readerly texts from which a different fashion of codings can arise, providing new interpretations that are turned into new texts by a dynamic community of viewers.

Other authors focus on the commercial dimension of the phenomenon. As pointed out by Shefrin, active fans are considered as a very specific type of audience, different from the rest of media consumers: “For such fans, the act of watching a particular film or playing a certain video game can comprise an experiential unit that is interconnected to an expansive multi-textual environment—one which may encompass magazines, books, collectibles, interactive media, online clubs, conferences, and role-playing events” (2004: 273). These fans become interpreters since they take the components which constitute the narrative imaginary and they transform it with personal expressions such as drawing, poetry, music, photographs, narratives, which confronts the dominant discourses presented by the powerful media producers. Therefore, “participatory fandom is the enemy of media companies. The battle-lines are drawn over the issues of copyright and intellectual property law” (Shefrin, 2004: 273).

However, the main idea is that interpreters appropriate the characters of the different TV series and explore alternative dimensions, while they try to “construct their own community within the context of what many observers have described as a postmodern era; it documents a group insistent on making meaning from materials others have characterized as trivial and worthless” (Jenkins, 1992: 3).

Conclusion

Slash fiction can be understood as one of the examples within current society that reverse the traditional notions of writers/readers by diluting the authority of legislators and proposing a multiplicity of alternative interpretations that coexist and enrich the popular constructions within a community. In fact, as emancipated readers, they claim their right to rework the popular texts, since the idea of a unique, exclusive version is not longer valid. In this sense, Pugh points out two of the basic premises of fan fiction; “the beliefs that (a) fictional characters and universes can transcend both their original context and their creator and (b) the said creator cannot claim to know everything about them” (2005: 222). In fact, slash fiction stories are also objects of critique within their community, since they are also open to different interpretations, as the canon text from which they stem from. Fanfiction stories are mostly developed in an online setting – a new space, under constant change and revision, which is created in behalf of the alternative and non-dominant discourses, and which gives an opinion to everyone, gathering people from different backgrounds and interests. This dynamics give the opportunity to new writers who enrich the text and it finally results into an improved literacy. Self-empowerment, which provides the fanfiction writers with the willingness to re-write the stories, explores new scenarios and expresses its

opinion and plays an important role in the process.

As it has been argued in the article, slash fiction presents several progressive elements, such as the advocacy for more equal relationships, a transgressor representation of gender and sexual identities, and a critique of traditional masculinity. However, the fact that its writers and readers also accept many main-stream representations within the commercial TV series, suggests that slash should be understood as a negotiation rather than a break with the mass media productions (Jenkins, 1997: 219-220).

In addition, the gained agency of the readers/spectators/interpreters in creating new media texts, which represent the diversity of valid meanings that can be drawn from the popular culture, seems to keep on increasing due to the impact of the new technologies, the growing production of Television series and new concepts within society. And this is a revolution in terms of communication which needs to be studied in depth, since slash fiction creates “public spaces for collective dreaming” (Kustritz, 2007: 79).

In conclusion, fandom can be understood as “an institution of theory and criticism, a semistructured space where competing interpretations of common texts are proposed, debated and negotiated and where the readers speculate about the nature of the mass media and their own relationship to it (Jenkins, 1992:86).

Works cited

- Bacon-Smith, Camille (1992) *Enterprising women. Television fandom and the creation of popular myth*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Barthes, Roland (1975) *S/Z*, London: Jonathan Cape.
- Bauman, Zygmunt (1989) *Legislators and interpreters*, Cambridge: Polity Press.
- Dahlgren, Peter (2009) *Media and political engagement. Citizens, communication, and democracy*, NY: Cambridge University Press.
- Eco, Umberto (1981) *The role of the reader*, London: Hutchinson.
- Fish, Stanley (1980): *Is there a text in this class? The authority of interpretive communities*, Cambridge: Harvard University Press.
- Jenkins, Henry (1992) *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*, New York: Routledge.
- Katyal, Sonia K. (2006) ‘Performance, property, and the slashing of gender in fan fiction’, *American University Journal of Gender, Social Policy & the Law*, vol. 14, no. 3, pp. 461–518.
- Kustritz, Anne M. (2007) *Productive (cyber) public space: slash fan fiction’s multiple imaginary*, University of Michigan.
- Michaela D. E. Meyer and Megan H. L. Tucker (2007) ‘Textual Poaching and Beyond: Fan Communities and Fandoms in the Age of the Internet’, *The Review of Communication* vol. 7, no. 1, pp. 103-116.
- Pugh, Sheenagh (2005) *The democratic genre. Fan fiction in a literary context*, Glasgow: Seren.

PREVIOUSLY ON

Rheingold, Howard (1999) 'The virtual community: finding connection in a computerised world', in Mackay, Hugh and O'Sullivan, Tim (ed.) *The media reader: continuity and transformation*, London (etc.): Sage Publications.

Shefrin, Elana (2004) 'Lord of the Rings, Star Wars, and Participatory Fandom: Mapping New Congruencies between the Internet and Media Entertainment Culture', *Critical Studies in Media Communication*, vol. 21, no. 3, pp. 261–281.

VIII. Gender.

“You gotta let them know what kind of guy you are, then they’ll know what kind of girl to be”: Gendered Identity and Fantasy in *Mad Men*

Sarah French

Matthew Weiner’s television series *Mad Men* (2007-) provides a contemporary critique of the gender politics of 1960s middle-class America. Focusing on the theme of fantasy, this chapter argues that the series reveals femininity and masculinity to be highly constructed, performative and mimetic categories that adhere to the coordinates of patriarchal fantasy. The characters’ constructions of gendered identity are situated within a rigid patriarchal ideological framework that imposes severe limitations upon their subjectivities, as a result of which each of the protagonists are shown to be inherently damaged, unstable or lacking in agency. The role of fantasy is ultimately to conceal and overcome this inherent instability through the construction of stable yet fantasmatic identities.

In the title sequence that opens each episode of *Mad Men* a series of visual motifs are used to express this central theme of fantasy. The sequence depicts a silhouetted man who stands in for the series’ protagonist Don Draper (Jon Hamm). As he enters his corporate office, the objects and furniture lose their solidity and begin to fall through the floor. The office itself then disappears and the silhouetted man falls with the other objects towards the ground, passing the skyscrapers with their billboard advertisements of wholesome family life and sexually objectified women. The advertisements appear as mimetic fragments, simulacra of a life-world constructed on ideological fantasies. The falling objects and silhouette point to the illusory and impermanent nature of the world of *Mad Men* and Don Draper’s similarly illusory role within this world. Yet despite the fact that Don and his world are in the process of disintegrating internally, the final moments of the title sequence present us with Don’s silhouette sitting in a relaxed pose with a cigarette. This final image is of a constructed external reality where everything *appears* to be solid and dependable and Don himself is the image of confidence and composure. This title sequence encompasses one of the key ideas of *Mad Men*: beneath the fantasy-construction that upholds reality exists an internal instability that threatens to rupture the American Dream.

This analysis of *Mad Men* draws upon Slavoj Žižek’s (1989:123) definition of fantasy as “the frame through which we experience the world as consistent and meaningful.” In *Mad Men* fantasy is not depicted as an escape from reality, rather, fantasy functions in the Žižekian sense as a suturing mechanism that forms the fabric of social reality. As Žižek (1989: 45) explains:

Ideology is not a dreamlike illusion that we build to escape insupportable reality; in its basic dimension it is a fantasy-construction which serves as a support for our ‘reality’ itself: an ‘illusion’ which structures our effective, real social relations and thereby masks some insupportable, real, impossible kernel . . . The function of ideology is not to offer us an escape from reality but to offer us the social reality itself as an escape from some traumatic kernel.

In *Mad Men* “reality” is structured upon a series of ideological fantasies that are both personal and collective. The function of these fantasies is to mask deep traumas: personal traumas that are repressed by the characters, and social traumas that are repressed by society at large.

By extending Zizek’s psychoanalytic framework from the individual to the social this chapter will argue that the fantasy-construction that is sustained on a personal level by characters such as Don also operates on a collective and cultural level and has major political and ideological consequences. *Mad Men* highlights the oppressive impact of patriarchal ideologies in 1960s America while also drawing attention to the shifts that were occurring in gender roles, largely as a result of the impact of second wave feminism. This chapter argues that the female characters in the series are in different ways a product of the emergence of second wave feminist values and ideals. These ideals promoted new freedoms for women but stood in contradiction to the ongoing dominance of patriarchal social norms. Such contradictory values feature in the advertising of the time and in the series creating an ambiguous and problematic image of femininity for women to emulate. Through a close analysis of the three central female characters, Betty (January Jones), Joan (Christina Hendricks) and Peggy (Elisabeth Moss), I argue that *Mad Men* effectively portrays the diversity of women’s responses to the shifting gender roles in 1960s America. Betty and Joan’s characters prove to be problematic to a feminist reading in that they perpetuate images of the feminine that support patriarchal fantasies of the submissive housewife (Betty) and the sexualized object of male desire (Joan). I conclude that only Peggy’s character provides a viable feminist alternative by offering the possibility of a female subjectivity that cannot be confined within patriarchal fantasy. The final part of this chapter brings together an examination of Don Draper’s personal fantasy-construction with a discussion of the broader collective fantasy of 1960s patriarchal culture (the ‘American Dream’) and suggests that certain links can be made between the two.

Television itself plays a significant role in the formation of fantasy and this chapter will suggest that *Mad Men* provides a fantasmatic frame through which the viewer comes to understand 1960s America. *Mad Men* successfully plays into audience fantasies and desires, creating an image of America that is politically and ideologically regressive, yet aesthetically appealing. The glamorous settings and slick *mise en scene* of *Mad Men* provides an idealised fantasy construction of the 1960s for the viewer. For this reason, discussions on *Mad Men* that examine the series in relation to notions of authenticity seem to miss the point. While many critics have commented on Matthew Weiner’s realistic reproduction of the 1960s (Schwartz, 2007: Online), what the series presents is a vastly heightened and exaggerated (or hyper-real) version of 1960s America. The undeniable aesthetic beauty of the series’ imagery is at times problematic as it risks masking or lessening the ideological critique, and I will suggest that this is especially problematic to a feminist reading in relation to the aesthetisation of female beauty.

The women of *Mad Men*: masquerade, mimicry and feminism

PREVIOUSLY ON

'What if they [women] want something else, inside,
some mysterious wish that we're ignoring'
– Don Draper, *Mad Men*

As stated above, each of the female characters of *Mad Men* can, in different ways, be understood to be a product of the emergence of second wave feminist values and ideals. These women sit uneasily between the 1950s ideal of the traditional housewife and the emergent figure of the workingwoman who is gaining independence financially and emotionally but is simultaneously repressed by the continuing social prevalence of patriarchal values. These contradictory values feature in the advertisements depicted in *Mad Men*; women (especially middleclass housewives) are targeted as consumers and constitute the core demographic for a vast majority of advertising campaigns, yet these campaigns fail to address women's real needs and desires and instead produce sexist imagery and slogans that replicate destructive patriarchal gender roles.

The majority of products advertised in the series, even those designed purely for women, are marketed towards male fantasy and desire. This becomes most apparent during the creation of the Playtex bra advertisement: "Bras are for men," Paul Kinsey (Michael Gladys) tells Peggy, "women want to see themselves the way men see them" ("Maidenform", 2:6). The complete erasure of female desire and identity in this statement is exacerbated by Paul's explanation of female fantasy: "Women right now already have a fantasy and its right here in America: Jackie Kennedy and Marilyn Monroe, every single woman is one of them" ("Maidenform", 2:6). Female fantasy and desire are thus narrowed down to two choices, both of which are modeled on problematic patriarchal constructions of the feminine. Don and all of the male executives support Kinsey's idea for the campaign, which clearly adheres to the coordinates of their desires. Don pushes the concept further suggesting that these two images of woman are presented as two sides of the same woman, thus creating an impossible image of woman and realizing an impossible male fantasy. Only Peggy disapproves of the campaign, aware that neither image of the feminine corresponds to her own sense of self-identity or desire. For Peggy, the male ownership of the fantasy is clear: "I don't know if all women are a Jackie or a Marilyn: maybe men see them that way" ("Maidenform", 2:6). The men make an exception conceding that Peggy herself is neither a Jackie nor a Marilyn, but a "Gertrude Stein", which is intended as an amusing and derogatory insult. This "joke" reveals the extreme limitations of male perception of femininity: if women fail to adhere to male fantasy they are simply labeled 'lesbian' and excluded from the heterosexual economy altogether.

Contrary to the limiting definitions of the feminine imposed by the men in the series, through its rich portrayal of the female characters, *Mad Men* gives visibility to the diversity and complexity of female experience within an insidious patriarchal culture. The three leading female characters of *Mad Men*, Betty, Joan and Peggy, illustrate three diverse female responses to the shifting definitions of gender roles in 1960s America. The following discussion provides a close analysis of each character in order to reveal the vastly different strategies that women employ to cope with patriarchal oppression and examines the relative agency (or lack thereof) that these strategies

provide.

Betty: housewife ‘hysteria’

Betty Draper performs the role of the 1950s housewife to perfection, and suffers greatly for it. In Season One she is depicted as a passive figure whose sense of identity is largely grounded in her husband and in her outward appearance. Betty continually refers to the fact that she knows very little about her husband and yet she invests herself in him entirely; Betty admits to Don that she spends her days waiting for the sound of his car to come up the driveway and later when contemplating divorce, she tells Helen ‘Sometimes I think I’ll float away if Don isn’t holding me down (“The Inheritance”, 2:10). This revealing statement indicates that Betty sees herself as insubstantial, incomplete and unstable without the strength and validation of her husband. Helen responds by telling Betty something she cannot yet conceptualize: “the hardest part about divorce is realizing you are in charge” (“The Inheritance”, 2:10).

Betty is also a highly narcissistic character who is completely consumed with her external appearance. She has come to see herself as others see her; a beautiful and naïve childlike doll that Don likes to show off at social events. Betty believes that a woman’s appearance determines her life to the extent that after a minor car accident she tells Don her fear that if the accident had been worse Sally may have sustained a scar to her face which she believes would be worse than death, for Sally would be condemned to a “sad and lonely life” (“Ladies Room”, 1:2). It would be different for Bobby, she claims, for it is only a woman’s happiness that is contingent upon her external beauty.

As a housewife, Betty’s primary domain is within the home. Yet, while the domestic space is essentially gendered feminine, in that it is a space most frequently occupied by housewives and female servants, women nevertheless maintain limited authority and control within the home. Betty is not always free to do as she pleases in her own home, as she must internalize the gaze of her husband and act according to socially acceptable feminine decorum, for example, she is heavily chastised by her husband for allowing a male door-to-door air-conditioning salesman into her house (“Indian Summer”, 1:11). Betty’s frustration at her lack of control over the domestic realm (and over her life more generally) is illustrated when she smashes the dining chair to pieces as she is preparing to host a dinner for Don’s work colleagues (“A Night to Remember” 2:8). For Betty the home is an imprisoning and lonely place.

Throughout the first season of *Mad Men* Betty is clearly suffering from a psychological condition related to her marital discontentment, sheltered existence and repressed feelings of distress. Her numb hands function as a psychosomatic response to the repressed emotions that she is unable to consciously register. Betty’s condition is comparable to that which Freud (1977 [1905]) termed ‘hysteria,’ which feminists have argued was a direct result of the intense boredom and dissatisfaction experienced by middle class women in the early part of the 20th Century. Feminist critic Gail Finney (1989: 8) suggests that ‘sickness was, quite simply, one of the few ways to

avoid the reproductive and domestic duties so closely bound up with women's sphere at the time.' Similarly, Susan Bordo (1993:170) has argued that the condition of agoraphobia, which was reportedly experienced by middleclass women on a mass scale in the 1950s, was, like hysteria at the turn of the century (and anorexia in the late 20th century) a product of ideological constructions of the feminine. For Bordo such disorders are a form of unconscious revolt through parody. Thus psychological conditions that male doctors once thought to be inherent to certain members of "the weaker sex" have been reassessed by feminist scholars and widely acknowledged to be the result of patriarchal constructions of women.

Similarly, I would suggest that Betty's condition can be attributed largely to patriarchal and social factors. Betty has minimal interests or pastimes of her own (aside from horse riding and a brief stint at modeling) and she has a housekeeper to clean the house and take care of her children (or they are told to watch the television), leaving her with an overabundance of leisure time. This excess of spare time and lack of activity leaves her in a state of boredom and loneliness. Her situation is worsened by the lack of understanding she receives from her husband and further exacerbated by an unhelpful and condescending psychologist.

Mad Men draws attention to the masculine control and pathologising of female psychological illness through the depiction of Betty's treatment. Soon after Betty commences therapy we discover that her doctor relays their sessions to Don over the telephone, dismissing her unhappiness as "childishness", which Don later replicates in his conversations and treatment of his wife. The misogynist nature of the medical industry is established early in the series when Peggy visits the doctor to obtain the contraceptive pill and is told that if she abuses her "privilege" of being granted access to birth control (by being too promiscuous) it will be taken away "for her own good" ("Smoke Gets in Your Eyes", 1:1). Such scenes demonstrate the extreme level of control and authority male doctors were able to exert over women's bodies and minds; female reproductive rights, sexual freedom and mental health were all carefully monitored and restricted by patriarchal agendas.

Betty's disempowerment is largely the cause of external factors over which she has limited control, and for the majority of the first two seasons she lacks the capacity to make positive changes or transcend her situation. When she does let out her repressed frustration it is in ineffectual bursts such as when she smashes the dining chair or when she fires a shotgun at her neighbor's pigeons ("Shoot", 1:9). This act is one of maternal protection and defiance against her neighbor who frightened her children by shouting at them when their dog attacked one of his homing pigeons, but on a symbolic level, it is also a manifestation of Betty's repressed emotions. While it is tempting to read the image of Betty in a masculine stance firing a shotgun with a cigarette hanging from her mouth as an empowered one, her action of shooting the pigeons is ultimately futile and displaced. Her feelings are kept silent and the root causes of her frustration and unhappiness remain unexplored.

Betty's realization of her own sense of self is frustratingly gradual and inevitably hindered by patriarchal social factors. However, there are some progressive shifts in Betty's character in the second and third seasons as she slowly attempts to locate a self outside the limits of the patriarchal fantasy of the nuclear family. Betty reacts against Don's infidelity and becomes increasingly active in making her own choices. She actively seeks her own happiness, which culminates in her leaving Don at the end of the Third Season. Yet this decision is perhaps only enabled by the presence of Henry Francis (Christopher Stanley) who replaces Don in the patriarchal role of successful and protective husband. It is therefore questionable as to whether Betty has undergone any real transformation or liberation or simply substituted one life of dependence for another.

Joan: feminine masquerade

Despite her wit, intelligence and social skills, Joan is the least progressive of the central female characters from a feminist perspective. Like Betty, she values herself predominantly on the basis of her appearance and she maintains deeply entrenched patriarchal values and an unquestioned belief in stereotypical gender roles. Joan's views are encapsulated in her advice speech to Peggy in the first episode in which she suggests that Peggy go home and undress in front of a mirror, place a paper bag over her head and evaluate the strengths and weaknesses of her appearance. She then conveys her belief in female inferiority, reassuring Peggy that the men who designed the typewriter 'made it simple enough for a woman to use' ("Smoke Gets in Your Eyes", 1:1). Joan's ultimate desire is to become a fulltime suburban housewife: 'if you make the really right moves' she tells Peggy, "you'll be out in the country and you won't be going to work at all" ("Smoke Gets in Your Eyes", 1:1). While Joan's character does develop and become more likeable across the three seasons, her inability to imagine herself outside of patriarchal constructs means that she is never able to attain sufficient agency or empowerment.

Joan is beautiful, fun and carefree and she provides constant reassurance to the men in the office by boosting their egos and seducing them with playful flirtation. For Joan, flirtation is a feminine strategy that allows her certain freedoms and provides her with a form of empowerment, which is nevertheless fraught with problems. Joan's self-image is based upon a highly constructed and masculine understanding of the feminine that functions as an idealized model of femininity; as Paul Kinsey suggests, 'Marilyn's really a Joan, not the other way around' ('Maidenform', 2:6). Like the iconic image of Marilyn Monroe, Joan's representation of the feminine is a performative and mimetic ideal situated within the coordinates of patriarchal fantasy.

In her famous 1929 paper "Womanliness as a masquerade", feminist psychoanalyst Joan Riviere recognizes the inherently mimetic nature of femininity as a social construct. Riviere (1929: 303) writes of a case study of a successful professional woman who seeks reassurance from men by flirting; she explains that "women who wish for masculinity [masculine success] may put on a mask of womanliness to avert anxiety and the retribution feared from men". Riviere concludes that femininity is constructed according to social codes through which the female subject becomes a

woman by the process of mimesis. She implies that “womanliness” can be assumed and worn as a mask when a woman deliberately adopts hyper-feminine signifiers. While she does not seek masculine success, Joan’s character clearly resembles Riviere’s professional woman; her physicality, clothing and flirtatious attitude all provide her with validation from men and work to alleviate male anxiety.

Riviere’s article is in many ways ahead of its time for 1929 but it falls short of suggesting any progressive or empowering possibilities for women. The woman who adopts the masquerade of femininity conforms to patriarchal stereotypes and mythologies and thus even if she attains “masculine” success her agency is extremely limited. While the feminine masquerade may allow women to attain a limited sense of empowerment (by being the object of male desire), this is ultimately a highly flawed and potentially destructive strategy. The limitations of Joan’s access to female empowerment are revealed most clearly in two instances; first when she is not sufficiently acknowledged for her abilities as a script reader and is replaced by a less competent man, and second when she is raped by her husband in Don Draper’s office. In both instances Joan accepts her subordination; she hides her disappointment at being overlooked for the position of script reader quickly accepting the decision without complaint and she even acquiesces to non-consensual sex.

Joan reveals her inner frustration only once over the three seasons of *Mad Men*: when her husband Greg (Samuel Page) is passed over for chief resident he selfishly tells her ‘You don’t know what it’s like to want something your whole life [and not get it]’ (‘The Gypsy and the Hobo’, 3:11), at which point she hits him over the head with a vase. Like Betty’s shooting at the pigeons, this uncharacteristically violent move is one of silent and desperate revolt. It is a moment in which the smooth running of the symbolic fantasy ruptures momentarily through the presence of female violence, yet the violent action is ultimately ineffectual. In this moment Joan lashes out physically but fails to grasp the opportunity to verbally articulate her frustration, to make her husband see that she too has lost what she has wanted her whole life (to be a housewife with a successful husband). Greg’s line is reminiscent of Pete Campbell’s (Vincent Kartheiser) equally selfish and naive statement to Peggy that, “everything is so easy for you” (‘The Inheritance’, 2:10). Peggy’s reaction in this comparable situation is notably different to Joan’s and serves to highlight one of the key differences between their characters. Peggy does not respond with futile anger or aggression but calmly explains to Pete that he is wrong in thinking that others don’t experience similar difficulties in their lives; “It’s not easy for anyone, Pete” she replies (‘The Inheritance’ 2:10). Three episodes later, Peggy finally tells Pete that he fathered her child who she gave away. Peggy doesn’t reveal this shocking fact to hurt Pete or to selfishly prove that she too has endured painful experiences. Rather, she vocalizes the truth to explain the kind of person she is and to make Pete understand what she wants in life; she says, “I had your baby, and I gave it away. I wanted other things” (‘Meditations in an Emergency’, 2:13). Peggy thus articulates her subjectivity in a manner that is seemingly inaccessible to Joan.

As Season Three concludes, Joan has returned to work as office manager at Sterling Cooper Draper Price at the behest of her strongest ally Roger Sterling (John Slattery). She is clearly a significant member of their team who possesses the vital practical abilities required to set up the new business. This narrative offers some hope that Joan may discover her true value and happiness in the workplace. As her temporary stint in the role of script reader revealed, Joan is an intelligent and competent worker who thrives on being given more significant work to do. Joan's lack of empowerment is therefore largely self-imposed which is precisely what renders her the least progressive character from a feminist perspective. More than any other female character, Joan conforms to the patriarchal fantasy of femininity and becomes trapped within that fantasy. Where Betty is imprisoned within patriarchal definitions of the feminine, Joan is aware of an alternative yet chooses to acquiesce to the status quo.

While on a narrative level the character of Joan provides an interesting insight into some of the problems affecting women in the workplace in the 1960s, on a visual level her character reveals a potential problem with the series' aesthetisation of female beauty. Much popular commentary surrounding *Mad Men* centres upon the character of Joan on account of her physical appearance and impeccable fashion sense. She is a favorite character of both male and female viewers alike, yet as demonstrated above, she is the least progressive woman depicted in the series. Thus Joan offers little appeal as a point of identification, and great appeal as an object of fetishisation and erotic contemplation. In the words of feminist film critic Laura Mulvey (1989: 837), Joan can certainly "be said to connote *to-be-looked-at-ness*". From a feminist perspective, the voyeuristic pleasure the viewer gains from watching Joan on screen can be seen as problematic. In all respects the production of *Mad Men* is aesthetically pleasing, yet this glossy aesthetic becomes a potential issue for feminist viewers when it serves to enhance and encourage the scopophilic gaze. Joan's disempowerment within the context of the narrative is thus exacerbated by the fetishistic gaze of the camera and spectator.

Peggy: mimicry and feminism

Peggy's development over the three seasons is far more dramatic than that of the other female characters. In Peggy one can observe a burgeoning feminist consciousness that by the conclusion of Season Three is largely realized. Peggy's character is therefore instrumental in articulating the feminist values of the second wave and in illustrating the possibility for a considerable level of female empowerment within an oppressive patriarchal social order.

The opening episode of Season One introduces the viewer to Peggy as an outwardly naïve secretary who is eager to please and who believes that to succeed in her job she must acquiesce to the expectations of others. Peggy is initially very ill at ease in the corporate environment. In the office of Sterling Cooper gendered differences are constituted in and through spatial networks in a manner that has especially oppressive consequences for the female employees. While the male executives occupy private offices around the periphery of the building, the female secretaries are permanently on display in the central open plan area, rendering them objects of constant

visual pleasure for the male employees and clients. Shortly after commencing employment as Don Draper's secretary Peggy becomes acutely aware of her position as sexualized object of the male gaze. In a slow motion sequence depicted from Peggy's perspective, countless men critically observe her as they walk through the office. This omnipresent critical male gaze, combined with the endless commentaries on her appearance from her female colleagues, force Peggy (initially at least), to value herself on the basis of her looks and her ability to construct her appearance according to a highly regulated model of femininity.

Despite her best efforts, Peggy continually "fails" in her attempts to adopt the persona of a feminine servile secretary; her dress sense is too dowdy (she doesn't "show enough leg"), she doesn't know how to respond adequately to male "flirtation" (chauvinism), and her attempt to seduce Don Draper on her first day is awkward and inappropriate ("Smoke gets in Your Eyes" 1:1). That Peggy fails to fit the feminine mould is initially frustrating to her, but it proves to be one of her great assets as it gradually gains her the respect of her male colleagues. As Roger Sterling observes when he asks Peggy for advice about his daughter: "you're the only one around here who doesn't have that stupid look on your face" ("Love Among the Ruins" 3:2).

During Season Two Peggy gradually alters her appearance to be more in line with the feminine ideal so admired by men and advocated by women such as Joan. Like Joan, Peggy learns to model her appearance and behaviors upon a constructed ideal of female beauty. However, I would argue that unlike Joan, Peggy's sense of identity is not bound up with the masquerade. Thus, while Joan adopts a damaging feminine construction as an intrinsic aspect of her subjectivity, Peggy's mimicry of the feminine is a highly conscious act and a strategic one that allows her a certain degree of agency that is not afforded to Joan.

We can further differentiate between the characters of Joan and Peggy and their relative agency through an examination of the vital distinction between the strategies of masquerade and mimicry. As discussed above, feminine masquerade or mimesis, as described by Riviere, is ultimately a flawed strategy that provides limited empowerment and no real agency. In contrast, feminist theorist Luce Irigaray has reconfigured mimesis as mimicry and argued for a more active and strategic engagement with the historical and social construction of femininity. Irigaray (1985:76) states:

There is an initial phase, perhaps only one "path," the one historically assigned to the feminine: that of *mimicry*. One must assume the feminine role deliberately. Which means already to convert a form of subordination into affirmation and thus begin to thwart it. Whereas a direct feminine challenge to this condition means demanding to speak as a (masculine) "subject," that is, it means to postulate a relation to the intelligible that would maintain sexual indifference.

Importantly, Peggy does not demand to speak as a masculine subject by 'becoming one of the boys,' rather, she maintains her female specificity and uses her femininity to her advantage. As Season One progresses, Peggy's male superiors concede that a woman's perspective is

valuable on certain accounts, and it is largely because she is a woman (and because she is clearly capable) that Peggy is given the job as copywriter on Belle Jolie lipsticks, and later on the “Relaxerciser” and Clearasil.

Once Peggy begins to be valued for her intelligence and abilities, she becomes both less and more concerned with her physical appearance. As she comes to realise that her success and happiness are not dependent upon her looks, her sense of identity becomes disconnected from her external appearance. At the same time, she recognises that within a patriarchal society, women are in a position to attain certain advantages by using their external appearance to good effect. Thus Peggy makes the best of a bad situation. She “assume[s] the feminine role deliberately”, and thereby effectively “convert[s] a form of subordination into affirmation” (Irigaray, 1985:75). By appropriating feminine mimicry as a strategy, Peggy is able to occupy a dual position in relation to patriarchal fantasy; her sense of identity remains outside the constructs of the fantasy yet she is able to embody and exploit the fantasy from within.

Interestingly, and despite her own disempowerment, Joan plays a central role in Peggy’s realisation of her own agency. As an iconic representation of successful femininity that Peggy witnesses on a daily basis, Joan provides the model upon which Peggy may construct her own feminine mimicry. This is made explicit when Peggy watches Joan successfully flirting with a group of men in the office and appropriates Joan’s line (“it’s so crowded in here I feel like I’m on the subway!”) in a bar later that evening (“Love Among the Ruins” 3:2). The witty line attracts the interest of a Brooklyn College student who Peggy appeals to further by downplaying her job and pretending to be a secretary. Despite this seeming acquiescence to patriarchal norms, this instance may be understood as one in which Peggy displays active passivity. By feigning passivity, Peggy is able to gain active control of the situation and get what she desires. In the scenes that follow, she returns to the man’s apartment with him but refuses sexual intercourse suggesting that, ‘there are other things we can do’ and later in the night she quickly dresses and leaves telling him “this was fun” (“Love Among the Ruins” 3:2). A woman’s desire to “have sex like a man,” articulated by Carrie Bradshaw in *Sex and the City* in the late 1990s (“Sex and the City” 1:1), is thus realised by Peggy at a time in history when such a concept was unimaginable.

Joan is also instrumental in providing the advice to Peggy that is the turning point in her pursuit to attain power in the workplace. In response to Peggy’s frustrations at being continually excluded from the decision making processes of her male colleagues, Joan tells her: “You’re in their country, learn to speak their language”, and then insists, “You want to be taken seriously? Stop dressing like a little girl” (“Maidenform” 2:6). This conversation clearly resonates with Peggy and when she overhears that her male colleagues and their clients from Playtex are going to the Tom Tom bar to watch “girls in their underwear”, she decides to turn up uninvited. She arrives at the bar elegantly dressed as a “woman”, embodying a male imposed definition of femininity. The sequence at the Tom Tom bar signals Peggy’s entry into the male world and her first successful attempt at feminine mimicry. Here Peggy adopts a feminine mask: she dresses seductively, sits

PREVIOUSLY ON

on the lap of one of the Playtex executives and laughs flirtatiously. Her mimicry is a success and she gains the approval of the men, with the exception of Pete Campbell who looks on disapprovingly (partly because he knows Peggy too well to be convinced by her performance and partly because he has imposed his own desire upon her to be a different kind of woman). As a woman, Peggy cannot gain direct access to masculine discourse, thus “learning to speak their language” consists of playing with the feminine in a mimetic manner without being reduced to the role she is performing. As Irigaray (1985: 76) states:

To Play with Mimesis is thus, for a woman, to try to recover the place of her exploitation by discourse, without allowing herself to be simply reduced to it. . . It also means “to unveil” the fact that if women are such good mimics, it is because they are not simply resorbed in this function. *They also remain elsewhere.*

Indeed, when Peggy “plays” the feminine at the Tom Tom bar she does not allow herself to be reduced to patriarchal discourse (or fantasy), or resorbed in the function of mimesis because her sense of identity remains ‘elsewhere.’

Peggy’s progression from the first to the second season can be viewed in terms of a shift from initial compliance to the feminine masquerade to a conscious and strategic employment of feminine mimicry. However, it is her characters’ shift in the third season that is the most significant for two key reasons, firstly she learns the coordinates of male fantasy and how to exploit them, and secondly (and most importantly) she gains agency and a voice as she begins to actively vocalize her position on equal rights for women.

Throughout *Mad Men*, male desires and fantasies are revealed and crystallized through the advertisements created by the male executives at Sterling Cooper. The theme of male fantasy comes to the fore again in Season Three in the creation of the ad campaign for Patio diet soft drink (later to become Pepsi diet cola). The inspiration for the campaign is Ann-Margaret’s saccharine rendition of “Bye Bye Birdie” which appears to enchant each man who views it but strikes Peggy as a phony performance by a girl with “an ability to be 25 and act 14” (“Love Among the Ruins”, 3:2). Given that the soft drink is to be marketed to figure-conscious women, Peggy suggests that the fantasy depicted in the advertisement should be a female one. In a conversation that recalls those surrounding the Playtex bra campaign in Season Two, Don’s response is to dismiss the notion of female fantasy as entirely contingent upon male fantasy: “Men want her. Women want to be her” Don says to Peggy, “I’m sorry if that makes you uncomfortable” (“Love Among the Ruins”, 3:2). Despite Don’s convictions, Peggy perceives that the advertisement will fail as it can only be an empty simulacrum of the already mimetic original, and she is later proven right when the men from Patio reject the campaign. However, the experience of being present during the creation of the advertisement is valuable as it provides Peggy with a unique opportunity to observe and understand male fantasy from within.

In the second key instance of feminine mimicry enacted by Peggy, she performs her own imitative

PREVIOUSLY ON

version of “Bye Bye Birdie” in front of her mirror in her nightgown. The performance is awkward and grotesque in its failure to capture the feminine masquerade achieved by Ann-Margaret, but this failure reveals the grotesquerie at the heart of the feminine masquerade itself. Throughout her private performance, Peggy reveals her acute awareness of the imitative and constructed nature of the feminine gender as well as an understanding that this construction adheres to a collective male fantasy. Through the performance she is learning the coordinates of male fantasy and playing at embodying them.

Interestingly, when Salvatore Romano (Bryan Batt) performs his imitation of “Bye Bye Birdie” at home in his pajamas for his wife, the performance is far less grotesque and takes on vastly different connotations. Despite the fact that Sal must imitate a woman to enact the performance, thereby essentially performing an instance of Drag, his inner belief in the truth of femininity (and perhaps a desire to *be* feminine) renders his performance far more ‘real’ than Peggy’s. Where Peggy’s performance is ludicrous in its exaggerated constructedness, Sal’s is tinged with sadness in its revelation of repressed homosexual desires. Sal’s wife is notably shaken by this revelation, which remains unbeknownst to Sal who is entirely absorbed in his effeminate performance.

By Season Three Peggy has developed a firm feminist consciousness and she conveys a familiarity with the ideals of second wave feminism beginning to be espoused in the mainstream press in the early 1960s. When Peggy goes to Don to ask for a pay rise she cites the recently passed equal pay act of June 1963: “I don’t know if you read it in the paper but they passed a law where women who do the same job as men will get paid the same thing. Equal pay” (“The Fog”, 3:5). At the start of Season One Peggy earned a mere \$35 a week as Don’s secretary. She received a \$5 a week pay rise after getting her second copywriting assignment, and presumably earns something in the vicinity of \$100 as a copy writer given that she tells Don that her secretary doesn’t respect her because she earns \$71 more a week than her. Don’s initial condescending response is to propose that ‘maybe we need to get you a cheaper secretary.’ Peggy rightly points out to Don, “Paul Kinsey does the same work as I do and not as well sometimes” (“The Fog”, 3:5). While we don’t know Kinsey’s earnings, we do discover that Ken Cosgrove (Aaron Stanton) earns \$300 per week and that Harry Crane (Rich Sommer) earns \$225 per week after being granted his pay rise. Don Draper similarly has no hesitation in demanding a pay rise and is successful in attaining a staggering \$45,000 per year (or \$865 per week). Thus Don’s refusal to support Peggy’s request for a pay rise due to budgeting is highly inadequate, sexist and demeaning. Later, when Peggy makes her desire to be on the Hilton account known to Don he snaps at her ‘You have an office and a job that a lot of full grown men would kill for. Stop asking for things’ (‘Seven Twenty Three’, 3:7). This reference to “full grown men” renders Don’s subconscious thinking clear; despite his belief in her talents, as a woman Peggy cannot be seen as equal to her male counterparts.

Peggy continues to fight for her rights and when Don orders her to follow him to his new firm

by simply telling her to be there on Sunday to help them collect accounts, she makes a stand. “You just assume I’ll do whatever you say”, she says to Don, “just follow you like some nervous poodle”. “I’m not going to beg you” Don replies, to which Peggy responds, “beg me, you didn’t even ask me . . . I don’t want to make a career out of being there so you can kick me when you fail”. (“Shut the Door. Have a Seat”, 3:13). Her vocal claim to independence is precisely the slap that Don needs to rethink his treatment of her, and despite his protestations, Don does later beg Peggy to come with him to Sterling Cooper Draper Price thus acknowledging her value and finally granting her the respect she deserves. “What if I say no?” Peggy asks in response to Don’s offer, to which Don replies, “I will spend the rest of my life trying to hire you” (“Shut the Door. Have a Seat2, 3:13). While throughout the three seasons, Don provides vital assistance in helping Peggy achieve increasingly more senior roles in the workplace, it is ultimately Peggy who attains her own success first through a combination of strategic feminine mimicry and finally through an active assertion of women’s rights.

Betty, Joan and Peggy make vastly different choices in response to the limited roles available to middle-class white women in 1960s America. Of these, I would argue that only Peggy’s feminist response allows for the possibility of genuine agency. Where feminism, in its pursuit of equality and change, is progressive on both an individual and a social level, hysteria and the feminine masquerade are both inner-directed, narcissistic responses that continue to define female subjectivity in highly limited and stereotyped ways. Betty and Joan correspond to two diverse yet dominant images of 1960s patriarchal fantasy and both characters are ultimately trapped within that construction of the feminine. In contrast, by gaining insight into the patriarchal fantasy structure, yet refusing to be defined by it, Peggy demonstrates the potential for female empowerment within a repressive patriarchal social order.

Don Draper and the ‘American Dream:’ personal & collective fantasy

“We’re supposed to believe that people are living
one way and secretly thinking the opposite – that’s ridiculous!”
– Salvatore Romano, *Mad Men*

As discussed above, in *Mad Men*, femininity is depicted as an imitative and performative construct that has no inherent ‘truth’, but rather adheres to the dictates of patriarchal fantasy. Similarly, the representation of male identity reveals that masculinity is constructed within the highly restrictive parameters of patriarchal ideological structures. While the series presents us with a range of masculine constructs, it is the character of Don Draper who provides the most compelling and complex case study for a discussion of masculinity. Just as Joan represents the feminine ideal, to all appearances, Don Draper functions as the embodiment of masculine perfection. Yet beneath Don’s perfected exterior lies an unstable and somewhat traumatized subjectivity that reveals the essential failure of the constructed masculine identity. Through an examination of the depiction of Don Draper, the final section of this chapter will further analyse the role of fantasy in the construction of individual and collective identities, arguing that the personal narrative of Don

Draper in *Mad Men* works to mirror the broader social and political realities of 1960s America.

Like Peggy, Don possesses the ability to model his image upon a patriarchal fantasy of gendered identity while maintaining a deeper sense of self that remains distinct from the fantasy-construction. This “other” Don Draper/Dick Whitman is largely concealed from the other characters but gradually emerges for the spectator over the course of the three seasons. For both Peggy and Don, the need to uphold an external identity based upon patriarchal fantasy is vital, as these identities work to conceal personal traumas. Traumas such as Don’s abusive childhood and Peggy’s unwanted pregnancy are erased from the character’s social realities and personas so that the fantasy-construction can be sustained. Yet these traumas maintain a highly destructive impact upon the characters in their repressed state and continually threaten to destabilize or destroy their social realities. Thus the characters are forced to continually implement protective mechanisms in order to safeguard the borders of their realities that are constantly under threat. For example, when Don pays his estranged half-brother Adam five thousand dollars to disappear from his life, he does so to protect and uphold his fantasy-construction: “I have too much here”, Don tells Adam (“5G”, 1:5). Don is generally very successful at upholding his fantasy-construction and forgetting his traumatic past, and his life is for the most part the embodiment of the American Dream. As a white male heterosexual subject he is the personification of patriarchal power and privilege, as Peggy observes: “I look at you and I think, ‘I want what he has.’ You have everything – and so much.” Don concedes that this is probably true, and yet despite his immense advantages in life, Don cannot attain true happiness for he is never able to repress his traumas entirely. Although his childhood memories are never recalled with conscious effort, they continually arise as Proustian involuntary memories that are initiated by external triggers. These memories function as traumatic breaks in Don’s fantasy-construction that threaten to tear holes in the fabric of his symbolic reality.

The notion of fantasy being defended here does not assume conscious fictionalization on the part of the individual responsible for the fantasy-construction; rather, fantasy is equated with social-reality itself. Thus, while Don’s surface identity is in some ways fictional, in that the name he uses isn’t his own, his lived experience as Don Draper is very much a reality, and therefore also a fantasy. The fact that this fantasy/reality is essentially illusory does not render it any less “real”. Indeed it is imperative that the fantasy construction does feel “real”, for without a belief in his reality, Don’s ontological security would fall apart.

In this sense, while he provides the most interesting and complex case study for this discussion, Don Draper is no more or less a construction than the other characters in the series. Pete Campbell fails to realize this when he becomes outraged at his discovery of Don’s fraudulent identity. Pete clearly has his own selfish motivations for attempting to undermine Don by revealing his ‘lie’ to Bert Cooper (Robert Morse) but he also believes an injustice has occurred and attributes Don’s success in part to his invented history and identity. Bert Cooper, however, is largely indifferent to the revelation, and seems to understand that a fictional identity is no less valuable to the

company than a 'real' one. As an advertising executive, he understands that making the fictional believable is far more important than authenticity.

The patriarchal fantasy-construction intrinsic to Don's sense of personal identity also operates on a social level as an ideological suture to underlying cultural traumas. The collective fantasy-construction depicted in the series is that of the 1960s 'American Dream,' a stable bourgeois existence dependent upon the ideological structures of capitalism and patriarchy. Such structures are supported by the advertising culture of the 1960s that features in *Mad Men*; the advertisements created by the executives at Sterling Cooper promote wholesome family values, explicitly promise lifestyles of affluence, independence and freedom and implicitly advocate a social symbolic premised on white male dominance, racial and sexual intolerance and female subordination. The collective fantasy-construction is in part supported and maintained by the advertising industry and the advertising industry is in turn reliant upon the continuance of the social fantasy. For example, a collective belief in the values of patriarchy leads Don to advocate a Mohawk Airlines ad campaign that taps into the male fantasy by giving "just the hint of a woman's thigh" ("For Those who Think Young", 2:1). Similarly, an understanding of the ideological appeal of the nuclear family underpins Peggy's reworking of the ad in which a child is saying, "what did you bring me Daddy" ("For Those who Think Young" 2:1).

Like cinema and television, advertising does not merely reflect social fantasy but actively *creates* the desires of its consumers. For advertising to work effectively it must simultaneously resonate with prevailing social ideas and values while giving rise to new values. Such values are inevitably tied to ideological notions of identity, conformity and security, as Don acknowledges when he tells the Lucky Strike executives that happiness is "the freedom from fear; it's a billboard on the side of the road that screams with reassurance that whatever you are doing is okay. *You are okay*" ("Smoke gets in Your Eyes" 1:1). Later Don's own identity becomes the focal point in his campaign pitch for the Kodak Carousel ("The Wheel", 1:13) In a brilliant sequence that intertwines Don's personal family memories with the function of advertising and the American Dream, Don gives an emotive speech to the Kodak clients describing the Kodak Wheel as a time machine that "takes us to a place where we ache to go again". "It's not called 'The Wheel,'" he continues, "it's called 'The Carousel.' It lets us travel around and around and back home again" ("The Wheel", 1:13). His pitch is illustrated with a slideshow of family photographs including Don with his newborn baby, his family on Christmas morning and an image of Don kissing Betty on New Years Eve. While all those in the room are moved by his presentation, the greatest impact is felt by Don himself, who, upon seeing his own fantasy-construction materialized in front of him, seems to suddenly grasp its importance. His photographic reenactment of a fantasmatic past initiates a fantasy of the future: as he rides the train back to Ossining, he imagines himself arriving home to a loving family where Betty tenderly watches him picking up the kiss and kissing them on their heads. The fantasy, however, fades to reality as Don arrives home to find the house empty. In this emptiness of his own making, Don is struck with despair as he sits on the stairs with his head in his hands. This final episode of Season One reveals the tentative nature

of Don's fantasy-construction. His personal narrative and family history are inevitably unstable given that they are built upon the lie of a fictional identity, yet this lie functions as Don's only real "truth", just as the American Dream itself is premised on a series of ideological fictions misperceived as 'reality.'

This instability of "The American Dream" is revealed most forcefully in the Third Season with the assassination of President Kennedy. The presence of this historical event within the series effectively situates the characters' lives within the cultural and political realities of 1960s America and enables certain allegorical links to be drawn between aspects of the character's personal narratives and the broader political context. Kennedy's death, which functions in the series (and in American culture) as a metaphor for the death of innocence and rupturing of the American collective fantasy-construction, mirrors the partial collapse of Don's personal fantasy-construction. Throughout the Third Season, Don Draper gradually loses his authority and his position of unquestioned privilege in both the family and the workplace: Betty tells him she no longer loves him and he discovers that she is leaving him for another man; the paternal figure of Conrad Hilton expresses disappointment in Don's abilities, he is coerced to begrudgingly sign a contract after which he learns that Sterling Cooper is being sold to McCann Erickson where he will become just another cog in the wheel. Don's loss of authority and the disintegration in his sense of (constructed) identity parallels the collapse of the patriarchal symbolic that results from JFK's premature death.

It is fitting that Don's personal disintegration coincides with that of the American symbolic order given that Don is a patriotic figure with a strong personal investment in the American Dream, which is conveyed especially through the advertising campaigns he creates, as discussed above. The construction of Don Draper's identity is thus intertwined with the American symbolic itself; he is a product of the American Dream and requires its continued existence to sustain his own personal fantasy-construction. Don's fantasy is further dependant upon the incorporation of others, and specifically women, into his sense of self. Betty's ability to perform her role as ideal housewife and mother is pertinent to maintaining his position within the American symbolic as the patriarchal figure within the nuclear family. Similarly, Don projects his fantasies and desires onto each of the women with whom he has an affair, allowing them to reflect different aspects of his own subjectivity. When he begs Peggy to come with him to the new agency, Don openly admits that he has been seeing her as an extension of himself ("Shut the Door. Have a Seat", 3:13), and this is arguably how he sees all women. The potential and actual loss of these women from his life in the third season therefore threatens to undermine his own identity.

As Don's fantasmatic frame begins to disintegrate, he starts to lose his stable sense of identity and his belief in the American Dream. Here the vital function of fantasy in sustaining reality is apparent, as Žižek (1999: 51) explains:

fantasy is on the side of reality – that is, it sustains the subject's "sense of reality": when the

PREVIOUSLY ON

phantasmic frame disintegrates, the subject undergoes a 'loss of reality' and starts to perceive reality as an 'unreal' nightmarish universe with no firm ontological foundation; this nightmarish universe is not "pure fantasy" but, on the contrary, *that which remains of reality after reality is deprived of its support in fantasy.*

In the final episode of the third season, Don very briefly conveys that he perceives this "nightmarish universe" during his somewhat cryptic answer to the question of why he doesn't want to go to McCann. He tells Peggy: "There are people out there who buy things, people like you and me. And something happened, something terrible, and the way they saw themselves is gone, and nobody understands that – but you do, and that's very valuable" ("Shut the Door. Have a Seat", 3:13). While this statement could be dismissed as merely a sales pitch to Peggy, it can also be understood as an acknowledgement of a deep cultural loss, and a personal identification with that loss. The "people out there", who Don he refers to are the American public but they are also people "like him" who have experienced a terrible, nightmarish, loss of reality and loss of identity as a direct result of a disintegrating and unsupportable cultural fantasy. Don and Peggy's shared ability to see the loss of reality perhaps stems from the traumas they have both experienced that remain at the heart of their subjectivities. They understand the vital role of repression and the importance of maintaining the phantasmatic frame to mask the 'something terrible' that exists beneath the façade. Thus Don very quickly sutures over the loss: he creates the new advertising agency and as he tells Peggy, he is moving on. If Don seems to momentarily grasp the nightmarish universe, he is also aware that he cannot allow "the phantasmatic frame" to disintegrate entirely. For Don, as for the American symbolic order itself, fantasy is the vital support mechanism required to uphold reality.

The final sequences of Season Three work to conceal and overcome the sense of personal and cultural loss that has for the most part permeated the season. The chosen team from Sterling Cooper are assembled and relocated in the temporary office space of a hotel room, and there is a strong sense of hope and possibility for the future. This sentiment is strengthened as Roy Orbison's *Shahadaroba* plays over the closing credits, the Arabic word meaning "the future is much better than the past". "Face the future and forget about the past" the lyrics implore. Thus, the series ends with the successful repression and masking of personal and collective traumas, the renewal of the fantasy-construction and the continuance of America's patriarchal symbolic.

Works cited

- Bordo, S. (1993) *Unbearable weight: feminism, Western culture, and the body*, Berkeley: University of California Press.
- Finney, G. (1989) *Women in Modern Drama: Freud, Feminism and European Theatre at the Turn of the Century*, Ithaca and London: Cornell University Press.
- Freud, S. (1977 [1905]) 'Fragment of an analysis of a case of hysteria', in Richards, A. (ed.) *Case histories. 1. 'Dora' and 'Little Hans,'* trans. A and J Strachey, Harmondsworth: Penguin.
- Irigaray, L (1985) *This Sex which is Not One*, trans. C Porter, Ithaca and New York: Cornell

University Press.

Moi, T. (1999) *What is a woman? and other essays*, New York: Oxford University Press.

Mulvey, L. (1989 [1975]) 'Visual Pleasure and Narrative Cinema', in *Visual and Other Pleasures*, Bloomington: Indiana University Press.

Riviere, J. (1929) 'Womanliness as a masquerade', *International Journal of Psychoanalysis*, vol 10, pp.303-313

Zizek, S. (1989) *The Sublime Object of Ideology*, London and New York: Verso.

Zizek, S. (1999) *The Ticklish Subject: the absent center of political ontology*, London and New York: Verso.

Electronic Reference

Schwartz, B. (2007) "Mad Men' sells the '60s with authenticity,' *USA Today*, [Online], Available: http://www.usatoday.com/life/television/news/2007-08-22-mad-men-props_N.htm [7 Dec 2010]

Television References

Mad Men Season 1, 2007, [DVD] Matthew Weiner. United States: AMC

Mad Men Season 2, 2008, [DVD] Matthew Weiner. United States: AMC

Mad Men Season 3, 2009, [DVD] Matthew Weiner. United States: AMC

Sex and the City, 'Sex and the City': Season 1, Episode 1, 1998, [DVD] Darren Star. United States: HBO

***Sin tetas no hay paraíso*. La representación de las relaciones entre hombres y mujeres en la adaptación española de un serial colombiano**

Iolanda Tortajada, Núria Arauna, Arantxa Capdevila y Josexo Cerdán

En este capítulo nos acercamos a *Sin tetas no hay paraíso* con el objetivo de analizar la representación de las relaciones sexuales y afectivas que propone esta serie. A lo largo de estas páginas, expondremos la lectura preferente (Hall, 1973; Morley, 1996) que se desprende de los diversos capítulos de su primera temporada. A día de hoy, existe abundante literatura acerca de la presencia de la mujer en los medios, sobre las representaciones de hombres y mujeres en diversos formatos y la sexualización de los medios. En menor medida, también se han desarrollado estudios sobre la representación de la homosexualidad, las masculinidades y la relación entre el feminismo y los relatos mediáticos. Todas estas aportaciones han permitido poner en evidencia el predominio de una mirada masculina (Berger, 2006; Mulvey 1999) y las desigualdades en la representación que ésta acarrea. Las mujeres y las opciones sexuales que no encajan con la sexualidad normativa están infra representadas o representadas de forma distorsionada en todo tipo de productos mediáticos: informativos, ficciones (también en dibujos animados), programas de entretenimiento, publicidad, etc. Lamentablemente, a pesar de la constatación de estas prácticas discriminatorias en los medios de comunicación, no parece que se haya avanzado mucho en este terreno y, aunque en ciertos aspectos la representación es más abierta en los últimos años (Gauntlett, 2002), también se constata la aparición nuevas formas de sexismo (Gill, 2009; Lazar, 2009). Aún reconociendo la necesidad de seguir realizando este tipo de análisis, para explicar cómo se configuran nuestras identidades en tanto hombres y mujeres, también debemos prestar atención a las cuestiones relaciones entre géneros que se muestran en los medios. Por eso, en esta investigación centramos nuestra atención en un tema muy poco trabajado hasta el momento en el ámbito del género y la comunicación como es el de las interacciones. Sin lugar a dudas, las identidades contemporáneas tienen que ver con los roles sociales, el aspecto físico y el reconocimiento, pero todas estas cuestiones se construyen de forma relacional. Por ello, el trabajo que presentamos a continuación se centra en las interacciones y, en concreto, en las que tienen que ver con las relaciones sexuales y afectivas.

El punto de partida de nuestro estudio es que el amor no es una emoción irrefrenable sino que se construye socialmente (Gómez, 2004; Duque, 2006; Oliver y Valls, 2004). Como afirma Goffman (1979), nuestra socialización nos empuja a creer en la naturalización de buena parte de las construcciones sociales. Por su parte, los medios, junto con otras instituciones socializadoras (la familia, el sistema educativo formal, el grupo de iguales, etc.), contribuyen a configurar esta idea del amor como algo irrefrenable e inevitable, entre otras creencias irracionales (Capdevila et al, 2010).

Nuestras concepciones y experiencias de las relaciones íntimas están cada vez más mediatizadas. Los medios devienen mojones, puntos de referencia y constituyen recursos para

la conversación, el reconocimiento y la identificación (Silverstone, 2004), generando materiales simbólicos de los cuales se nutre nuestro yo (Thompson, 1998). Elaboramos nuestros relatos con ellos y, así, damos sentido a la cotidianeidad, a la vida y a nuestro lugar en el mundo. Las expectativas acerca de quienes somos y quienes podemos llegar a ser están conectadas, ahora más que nunca, con las representaciones mediáticas. El concepto de intimidad mediatizada se refiere a la forma en que los medios construyen nuestras relaciones íntimas (Gill, 2009). Ya desde la infancia, aprendemos (por lo menos en el denominado mundo occidental) mucho de lo que es una pareja atendiendo a los medios de comunicación, y estos casi nunca presentan modelos de unas relaciones románticas y amorosas equilibradas (Galician, 2004).

Según Gómez (2004), nuestra socialización amorosa es clave para entender quién nos atrae y a quién elegimos. Para este autor, nuestros sentimientos, deseos e interacciones se van configurando, principalmente, a partir de dos grandes marcos de referencia, dos modelos de atracción-elección afectiva y sexual que Gómez (2004) conceptualiza como tradicional y alternativo respectivamente. Hay que tomar en cuenta que los modelos de relaciones propuestos por Gómez, en tanto que modelos, son tipificaciones abstractas del conjunto de relaciones representadas en los productos culturales y, por lo tanto, significan dos extremos. Cuando analizamos representaciones audiovisuales, lo que encontramos son relaciones algo más complejas con “rasgos” de uno de los modelos o, incluso, de ambos.

En cuanto al modelo tradicional, y en términos narrativos, la atracción y el deseo se focalizan en el héroe que sobresale del resto y que resuelve situaciones complicadas (a menudo con violencia) y la mujer que destaca por su belleza y es seducida por aquel héroe (Gómez, 2004). Tomando en cuenta que, en tanto que modelo, es una tipificación abstracta de las relaciones, su rasgo principal es que fomenta la separación entre la estabilidad y la pasión. Se vincula el deseo con actitudes de violencia, indiferencia y desprecio. La excitación no proviene de alguien bondadoso y accesible sino de alguien a quien no podemos conseguir y/o que nos hace sufrir. Los hombres igualitarios que no responden a este modelo dominante se valoran poco, no provocan pasión ni atracción y las mujeres los ven como amigos, reforzando la conducta masculina que se basa en el modelo de masculinidad hegemónica, una actitud que se privilegia y que da privilegio porque permite conseguir la aceptación entre los hombres y el éxito entre las mujeres (Duque, 2006). De este modo, se va creando la idea de que las únicas opciones son o bien escoger un amor pasional, ciego e inevitable, que acostumbra a suponer sufrimiento, o bien un amor que resulta más conveniente pero que implica renunciar a la pasión (de Botton y Oliver, 2009).

Otros rasgos de este modelo, según Gómez (2004), tienen que ver con la asociación del amor con el destino, base fundamental para una construcción mítica del amor. El mensaje de que hay que actuar más por la intuición que por la razón y que hay que dejarse llevar (de hecho, el amor y la razón se contraponen) se instala de este modo en el inconsciente mítico colectivo. Se potencian las relaciones y el deseo basados en los celos, la dependencia, la competitividad y la insolidaridad entre las mujeres. Finalmente, hay que subrayar que los hombres mujeriegos, las

mujeres que imitan el modelo masculino y las parejas estables y sin pasión son los tres patrones en los que se concreta esta manera tradicional de entender y de vivir las relaciones sexuales y afectivas.

Por el contrario, el modelo alternativo tiene que ver con la radicalización de la democracia y con las relaciones basadas en el diálogo, el respeto y la conjunción de la pasión y la estabilidad (Gómez, 2004). Para Giddens (1995), las reivindicaciones de las mujeres a lo largo del S.XX han llevado las relaciones hacia un nuevo modelo, el del amor confluyente, que es el que requiere del diálogo y el consenso para fundamentar una relación que sea satisfactoria. Lo importante es la co-construcción de la relación y el proceso comunicativo que permite establecer y mantener vínculos voluntarios entre personas con los mismos derechos y capacidades afectivas. Este modelo dialógico propone una desjerarquización de las relaciones personales y es la propuesta que Gómez (2004) desarrolla y que apuesta por la posibilidad de un patrón que permita establecer relaciones que, simultáneamente, son pasionales, igualitarias y estables.

En relación con lo expuesto, lo que hemos pretendido en el análisis de la primera temporada de *Sin tetas no hay paraíso* es constatar hasta qué punto las relaciones que se establecen en el triángulo amoroso entre *El Duque*, *Cata* y *Jessi*, personajes principales de la serie responden a un modelo tradicional o alternativo de atracción-elección afectiva y sexual, qué concepto de amor subyace a las interacciones entre los protagonistas y si existe una vinculación entre el deseo y la violencia.

La serie

Sin tetas no hay paraíso es el título de la primera novela de Gustavo Bolívar Moreno publicada en 2005 que, un año después, Caracol Televisión convierte en serie televisiva en Colombia. Dos años más tarde, Grundy Producciones S.A. realiza una adaptación de la misma para el mercado televisivo español que empieza a emitirse en Telecinco a inicios de 2008 (primera temporada de 12 episodios entre enero y abril).

Las versiones americanas (la colombiana y otra producida para el mercado latino de Estados Unidos) son adaptaciones de la novela realizadas por el propio Bolívar Moreno. Ambos casos guardan fidelidad narrativa con la novela original: las dos se ambientan en Colombia, arrancan con el desplante de “El Titi” a Cata, incluyen sus dos operaciones de aumento de pecho y acaban con la misma autoinmolación del personaje femenino. También en ambas la trama del triángulo amoroso entre Albeiro, Catalina y la madre de ésta (Doña Hilda) cobra mayor protagonismo. Por el contrario, Telecinco y Grundy, viendo la buena acogida de la serie, evitarán la inmolación del personaje femenino principal al final de la primera temporada con la idea de seguir explotando el filón. Pero las diferencias no acaban ahí: se simplifica mucho la truculencia del argumento original (las dos operaciones de Cata, los problemas con los implantes...), desaparece la competencia sexual entre madre e hija por Albeiro y el plantel de protagonistas masculinos es sustituido por la presencia única de *El Duque*, peligroso y guapo narcotraficante que se crió en el mismo barrio

que Catalina y Jessica (*sic*) y que, al inicio de la serie, regresa triunfador y agresivo. El punto de inflexión principal entre la adaptación española y las otras dos es que la historia española es una historia de amor. El regreso de *El Duque* es el regreso del “Príncipe Azul”, mientras que las otras dos, al igual que en la novela original, se presentan como una fábula moral sobre los métodos ilícitos que pueden utilizar las adolescentes para salir de la miseria en Latinoamérica. En estos casos la narración se articula a partir de las tretas que articulan las protagonistas, si no para ascender en el escalafón social, sí al menos para acceder a una más acomodada posición económica. En la versión española estos componentes sociales y morales van a ser sustituidos por una historia de amor *fou*, un amor que viene desde la infancia y que tiene la necesidad de abrirse paso a través de todos los impedimentos existentes.

Las cifras de audiencia son elocuentes respecto a la aceptación de la serie entre el público español. La campaña de promoción previa funcionó bien y creó la suficiente expectación para que la serie arrancase con un *share* del 21,7 % y, después de unos primeros capítulos en los que parecía que las audiencias titubeaban, a partir de la emisión del quinto episodio las cifras van en aumento hasta alcanzar el 28% en el último capítulo de la temporada.

Un modelo de relaciones tradicional: estereotipos e interacciones

El triángulo amoroso central de la primera temporada de *Sin tetas no hay paraíso* es un caso paradigmático de lo que denominamos el modelo tradicional de atracción y elección sexual y afectiva (Gómez, 2004); un tipo de representación de las relaciones predominante en los productos de la cultura popular que abarcan temas románticos (Galician, 2004). En este sentido observamos el incisivo vínculo del atractivo masculino con el ejercicio del poder y la violencia, generalmente en contra de la feminidad, aunque también en competencia con el resto de masculinidades. Los indicadores de este modelo de relaciones entre hombres y mujeres se corresponden con la estereotipación y la adscripción a los roles clásicos para cada género, y se construyen en este producto televisivo mediante la estructura narrativa pero también en términos de la puesta en forma. Hay que admitir que algunos de los personajes secundarios de la serie ofrecen un abanico algo más amplio de modelos de relación, es el caso del romance entre la madre de Catalina y el sastre, que cooperan entre ellos y establecen un vínculo comunicativo más o menos estable, pero por lo general estas uniones o bien son mostradas como poco atractivas e intensas -la profesión de él, sastre, se aleja de los valores adscritos al atractivo masculino y tiene más que ver con la domesticidad- o bien no configuran, por lo general, un modelo alternativo sólido, si no que tan solo algunos de sus rasgos divergen del estricto blindaje en torno a un esquema tradicional propuesto por el trío protagónico. Es el caso de la relación que establecen Paula y Jesús, el hermano de Catalina, donde hay que tener en cuenta que, a pesar de que la relación es bastante igualitaria, el vínculo se inicia a partir de la infidelidad del hombre -con respecto a su novia anterior-. Además, el personaje de Jesús resulta cuanto menos contradictorio en este aspecto, pues para cuando se inicia su romance con Paula ya ha desarrollado una obsesiva pulsión paternalista hacia su hermana menor, Catalina, lo que problematiza la adscripción del personaje a un modelo de relaciones alternativo.

Una diégesis heteronormativa

Antes de centrarnos en el esquema de relaciones establecido entre los tres personajes protagonistas, observaremos el mundo propuesto por *Sin tetas no hay paraíso*, que se dibuja como el marco donde habitan nuestros personajes. La serie propone un marco heteronormativo de relaciones donde la tensión erótica sólo es posible entre personas de distinto sexo. Los roles e imágenes de género son sumamente estereotípicos, centrados en los atributos clásicamente adscritos a la masculinidad y a la feminidad (a saber, poder y valentía, para el primer género; belleza y cuidado, para el segundo) y, además, la heterosexualidad de los personajes se da por sentada. En toda la primera temporada solamente se produce una circunstancial fractura de la estricta heteronormatividad, mediante una relación lésbica; se trata de una relación sexual e instrumental que el personaje de Jessi establece con una actriz de prestigio para poder chantajearla; se representa como una relación esporádica y carente de emotividad, establecida entre dos mujeres anómalas, frías y calculadoras. El hecho de que la actriz esconda su condición sexual y de que se someta al chantaje de Jessi demuestra la condición estigmatizada y vergonzante de las opciones no heterosexuales en el contexto diegético de la serie. Además, el fin de este chantaje no es otro que someter al personaje “desviado” a la norma heterosexual, casi a modo de sanción, puesto que la “lesbiana” se verá obligada a mantener relaciones sexuales con uno de los clientes “macho” de Jessi, que precisamente se siente atraído por la condición lésbica y, por lo tanto, presuntamente inalcanzable, de la actriz. Por otro, el lesbianismo no sólo es mostrado como una desviación de la heteronormatividad, eso sí, siempre subsanable con una “correcta” relación -de pago- heterosexual, si no que además es una condena para aquellos personajes que lo practican. De este modo la serie alimentaría el paradigma dominante respecto a las relaciones sexuales y afectivas, no sólo invisibilizando toda opción alternativa a la norma (Inagraham, 2006) sino estigmatizándola cuando la presenta. Esta heteronormatividad se constituye como una institución que estructura un sistema de géneros mediante roles complementarios entre hombres y mujeres, conllevando éstos una distribución de las posiciones en el *statu quo*: “...we have not adequately determined if what we consider gender or gendered behaviour would even exist if not for its relationship to the institution of heterosexuality” (Inagraham, 2006:312). Por lo tanto, hemos de entender la correspondencia entre los roles de género estereotipados y las relaciones afectivas tradicionales como un vínculo de reciprocidad: ambos sistemas de representaciones se alimentan.

Concretando, en esta serie los hombres son encarnados por narcotraficantes agresivos o policías obsesivos y hermanos protectores, mientras que las mujeres son prostitutas ambiciosas o “buenas chicas” de escasa capacidad racional que se dejan llevar por el mal camino. Sin excepción, los hombres se mueven en busca del prestigio social ante el resto de los hombres y/o bien para controlar la sexualidad y el deseo femeninos. Por lo general todos los hombres intentarían establecer relaciones sexuales con las mujeres de la serie; si se quiere, y sólo hasta cierto punto, con la excepción de aquellos que son representados como presuntamente “buenos hombres”: el comisario Torres y el hermano de Catalina, Jesús; estos actúan en cambio

con un paternalismo exagerado sobre las mujeres. En resumen, la narrativa de *Sin tetas no hay paraíso* propone un mundo gobernado por un régimen heterosexual naturalizado que, en palabras de Wittig (1992) depende de la creencia de que las mujeres son seres sexuados y sexuales incapaces de vivir fuera de la norma masculina, por lo que deben ser sometidas a una economía heterosexual (Wittig, 1992: 7). En un sentido estricto del término economía, además, observaremos que el dominio sobre los recursos pertenece a los hombres, y que las mujeres podrán utilizarlos parcialmente en su beneficio sólo entrando en transacciones con los hombres. En este sentido, la prostitución es la opción prioritaria.

Esta perspectiva se refuerza con una puesta en forma que se recrea en la sexualización de los cuerpos de las mujeres aún cuando no exista ningún pretexto narrativo que lo justifique ni ninguna relación con personajes masculinos en curso. Por lo tanto, esta sexualización o bien se dirige a la mirada del espectador, presuntamente masculina (Mulvey, 1999) o bien se supone integrada en la propia identidad de los personajes femeninos, lo que vendría reforzado por una continua atención de las mujeres de la serie sobre su propia apariencia física, a menudo a través de dispositivos como espejos o bien mediante la reiterada escena del vestidor femenino como punto de encuentro y discusión del grupo. Asimismo, los códigos de feminidad se relacionan con el consumo de productos de lujo y cosméticos (desde la operación de pechos hasta vestidos y otros objetos decorativos, normalmente vinculados a los procesos de pornificación (Lazar, 2009, Ringrose, 2010), un tipo de objetos que, en la narrativa de la serie, son provistos por los hombres. De este modo, las relaciones entre hombres y mujeres tomarían también una dimensión de refuerzo de los roles de ambos géneros: conseguir un hombre con estatus comportaría que estas mujeres aumentasen su ratio de atractivo en tanto que mujeres.



La “pornificación” del cuerpo de las mujeres en STNHP no necesita justificación narrativa. El aumento de pechos es una operación voluntaria sobre el cuerpo de la mujer, proporcionado por (“y gracias a”) los hombres y que también se persigue con el fin de complacer a éstos.

El triángulo amoroso

El esquema narrativo básico de la primera temporada por lo que respecta a las relaciones sexuales y afectivas del trío protagonista es, a grandes líneas, el siguiente: *El Duque* se enamora de Catalina aunque mantiene relaciones esporádicas con Jessi, por la que se siente atraído pero con la que no tiene intenciones respetables en términos clásicos. Después de una serie de malentendidos en medio de situaciones de alto riesgo, durante las cuales la relación

romántica entre Catalina y *El Duque* se tensa, éste asesina al hermano de ella y renuncia a su relación a cambio de un camión de “merca” (la salvación de su negocio). Al final de la serie, una Catalina agotada y frustrada termina por abandonar al hombre (que no apuesta por la relación pero nunca termina de dejarla) y se casa con el peor enemigo de éste, Cortés, con el propósito de arruinar la vida de *El Duque*. Él, por su parte, restablece una relación compasiva y sin amor con Jessi quién, a pesar de haber sido menospreciada por el hombre a lo largo de toda la temporada, accede a establecer una relación de cuidado con él cuando se siente necesitado. Pero ¿de qué modo se trazan estas relaciones? ¿Qué rasgos de los personajes los hacen atractivos y justifican la intrincada trama relacional que los (des)une?

El hombre: las contradicciones del héroe

Una descripción de *El Duque* es requerida para comprender las dinámicas de interacción con las mujeres en que se implica el personaje a lo largo de esta primera temporada. Aún cuando la serie no propone un perfil psicológico muy complejo para su personaje estrella, sí que lo representa como atrapado por las contradicciones, un rasgo que, en el discurso de la serie, le dota de innegable interés erótico para las mujeres, especialmente por la potencial redención de sus aspectos violentos, una posibilidad que él mismo plantea y con la que, a veces, fantasea.

El Duque aparece en la secuencia de apertura de la serie, y nos es presentado de forma problemática, ordenando el asesinato de su presunta compañera sentimental. Presenciamos una pelea entre él y una mujer; ignoramos la relación que hay entre ambos pero la confianza en el trato recíproco y los gritos de ella (“¡Te quiero!”) apuntan a una relación afectiva. Él la golpea y la tira al suelo y, con un gesto leve que da muestra de su poder, ordena a sus sicarios que se la lleven y la ejecuten, lo que se lleva a cabo de forma sórdida en un descampado y con suma crueldad (aplicando la técnica de la “corbata colombiana”) pero sin la presencia del protagonista en la escena; lo que supone una marca de rango (él no realiza el trabajo sucio). Hay signos de frustración en la expresión y gestualidad de *El Duque* por la decisión tomada, pero poco más, teniendo en cuenta la gravedad de las consecuencias y la relación previa que unía a ambos personajes. La focalización propuesta por el guión, que excluirá a las potenciales novias de *El Duque* del conocimiento de lo acaecido en la secuencia introductoria, marcará en cambio la relación del espectador con el personaje, puesto que se asumirá que las mujeres que emprendan relaciones afectivas con él estarán en riesgo de correr la misma suerte. Por lo tanto, a lo largo de toda la serie, el espectador tiene un conocimiento sobre *El Duque* que las dos protagonistas ignoran (aunque pueden sospechar, principalmente conforme avanzan los capítulos). Las relaciones de *El Duque* con las dos protagonistas femeninas de la serie no tardarán en iniciarse y por lo tanto la percepción del espectador estará marcada desde la primera secuencia con este conocimiento del personaje masculino. Aunque no todos los personajes lo experimenten de la misma forma, desde la posición del espectador las relaciones de la serie aunarán desde el primer momento la tensión y el riesgo a la pasión y el amor.

La faceta oscura de *El Duque* será la predominante en la narración, reforzada por la imagen que se construye del personaje: taciturno, de voz ronca, ataviado de negro, y con códigos de comportamiento burdos y de mal gusto, con omnipresentes marcadores de alto capital económico (un descapotable) y de escaso capital cultural (un terriblemente *kitsch* dálmata de porcelana como regalo a la madre, lazo incluido), que además se vinculan indefectiblemente a su origen humilde.



Esta dimensión *kitsch* de *El Duque* vinculado a su pasado lo presenta como la versión delincuente del “nuevo rico”. A su vez, la apertura a su pasado es, precisamente, el origen de la ambivalencia del personaje, metaforizada por su dependencia de algunas mujeres (su madre y, posteriormente, Catalina, a quién conoce desde la infancia), y un yo frustrado alternativo que deviene potencial en su relación con ellas. El mismo juego se da con las denominaciones de Rafael Duque, a quién todos lo llaman “El Duque” (secuaces, enemigos, putas...) mientras que sólo Catalina y su madre lo nombran “Rafa”, devolviendo así al personaje a la infancia en la que no era otra cosa que un niño de barrio humilde. Es de hecho precisamente a través de estas mujeres que *El Duque* descubre el reverso frágil de la norma masculina y deviene un personaje altamente dependiente. Es así un ejemplo de lo que Giddens (2006) considera el precio que la masculinidad tradicional debe pagar por su obsesión con el prestigio social, que lleva a los hombres a descuidar y abandonar las cuestiones relativas al desarrollo íntimo:

Los hombres buscaron la identidad en el trabajo, y se equivocaron –siempre hemos de añadir que en general-, al no entender que el proyecto reflexivo del ego implica una reconstrucción emocional del pasado para proyectar una narrativa coherente hacia el futuro. Su dependencia emocional inconsciente de las mujeres era un misterio cuya respuesta estaba en las mismas mujeres (Giddens, 2006: 62-63)

De este modo, los atributos de *El Duque* vienen a ser de una intensa masculinidad que, como observó Bourdieu (2007), en algunos aspectos se vuelve dolorosa y contraproducente para el varón y que, a su vez, despierta el instinto redentor que alimenta el ego de las mujeres que aspiran, amor mediante, a cambiarle.

Competencia entre mujeres: dos tipos femeninos para un mismo modelo relacional

El antagonismo entre las dos protagonistas femeninas de la serie es evidente desde las primeras secuencias de presentación de los personajes. Catalina y Jessi responden a dos tipos

de mujeres aparentemente distintos, pero en cambio trazan los ejes de un mismo modelo de feminidad. Si bien la competencia entre ambas mujeres es de alcance general, se concreta en relación con los hombres y, especialmente, con la aparición de *El Duque*, cuando entran en competición con el objetivo de seducirlo.

En primer lugar, Catalina se presenta mediante el estereotipo de lo que Giddens (2006: 61) denominaría la mujer sin mancha, con todas las virtudes asociadas a las nociones tradicionales de feminidad: trabajadora, noble, humilde, inocente, y virgen; en este sentido, se reitera en los diálogos con sus amigas el hecho de que no ha tenido ninguna experiencia afectivo-sexual. Los pechos pequeños de la protagonista se asocian a esta imagen de castidad. Todos estos elementos la convierten en una futura esposa ideal. Contrariamente, Jessi cumple el estereotipo opuesto, vinculado a la mujer que despierta el interés sexual pero que, por sus mismos rasgos sexualizados, así como por la iniciativa que toma en las relaciones, excluye toda posibilidad de devenir esposa o mujer legítima. Es significativo que todos los hombres se enamoren de Catalina y que, en cambio, ninguno muestre intenciones de establecer una relación más allá de la sexualidad con Jessi, algo de lo que ella misma, en algún momento, se quejará: “¿Qué os pasa con Catalina? ¿Por qué todos os enamoráis de ella?”; esto aún cuando Jessi se muestra satisfecha y convencida de que su modelo de feminidad es superior y más emancipador que el de Catalina.

La competitividad entre ambas se ejemplifica en los espacios de ocio y públicos como por ejemplo la discoteca, donde las dos mujeres ponen a prueba sus respectivos atractivos ante los hombres. El hecho de que la serie plantee esta supuesta oposición entre “modos de ser mujer” es la base sobre la que se edificarán las diferentes relaciones que estas mujeres pueden aspirar a establecer con *El Duque*, e incluso la relación que, entre los tres, compartirán, e implicará la infidelidad del hombre para con ambas mujeres (casi como un rasgo definitorio de su *hipermasculinidad*) y los celos entre ellas dos, que tenderán a focalizar sus conflictos más en la figura de la “otra” que del centro activo erótico que supone *El Duque*. Finalmente, ambas mujeres configuran un panorama deseable para el “doble estándar” atribuido al cinismo con que el hombre ha participado tradicionalmente del amor romántico (Giddens, 1995): el amor sosegado y legítimo para la casa, la pasión desenfrenada e impura para los intersticios. De todos modos, la conflictividad externa a las relaciones personales en que la trama narrativa sumerge a los personajes, por momentos más cercana a los códigos del *thriller* que a los del melodrama, posibilitará algunas dinámicas de colaboración entre los tres personajes.

Breves apuntes de relaciones fracasadas

Decíamos que los dos modelos contrapuestos de mujeres se ponen en escena especialmente en relación al personaje masculino. De hecho, los encuentros de ambas mujeres con *El Duque* son ampliamente divergentes. Al iniciarse la serie, Jessi ya tiene una relación con él (y por lo tanto aparece peligrosamente más próxima al personaje asesinado al inicio del primer capítulo), basada estrictamente en el sexo y el interés económico. En las primeras secuencias en las que

PREVIOUSLY ON

ambos personajes coinciden, Jessi se refiere a él como “el pasaporte para salir de este barrio de mierda”, y remite a su estatus económico con alusiones como “cochazo”, “te está yendo que te cagas, ¿eh?”, y similares. Pero sin duda un rasgo que despierta el interés de la mujer es la sospecha de que *El Duque* se dedica a actividades ilegítimas y que, quizá, su vida conlleva riesgos. Esto se explicita inmediatamente cuando, ante la pregunta de sus amigas acerca de la profesión de *El Duque*, Jessi responde: “a nada bueno, ¿pero eso a quién le importa?”. El hecho que sus amigas también admiren el personaje masculino y su “culito” sumará valor de cotización al hombre.



Jessi presenta una conducta sexualmente activa e iniciadora con *El Duque* y alardea de ello ante sus amigas.

En este sentido, la mujer buscará explícitamente que el estatus del hombre repercuta en su posición mediante la consolidación de una relación, aunque sea de negocios, en una modalidad más flexible de lo que tradicionalmente ha venido a denominarse “matrimonio al alza”. El medio de Jessi para conseguir su objetivo es el sexo; en primer lugar el propio y, enseguida, el de otras mujeres. Jessi se ofrece a ejercer de meretriz y prostituye a sus amigas para los narcotraficantes aliados del *El Duque*. De este modo ambos personajes establecen una relación empresarial, mantienen la sexual y disuelven la afectiva, sólo para recuperarla al final de la temporada.

Si en la serie se daba por supuesta una relación esporádica y sexual entre Jessi y *El Duque*, contrariamente, el encuentro entre el protagonista y Cata se ofrece a la mirada del espectador como una escena fundamental de la serie, y sigue los códigos del melodrama romántico. Los parámetros del encuentro son los del “amor a primera vista”, un evento trascendental que lleva consigo una revelación o iluminación en los personajes y que, por lo tanto, repentinamente cambia su disposición sentimental y, en consecuencia, la direccionalidad de sus acciones. *El Duque* conoce a Cata cuando ésta trabaja en una tienda de ropa y accesorios de lujo donde es maltratada por su jefa. Réplica de Cenicienta, una Catalina humilde está rodeada de un lujo que no puede permitirse y es explotada por otra mujer que goza de más poder que ella y que es, por supuesto, cruel (“Tienes que trabajar tres años para tener un vestido de éstos, ¿te enteras?”, le espeta marcando la posición de clase). Esta calidad de “crueldad” de la encargada es expuesta de modo explícito mediante los gritos que le lanza a Catalina cuando a ésta, accidentalmente, le cae un broche al suelo: “Lo has arañado, ¿no lo ves, idiota? ¡Eres

una inútil, ahora no lo puedo vender!”. El siguiente plano muestra a *El Duque* contemplando la escena e, inmediatamente, comprando ese broche. La intervención se representa a modo de “salvación” o resolución de un conflicto entre dos mujeres mediante la intercesión de un hombre poderoso que decide a cuál de las dos otorga el dominio de la situación. *El Duque* se posicionará al lado de Catalina solventando con dinero el conflicto de clase con su jefa. El rol del personaje masculino en tanto salvador es aquel de el “Príncipe Azul” y despierta en Catalina el “sueño de la novia”: “from childhood to adulthood, the potential bride is socialized to prepare for the day when her handsome prince will sweep her away into a happily-ever-after life, free from class and sex oppression and away from the abuses of the workplace” (Inagraham, 2006: 317). De ahí que finalmente podamos establecer que la relación que se establece entre Catalina y *El Duque* responde incluso en sus vertientes más edulcoradas a un modelo tradicional de atracción y elección sexo-afectivas, puesto que el estatus del hombre sigue siendo fundamental para la situación social de la mujer, aunque el vínculo de ellos sea, esta vez, necesariamente romántico y no directamente instrumental como sucede inicialmente con la relación con Jessi. Al fin y al cabo, en ambos casos es el potencial económico de *El Duque* lo que se sitúa en el disparadero de ambas relaciones, aunque las motivaciones se presenten como opuestas en ambos casos. Pero volviendo al encuentro de Cata y *El Duque*, hay que apuntar que la misma escena continua con una pausada conversación de (re)conocimiento entre ambos, en la que el hombre recuerda a la mujer su relación previa en la infancia, ya cargada del ideal de “...decías que te ibas a casar conmigo”. Este mecanismo permite justificar la intensidad de la relación que se establece de inmediato entre los dos personajes, huyendo de la banalidad del formato “a primera vista”, ahondando en la idea del amor romántico que perdura por encima del tiempo (e incluso de la muerte) y que además permite a la apertura del pasado de *El Duque* y su potencial transformador. El final de la secuencia está montado en un tradicional plano/contraplano con planos cada vez más cerrados, mientras que una empalagosa melodía de piano subraya sus palabras, *leitmotiv* musical que se repetirá en la serie durante los encuentros entre estos dos personajes.

El mismo discurso queda claro en los créditos de la serie, rodados en un falso plano secuencia subjetivo donde el espectador ocupa el lugar de Catalina, que se sube a un taxi en un barrio humilde y, tras cruzar la ciudad y cambiarse de ropa dentro del vehículo, accede a un local exclusivo franqueando un par de estrictos guardas de seguridad que niegan el acceso a diversas personas. Una vez dentro, el plano subjetivo permite observar las miradas de admiración de los ocupantes elegantes del local, que van cediendo el paso a nuestra protagonista hasta que llega a la mesa del fondo, cubierta de dinero y una pistola. Ahí está *El Duque*, fundamentación estructural del mundo de lujo en el que ha ingresado Catalina. Finalmente, la mujer se mira en un espejo, y es entonces cuando la reconocemos por el reflejo, y *El Duque* aparece por detrás, apareciendo también en el reflejo que cierra los créditos, aunque manteniéndose algo distante detrás de la mujer.

Evolución de las relaciones: consolidación dolorosa del modelo tradicional

El inicio de las relaciones sexo-afectivas entre el trío protagonista de la serie sitúa las expectativas en una situación en que *El Duque* establece una relación romántica con Catalina, abandonando la incipiente historia con Jessi, y reservando para ésta última el vínculo empresarial y, esporádicamente, sexual. Más o menos éste será el fundamento de las relaciones entre el trío protagonista a lo largo de la primera temporada, por lo menos hasta la deriva final. Sólo que la relación de *El Duque* con Catalina no llegará a consolidarse en ningún momento, y precisamente el hecho de que *El Duque* sea inasequible motivará el impulso de Catalina para intentar consolidar la relación a toda costa. La inaccesibilidad masculina se mezclará con rachas de dependencia del hombre hacia la mujer y una postergación de las relaciones sexuales, realizada activamente por Catalina, que ejerce de *gatekeeper* evitando el sexo hasta la consecución del compromiso efectivo del hombre. En contraste con Jessi, Catalina y *El Duque* no compartirán cama hasta el final del cuarto capítulo, y es destacable que esta relación se dará en un momento de crisis y desesperación del hombre, y después que éste se haya mostrado suplicante y dependiente de Catalina. Lejos de querer establecer una relación causal entre este giro argumental y la respuesta de los espectadores, no deja de ser cierto que la serie consolidó su *share*, como ya se ha señalado, a partir del quinto episodio.

Para estos dos personajes, hemos dicho que el encuentro con el otro es fundamental para sus derivas vitales. Catalina quedará impresionada por la cortesía de *El Duque*, pero especialmente quedará redimida por su exhibición de poder, y ésta se repetirá primero mediante la soberbia y el dinero y, posteriormente, con el uso de la violencia verbal y física. Normalmente esta violencia se dirigirá contra otros personajes (la encargada de la tienda, mafiosos...) pero no tardará en revertir sobre Catalina. Este proceso, en lugar de mermar la atracción de Catalina por *El Duque*, intensificará su entrega, abandonando por el camino su vida familiar y sus posibilidades profesionales para adquirir un estilo de vida compatible con el del hombre. En este sentido el comportamiento de Catalina se explica en analogía con el de las heroínas románticas que describe Giddens, en una asimilación del amor al patrón de la “búsqueda” y, por lo tanto, la tendencia femenina a dotar de sentido la existencia a partir de los otros y, en este caso, el otro amado:

La búsqueda es una odisea en la que la identidad del yo espera su validación del descubrimiento del otro. Tiene un carácter activo y en este sentido la novela moderna contrasta con las historias medievales, en las que la heroína es habitualmente pasiva. Las mujeres en las novelas románticas son en su generalidad independientes e inteligentes y así han sido retratadas. El motivo de la conquista en estas historias no es el de la versión masculina de la conquista sexual. La heroína alcanza y funde el corazón de un hombre, que es inicialmente indiferente y lejano a ella cuando no abiertamente hostil. La heroína produce así activamente el amor. Su amor hace que ella sea amada a su vez, disuelve a indiferencia del otro y reemplaza el antagonismo por la devoción (Giddens, 2006:51)

El concepto amoroso que maneja la serie será igualmente destructivo para el personaje masculino, puesto que Catalina supondrá el principio del fin de la próspera carrera delictiva de *El Duque*. La irrupción de la mujer en los círculos narcotraficantes y sus problemas con uno

de los capos serán el origen del conflicto de *El Duque* con sus aliados. La espiral destructiva, conllevará igualmente la muerte de su hermano (orquestada por el propio Duque) y terminará en la mismísima persecución del mafioso por parte de Catalina, que querrá vengar su desamor a toda costa. Ambos personajes permanecen activos en la relación aún cuando el vínculo es representado como “incompatible” en diversos momentos de la serie.



Conclusiones

Como hemos visto, las relaciones sexuales y afectivas que se establecen entre los tres personajes principales de la serie durante la primera temporada se basan en un modelo tradicional de atracción-elección sexual y afectiva, planteado en términos de Gómez (2004). En la caracterización de los personajes y sus interacciones, se dan muchos de los componentes de este modelo, principalmente, la vinculación del deseo y la atracción con la violencia. Una muestra clara es el propio personaje de *El Duque*, el más deseado y atractivo de la serie, que ya en la primera secuencia del programa encarga el asesinato de su compañera sentimental. A partir de ese momento, todas las relaciones en las que se involucra *El Duque* acaban dirimiéndose en términos violentos que, de una forma u otra, acaban alcanzando a sus parejas. *El Duque* se nos presenta, aparentemente, como un personaje con dos caras. Según la promoción de la segunda temporada: “Desafiante, atrevido y peligroso. Persistente, vengativo y seductor. Dulce, cruel y divertido. Y malo, muy, muy malo. Vuelve el personaje más deseado”. Paradójico cruce de epítetos que en realidad no es tal, ya que aquellos que apuntan elementos positivos en el personaje quedan perfectamente anulados por su antónimo (dulce, cruel) o por la reiterativa frase final. Así, lo que le hace atractivo es, en definitiva, ser malo y peligroso. A ojos de Jessi porque, “estando tan bueno” da igual lo que haya hecho para llegar donde está y a ojos de la Cata porque el destino los ha unido y ella cree poder rescatar “al otro *Duque*” aunque, probablemente, si no fuera quien es, ni siquiera se habría fijado en él. No le atrae la bondad de *El Duque* sino la incertidumbre y el poder convertir al monstruo en príncipe (sin ser consciente que la consecución de su objetivo supondría la desaparición de los atributos que hacen atractivo al personaje). Hay que notar que otro de los términos del atractivo del personaje es el alto valor de cotización que le otorga ser el centro de atención de muchas mujeres.

Otro elemento del atractivo de *El Duque* es el poder que encarna. Ambas mujeres se rinden a él. Jessi porque quiere marcharse del barrio humilde y ser “La Duquesa” y Cata porque le satisface

que el hombre la saque del sometimiento que sufre en su trabajo y tanto en las imágenes de los créditos como en reiteradas ocasiones, en las fiestas, se muestra satisfecha del estatus que le confiere ser “la novia de *El Duque*”.

Además, *El Duque* es inaccesible. Para Jessi porque está presuntamente enamorado de Cata (aunque le es infiel) y para Cata porque pertenecen a dos mundos diferentes y, de entrada, ella no quiere participar del entorno mafioso de *El Duque*, aunque acabará sucumbiendo al mismo en sus infructuosos esfuerzos por sacarle a él.

A diferencia de los hombres, las mujeres son valoradas por su belleza. En la serie esto se pone de manifiesto tanto en las consideraciones masculinas como en los mismos deseos de las chicas que pasan por “ser” y “estar” guapas. Uno de los ejemplos lo tenemos en el cambio físico de Cata cuando quiere gustar a *El Duque* (y sus reiteradas visitas al espejo de Jessi donde las dos se arreglan para ir a las fiestas), y también en su obsesión por tener unos pechos más grandes. Resulta especialmente truculento como la serie muestra que, aunque a *El Duque* ya le gusta su aspecto físico, es ella quien tiene el deseo de operarse el pecho para estar bien consigo misma.

Si Jessi se muestra como un personaje hipersexualizado desde el inicio, Cata lo hará progresivamente, sin necesidad de que esa hipersexualización sea motivada por una mirada masculina deseante. Esta sexualización se integra en la propia identidad de las mujeres de la serie que visten provocativamente y, a menudo, se miran en espejos o bajan la mirada para comprobar su apariencia. La obsesión de los personajes femeninos por la belleza se efectúa bajo la asunción de que ésta les dará reconocimiento y oportunidades en la vida. El poder económico y social de los hombres es importante para las mujeres porque es lo que les va a permitir ser más guapas, estar más cotizadas, resultar más atractivas sexualmente y, en definitiva, ser más poderosas como, por ejemplo, cuando las chicas de barrio humilde parecen encontrar la felicidad yendo de compras a tiendas de lujo con los mafiosos. Además de una evidente pornificación en la representación de las mujeres, a través de una más que tramposa equiparación entre la emancipación sexual y el control sobre el propio cuerpo y su puesta en venta, el relato da alas a la fantasía masculina del sexo con menores (son ellas quienes desean las relaciones con los hombres adultos) y se da a entender que los hombres desean estar con prostitutas que no lo parezcan. Ellas deben ser (y parecer) jóvenes y dispuestas.

En cuanto a Jessi, podríamos clasificarla en el patrón que Gómez (2004: 73) define como “la mujer que imita el modelo de relaciones masculino” ya que sus relaciones son instrumentales. El sexo es una herramienta para conseguir poder y recursos e incluso utiliza a sus amigas para prostituir las en beneficio propio.

Otro componente del modelo tradicional es la competitividad entre las chicas. Jessi y Cata están enfrentadas, compiten en belleza (Jessi ridiculiza a Cata por no tener pecho), experiencia sexual

(Jessi es una gran experta y trata a Cata de mojigata) y, sobre todo, por *El Duque*. Las escenas que muestran su relación son ambivalentes: a veces parecen apoyarse y Cata acostumbra a confiar en Jessi pero la relación siempre está condicionada por las expectativas hacia *El Duque* y por los deseos de éste.

El amor, como en los relatos míticos, se vincula al destino, y, por lo tanto, al sufrimiento y a la dependencia. Es el destino el que lleva a que *El Duque* y Cata se reencuentren después de que ella, en la infancia, le prometiera que se casaría con él, creando así un vínculo intemporal entre los personajes que se extenderá a lo largo de la segunda temporada. Y ese destino conlleva sufrimiento porque la relación con *El Duque* pone a ambos personajes en situaciones muy diversas tanto de riesgo físico como emocional. Ambas lo pasan mal y ambas interpretan que eso es la señal del amor verdadero, especialmente Cata. Y también dependencia porque se convierte en única guía. Cata deja todo lo que tenía (estudios, amistades, relación con la familia) para estar con *El Duque* y Jessi, aunque en apariencia es más independiente y usa a *El Duque* como trampolín, se acaba enamorando de él, haciendo todo lo que él le pide y convirtiéndose en su apoyo en la caída final de él.

En el discurso de *Sin tetas no hay paraíso* se asocia la atracción y la pasión con un tipo de relaciones que no tienen estabilidad ninguna y, como hemos visto, con la elección de personas inalcanzables y, lo que resulta paradójico, su redención, ya que dicho proceso, de culminarse, acabaría con el atractivo de los personajes. *El Duque* se nos presenta precisamente como paradigma de inestabilidad e inaccesibilidad hasta el punto que su propuesta de pareja imposible es la que genera más atracción sobre los personajes femeninos de la serie. Asimismo, el amor entre *El Duque* y Cata (que se presenta como “la verdadera historia de amor” de la serie) es inevitable, único, (que se genera como amor) a primera vista (aunque no lo es) y para siempre, lo que encaja con los cánones tóxicos descritos por Galician (2004).

Este análisis de la representación de las relaciones afectivas y sexuales en *Sin tetas no hay paraíso* demuestra la fuerza con la que el modelo tradicional continua arraigado en la ficción de éxito del *prime time*. No resulta por lo tanto baladí demandar desde aquí la construcción de ficciones para dicho *slot* que sean capaces de elaborar, desde la complejidad, ejemplos del modelo alternativo que, a su vez, se alejen de la construcción de los arquetipos míticos. Sin duda ello ayudará a transformar nuestras propias relaciones afectivas y sexuales, fomentando la igualdad, el respeto y la posibilidad de definirse libremente, superando los estereotipos y desigualdades que marcan nuestro imaginario y nuestras relaciones y, por lo tanto, nuestra cotidianidad.

Referencias bibliográficas

- Berger, J. (2006) *Modos de ver*, Barcelona: Gustavo Gili.
 Bourdieu, P. (2007) *La dominación masculina*, Barcelona: Anagrama.

- Capdevila, A., Crescenzi, L., Domingo, D., Martínez I., Tortajada, I. and Willem, C. (2010) "Violencia y atracción sexual: ¿vinculadas también digitalmente?", comunicación presentada en el II Congreso Internacional de la AE-IC. Málaga.
- De Botton, L. and Oliver, E. (2009) "Teoría crítica del Radical Love", *Revista Electrónica Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información. TESI*, vol.10, nº3, pp. 90-102.
- Duque, E. (2006) *Aprendiendo para el amor o para la violencia: las relaciones en las discotecas*, Barcelona: El Roure.
- Flecha, A., Puigvert, L. and Redondo, G. (2005) "Socialización preventiva de la violencia de género", *Feminismo/s*, vol. 6, diciembre, pp.107–20.
- Galician, M. L. (2004) *Sex, love and romance in the mass media: analysis and criticism of unrealistic portrayals and their influence*, Philadelphia: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gauntlett, D. (2002) *Media, Gender and Identity: An Introduction*, London: Routledge.
- Giddens, A. (1995) *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*, Barcelona: Península.
- Giddens, A. (2006) *La transformación de la intimidad: sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*, Madrid: Cátedra.
- Gill, R. (2009) "Mediated intimacy and postfeminism: a discourse analytic examination of sex and relationships advice in a women's magazine", *Discourse and Communication*, vol. 3, nº4, pp. 345-69.
- Goffman, E. (1979) *Gender advertisements*, New York: Harper&Row.
- Gómez, J. (2004) *El amor en la sociedad del riesgo. Una tentativa educativa*, Barcelona: El Roure.
- Hall, S. (1973) "Encoding and decoding in the television dicourse", *paper for the Council of Europe Colloquy on Training in the Critical Reading of Televisual Language*, Centre for Contemporary Cultural Studies. University of Birmingham, Stencilled Occasional Paper, nº7.
- Inagraham, Ch. (2006) "Thinking Straight, Acting Bent. Heteronormativity and Homosexuality", in Davis, K., Evan, M. and Lorber, J. (ed.) *Handbook of Gender and Women's Studies*, Sage Publications.
- Lazar, M. (2009) "Entitled to consume: postfeminist femininity and a culture of post-critique", *Discourse and Communication*, vol. 3, nº 4, pp. 371-400.
- Morley, D. (1996) *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Buenos Aires: Amorrortu.
- Mulvey, L. (1999) "Visual Pleasure and Narrative Cinema", in Braudy, L. and Cohen, M. (ed.) *Film Theory and Criticism: Introductory Readings*. New York, Oxford UP.
- Oliver, E. y Valls (2004) *Violencia de género. Investigaciones sobre quiénes, por qué y cómo superarla*, Barcelona: El Roure.
- Ringrose, J. (2010). "Sluts, whores, fat-slugs and play-boy bunnies: teen girls" negotiations of "sexy" on social networking sites and at school", in Jackson, C., Paechter, C. and Renold, E. (ed.) *Girls and Education. Continuing concerns, new agendas*.

PREVIOUSLY ON

Basingstoke: Open University Press.

Silverstone, R. (2004) *¿Por qué estudiar los medios?*, Buenos Aires: Amorrortu.

Thompson, J.B. (1998) *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós.

Wittig, M. (1992) *The Straight Mind and Other Essays*, Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.

Uso de roles en la construcción de personajes: desde la Nueva Masculinidad a los estereotipos de género en *Misfits*

Sergio Cobo-Durán

Introducción

En los años 70 surge en Inglaterra la revista especializada *Mujer y cine*, una revista centrada en la figura femenina, además de un festival de cine alrededor de la representación de la mujer. Al mismo tiempo crece el interés por conocer y estudiar el lugar destinado a la mujer en el discurso fílmico, un lugar impuesto en la mayoría de los casos. Los primeros investigadores fueron mujeres, quienes trataban de analizar cómo en un mundo de hombres se les asigna un lugar como estereotipo, el cual eran obligadas a contemplar y aceptar. En la actualidad ya existe una corriente de investigadores que buscan estudios sobre género desde el punto de vista masculino, como el presente artículo de investigación.

Una investigación que no se centra en exclusiva en la imagen de la mujer sino que busca la confrontación con los valores asociados a lo masculino, “en este sentido, a la masculinidad le ocurre como a cualquier identidad moderna: que se define de manera relacional” (Fernández Llebrez, 2004: 22). Es por ello que es necesaria la presencia femenina para entender así lo masculino y viceversa, de este modo se realizará un análisis tanto de los personajes femeninos como de los masculinos con el fin de encontrar o remarcar las características sociales y culturales asociadas al género de los mismos. Se realizará una búsqueda de roles representados a través de estereotipos, en la ficción británica en general y en *Misfits* (E4, 2009-) en particular. Se pretende en primer lugar un doble objetivo: a) localizar e identificar los principales estereotipos presentes en la obra; b) sistematizar un modelo que clasifique los roles utilizados en *Misfits* y ejemplificados en otras series de ficción ya sean británicas o no.

Algunas puntualizaciones sobre la noción de género y la Teoría Fílmica Feminista

Como punto de partida hay que unir los conceptos de Teoría Fílmica y las prácticas sociales y políticas asociadas al feminismo para poder hablar de Teoría Fílmica Feminista. En esta línea de trabajo se centró la italiana Giulia Colaizzi (1995), recogiendo el legado de trabajos de Annette Kuhn (1991) o Sharon Smith (1975) entre otras. Preocupada en considerar al cine como “práctica significativa, como lenguaje, como espejo que en vez de reflejar simplemente, refracta luces o imágenes de mujeres, abre un campo de intervención y cambio” (Colaizzi, 1995: 11). Un texto creado que no es simple y sencillamente considerado subjetivo sino que es eso y mucho más, donde lo sub-consciente se hace latente muchas veces de forma in-consciente.

Es un error frecuente, incluso localizable en determinados estudios culturales sobre género, el utilizar indistintamente nociones aparentemente cercanas pero tan dispares como sexo y género. Si bien la noción primera viene asociada a un carácter biológico, inmanente a unas

categorías establecidas desde el propio nacimiento, el concepto genérico es transmitido por la asociación de una serie de valores, símbolos sociales y culturales que son aprendidos. Aceptada la asociación del sexo a unos atributos físicos y fisiológicos, por ende no elegibles, la determinación del género es un factor clave en la construcción social del sujeto. “Los conceptos de sexo y género han sido diferenciados precisamente en base a su referencia biológica o cultural respectivamente” (Narotzky, 1995: 89). Esto explica la calificación de género como “sexo social” por tratarse precisamente de una construcción fruto de los factores condicionantes de la socialización. En este sentido “lo masculino y lo femenino, que son dimensiones simbólicas y culturales, construidas y por tanto mutables, han sido definidos mediante su relación con lo biológico, *naturalizando* conductas puramente sociales como si fueran físicas e inalterables” (Menéndez Menéndez, 2008: 55).

Para el estudio de la serie televisiva de ficción británica *Misfits* (E4, 2009-) se ha optado por una metodología de análisis fílmico del personaje que se ubica en la Teoría Fílmica Feminista y los estudios de género, o como diría Annette Kuhn (1991) en “hacer visible lo invisible”. La autora divide de una forma casi axiomática las principales diferencias existentes entre las teorías feministas del cine británicas frente a las americanas, tal y como se hará a continuación con la ficción de Gran Bretaña y la estadounidense. En la presente investigación optaremos, no por solidaridad con nuestro objeto de estudio sino por pragmatismo, por la postura inglesa ya que en palabras de la investigadora la postura americana es más descriptiva pero menos analítica que la británica (Kuhn, 1991: 89). De este modo, dado el carácter eminentemente analítico del proyecto, la visión europea se presenta como la más idónea. La determinación de las teorías feministas de análisis fílmico, como metodología, implica la aceptación de un modelo de trabajo que se desarrolla bajo unas pautas determinadas que comprende la distinción, ya sea esta de raza, sexo, edad o clase social como marcas distintivas. Curiosamente, a riesgo de que pueda parecer caer en la contrariedad, hay que asumir que la selección de este modelo de análisis reconoce la propia imposibilidad de hablar de un modelo único, lo que “no es visto como una limitación, sino como síntoma del carácter ideológico de toda teoría y de toda historia que pretenda reducir la multiplicidad de lo real a la coherencia reductora de un discurso” (Colaizzi, 1995: 31).

Particularidades de la ficción británica: el caso de *Misfits*

Es innegable que cuando hablamos de series de ficción anglosajonas debemos diferenciar, porque así lo hace la propia lógica empresarial de producción, guión y exhibición, entre series televisivas americanas y británicas. Si bien algunas de estas propias características diferenciadoras vienen impuestas por el mayor nivel de producción de los Estados Unidos frente a cualquier otra producción anglosajona existente. Un desajuste en términos cuantitativos que se refleja en la propia implicación que los auténticos inversores, es decir las televisiones de uno y otro país, potencian desde sus estudios de mercados. Grandes grupos americanos como la triada formada por ABC, NBC y CBS crean productos muy competitivos desde *Lost* (ABC, 2004-2010), *Heroes* (NBC, 2006-2010) a *CSI* (CBS, 2000-) con series que se extienden en el tiempo

y son impulsadas a través de estrategias transmediales y recursos 2.0 en los más jóvenes. Sin olvidar, por supuesto, las siempre rentables incursiones de FOX con casos tan exitosos como el famoso *House M.D.* (FOX, 2004-) o los aciertos empresariales de HBO con *The Wire* (HBO, 2002-2008) o *The Sopranos* (HBO, 1999-2007).

Esta incontinente producción de series para televisión de los Estados Unidos obliga a los británicos a definir sus propias marcas autoriales que los escinden del gigante americano y los señalan como diferentes, a pesar de las obligadas coincidencias idiomáticas. Unos factores diferenciales que se sustentan en el básico e imprescindible tejido empresarial de la televisión pública más consolidada del mundo, la BBC. La cual ha producido series de gran impacto mediático que han sido vendidas y adaptadas más tarde en los Estados Unidos como *The Office* (2001-2003), comprada y producida por la americana NBC o *Life on Mars* (2006-2007), por la ABC. Sin menospreciar la capacidad británica de estudiar y aprovechar el nicho de mercado desatendido de la producción de miniseries caracterizadas por una gran factura técnica como es el caso de la reciente *Merlín* (BBC, 2008-).

Misfits (E4, 2009-) emitida por el canal británico E4, filial de pago del público Channel 4 y propiedad de la BBC, es la ganadora del premio BAFTA en el año 2010 al mejor drama para adolescentes. Se presenta como el *remake* de la serie norteamericana titulada *Misfits of Science* (NBC, 1985-1986) y cuenta la historia de cinco jóvenes que cumplen su castigo en un centro de servicio social por haber cometido delitos menores. Tras una inusual tormenta desarrollarán unos poderes especiales muy particulares que les acabarán provocando gran cantidad de complicaciones y contrariedades.

Una serie que juega con el pastiche genérico desde sus inicios y que no duda en oscilar desde la ciencia ficción más ortodoxa al terror, sin olvidar los pasos no naturales, pero si sumamente naturalizados, por la comedia y el drama. Precisamente una de las características diferenciadoras de la ficción británica, más común eso sí en las comedias, es la metaficción con la que Nathan Young (Robert Sheehan) abre la primera temporada de la serie.

Curtis: So, what happens now? Is this it? Are we gonna be like this forever?

Simon: What if we are meant to be like superheroes?

Nathan: You lot, superheroes? No offence, but in what kind of fucked-up world would that be allowed to happen?

Alisha: I did not sign up for that.

Nathan: Superheroes! I love this guy, you prick!

Kelly: What if there's loads of people like us all over town?

Nathan: No, that kind of thing only happens in America. This will fade away. I'm telling you, by this time next week, it'll be back to the same old boring shit [Transcripción propia de un fragmento del primer episodio de la primera temporada de *Misfits* (E4, 2009-)].

Es una característica destacable y no solo interesante desde el punto de vista de la metaficción, es decir la autoconciencia de los actores de estar interpretándose, sino también por la

comparativa directa con la ficción americana. Los propios actores hacen saber al espectador que son conscientes de que están inmersos en una ficción británica y precisamente por eso suceden cosas diferentes a las que acontecerían si estuvieran en una estadounidense. No es la única ocasión en la que se hace referencia a la creación de la obra, en el primer episodio de la segunda temporada, otra vez Nathan, bromea sobre que todo acabará en seis semanas, el tiempo que duran las temporadas en Inglaterra. Si la metaficción es clave para entender la ficción británica también lo son las marcas autoriales presentes en las constantes intertextualidades fílmicas, o *palimpsestos* que diría Genette (1989), desde la bolera creada por los hermanos Coen en *El gran Lebowski* (Joel Coen, 1998) al recurso poeniano ya utilizado por Hitchcock en su serie para televisión, *Breakdown* (Alfred Hitchcock, 1955) o en la reciente producción española *Buried* (**Enterrado**, Rodrigo Cortés, 2010) donde el personaje es enterrado en vida.

Análisis de “los inadaptados” personajes en *Misfits*

Hay que reconocer cómo la televisión potencia la construcción de imaginarios sociales así como la aceptación o la naturalización de otros ya existentes, si bien no se produce de forma causal directa, “no se trata de un modelo lineal causa-efecto, sino que los discursos mediáticos proponen lecturas de la realidad que pueden orientar, influir, modificar o normativizar los comportamientos de las audiencias” (Menéndez, 2008: 20). Las series de ficción, por su propia estructura, suelen basarse en construcciones generalizadas de imágenes consensuadas, en realidad esto se produce como consecuencia del tiempo dedicado a cada personaje ya que no suele ser demasiado elevado y los espectadores necesitan conocer pronto los rasgos y personalidad de los personajes. Es por lo que se recurre a roles prefijados o estereotipos, entendiendo estos como “una forma de categorización que permita al ser humano distinguir, diferenciar y abstraer de la realidad los datos más importantes para poder clasificarlos en su proceso de percepción” (Galán Fajardo, 2007: 71).

Preocupados por la búsqueda de unos roles prefijados es interesante realizar un análisis de los dos personajes femeninos principales: Kelly -Lauren Socha- y Alisha -Antonia Thomas- desde la Teoría Fílmica Feminista en la búsqueda de estereotipias de género. De igual modo y preocupados por los estudios culturales de género centrados en las figuras masculinas se realizará un análisis sobre los tres protagonistas masculinos: Curtis -Stewart-Jarrett-, Simon -Iwan Rheon- y Nathan -Robert Sheehan-, con el fin de poder categorizar y establecer una clasificación que comprenda no solo grados sino roles y perfiles de categorización. Es justo lo que afirma Roman Gubern cuando señala que “no hay una única imagen pública de la mujer en la cultura de masas contemporánea, sino que hay una pluralidad de imágenes sociales que responden funcionalmente a las diversas necesidades sectoriales y coyunturales de los rectores y gestores de la cultura mosaico masmediática” (Gubern, 1984: 33). Una afirmación extrapolable a los hombres haciendo válida la alegación con independencia del género del que se trate.

Estereotipos femeninos en *Misfits*. Alisha y Kelly como estereotipos de género

Kelly es una chica de mediana altura y melena rubia, tiene algo menos de veinte años, los ojos oscuros y una personalidad arrolladora. Suele vestir con ropa ancha y con un vestuario muy masculino, acompañado de gran cantidad de cadenas, anillos y demás alhajas si no de oro sí doradas. Lo habitual es que aparezca demasiado maquillada, incluso Nathan bromea acerca del excesivo maquillaje de la actriz. Es una fumadora empedernida y consumidora de drogas, cumple servicio social por la agresión a una chica, uno de sus principales rasgos de personalidad es su carácter violento. No duda en emplear la violencia física cuando cree que es necesario, es la que ejecuta el asesinato del primer trabajador social, el encargado de la vigilancia de los chicos, tampoco tiene problemas en emplear la violencia con otras mujeres. Asume las representaciones violentas de forma tan naturalizada que incluso en ocasiones las muestra como método de flirteo, como en el comienzo de su relación con uno de los protagonistas masculinos, Nathan.

El poder que la misteriosa tormenta le ha concedido es el de la telepatía, capaz de escuchar los pensamientos de las personas que tiene alrededor. Un don que le trae más inconvenientes que ventajas, creía saber lo que las personas de su entorno más cercano pensaban de ella, pero lo cierto es que no era así. Es interesante desde un análisis de roles y estereotipos que el poder de la telepatía se asocie a una mujer, lo que irremediablemente remite al estereotipo de la mujer chismosa, cotilla. Es uno de los estereotipos más antiguos, lo que lo convierte en uno de los más consolidados, que se asocia con rotunda normalidad a la ama de casa de bajo nivel cultural, incluso social, contemplado en el diccionario de la Real Academia Española en la voz coloquial de maruja. Sin embargo, el poder no acaba de consolidarse en el personaje y únicamente lo utiliza en los primeros capítulos. Kelly es la primera en descubrir que la tormenta les ha otorgado poderes aunque su querencia a golpear antes de preguntar, o de recurrir a la violencia como solución no solo válida sino deseada a cualquier conflicto, le hace obviar el poder en defensa de sus marcados rasgos de personalidad.

Alisha por su parte es una chica atractiva, de raza negra, morena, pelo rizado y con unos grandes y oscuros ojos, ronda los veinte años de edad. Luce un cuerpo voluptuoso, lo que añadido a su mirada decidida y su medido vestuario la convierten en una mujer provocativa y sensual, cercana incluso a las *vamps*, o *femmes fatales*, “malas, víboras, pérfidas, pero atraen” (Belluscio, 1996: 11).

Tiene que cumplir su condena en el centro social por sus constantes excesos consumiendo drogas, se presenta como una chica descarada y superficial. El inicio del tercer capítulo de la primera temporada empieza con planos muy cerrados dedicados a contemplar minuciosamente la anatomía de nuestra protagonista, planos detalles que recorren a la chica, centrados en sus ojos maquillados o en sus labios mientras son pintados. La escena aparece precedida por una secuencia, sin desperdicio para un estudio de estas características, donde vemos a Alisha entrar en un bar de copas y donde rodeada por multitud de chicos, gran parte de ellos con el torso

desnudo, intercambian miradas, sonrisas, así como gran variedad de señas inequívocas de coqueteo. El colofón final a esta secuencia es una pareja heterosexual, que no son reconocibles puesto que no les vemos las caras, empezando a mantener relaciones sexuales. Las alusiones sexuales alrededor y sobre la protagonista serán una constante referencia, no solo para los demás personajes de la serie, sino incluso para los propios realizadores que prestarán una pormenorizada atención al cuerpo de la protagonista.

La tormenta le ha proporcionado un poder en relación con la lujuria, las personas que la tocan no pueden evitar sentir unas ganas incontrolables de mantener relaciones sexuales con ella, hasta el punto de estar cercana a la violación en más de una ocasión. En un primer momento lo utiliza como excusa para facilitar el acercamiento a Curtis, uno de los personajes masculinos con el que comenzará una relación, con afirmaciones tan contundentes como “todo lo que tengo que hacer es tocarte”. Sin embargo pronto descubre las propias limitaciones del poder, los chicos no recuerdan haber mantenido relaciones con ella, por lo que ella empieza a sentirse vacía, utilizada. Si en un principio se podía pensar que este don legitima aún más la actitud de mujer fatal que utiliza al hombre, pronto comprueba cómo este poder se vuelve en su contra convirtiéndola en ocasiones en un ser inerte. Un objeto al mero servicio de la complacencia sexual del hombre. A pesar de que el personaje de Alisha acaba evolucionando, en gran medida gracias al inicio de su relación con Curtis, ejemplo de nueva masculinidad que veremos en el posterior análisis, el estereotipo más claramente identificable con el personaje femenino es el de chica fácil, mujer como mero ente que no tiene sentido más allá del sexo.

Simon, Curtis y Nathan. La nueva masculinidad frente al varón tradicional

Antes de comenzar el análisis de los personajes masculinos hay que puntualizar y reconocer que existe una dicotomía entre el hombre antiguo, conservador, machista y patriarcal frente al hombre moderno. Es esto lo que permite “hablar de la masculinidad moderna como algo propio, específico y diferente de la masculinidad anterior” (Fernández Llebre, 2004: 22).

Curtis es un joven que como el resto de los protagonistas de la serie ronda la veintena, es una estrella en ascenso del atletismo que se presentaba como favorito para los Juegos Olímpicos del año 2012 y que ve interrumpido su brillante ascenso tras ser arrestado por posesión de drogas. Chico de raza negra, moreno, ojos pequeños y oscuros, pelo corto y cuerpo fibroso. Suele vestir con ropa deportiva, es un chico deportista, sano, que en su primer acercamiento a las drogas es detenido por posesión. De hecho es Sam, su anterior novia, la que decide que van a consumirla y quien motiva al protagonista a comprarla.

El poder que la tormenta le ha otorgado es la capacidad para volver en el tiempo, una habilidad que no domina como le gustaría y que solo es capaz de utilizar cuando lo está pasando mal, lo que le provocará volver atrás en situaciones que quiere solventar pero en las que no lo pasa bien, emocionalmente hablando, como la ruptura con su anterior novia una vez comienza su relación con Alisha. La catalogación del personaje de Curtis como estereotipo es interesante si

se contraponen al personaje de Nathan, si el primero representa valores asociados a la nueva masculinidad el segundo se acerca más al concepto de hombre tradicional. Es esencial que se establezcan nuevas concepciones de género y por ello la necesidad de establecer valores positivos unidos a la nueva masculinidad se hacen necesarios.

Dado que el ser humano no puede vivir en un contexto social sin modelos y patrones definidos, que le den orientación y sentido a su vida, se necesita, sin embargo, que los nuevos modelos de masculinidad que surjan o se planteen sean abiertos, plurales, y esencialmente integradores, tanto a nivel intergeneracional como a nivel intrageneracional” (Boscán Leal, 2008: 95).

Es por ello que se hace necesaria la búsqueda de unos valores asociados a lo masculino que se acerquen a consideraciones positivas y que difieran de los valores clásicos entendiendo estos como machistas. Donde el verdadero éxito no resida en doblegar a los demás y la sensibilidad o la ternura tengan cabida en un hombre heterosexual sin que ello implique una feminización del mismo. Un hombre que no desea ser machista pero de ninguna forma quiere ser femenino, porque no lo es. Esta posibilidad de rejuvenecimiento de lo masculino se puede ver representada en el personaje interpretado por Curtis. Es sensible, trabajador, heterosexual y capaz de mantener una relación sentimental con Alisha, no olvidando pero si relativizando la importancia sexual en la pareja, acepta que ella tome la iniciativa en las relaciones sexuales. Dado el poder de ella no pueden tocarse puesto que en el caso de hacerlo, él se siente forzado a mantener relaciones sexuales con ella, unas relaciones que acabadas son totalmente olvidadas. Obliga a la pareja a mantener una serie de acercamientos sexuales sin llegar a tocarse entre ellos donde prima la masturbación conjunta pero separada de ambos. Que demuestra un desarrollo del personaje más cercano a la nueva masculinidad y a los valores positivos asociados a este nuevo hombre, empieza a construirse una “nueva imagen de la masculinidad caracterizada por el destierro de las actitudes machistas y patriarcales tradicionalmente definitorias de lo masculino” (Gregorio Godeo, 2004).

Nathan es el más joven de todos los personajes y bien podría ser definido como el auténtico protagonista de la serie. Es engreído y prepotente, encuentra respuesta a todas las preguntas gracias a sus constantes sarcasmos, sin duda la recepción en el espectador puede pendular desde la más absoluta devoción al mayor de los odios. Es un chico delgado con el pelo castaño rizado y los ojos claros, presenta un aspecto infantil, no solo físicamente sino legitimado en su comportamiento. Ha sido detenido por comer chucherías sin pagarlas en un absurdo enfrentamiento con el encargado de una bolera. Mantiene una difícil relación con su madre, pues no acepta que ella sea capaz de tener relaciones con otros hombres diferentes a su padre, del cual se encuentra separada. Es el último de los protagonistas en descubrir su poder, de hecho, no será hasta el final de la primera temporada cuando lo averigüe. Para ello necesitará morir y ser enterrado para descubrir que es capaz de resucitar una vez muerto. Un análisis semiótico del perfil de Nathan puede interpretar el poder de la resurrección del personaje como una alegoría del constante resurgir de la masculinidad tradicional.

Posee un comportamiento sexista, trata a las mujeres como objetos, no establece relaciones de igual con chicos que con chicas. Con ellos piensa en términos de amistad, de camaradería, sin embargo cuando establece algún tipo de relación con chicas siempre piensa en sexo. No cuida su aspecto físico y expresa comentarios homófobos, de hecho los utiliza para ridiculizar a Simon, el personaje más tímido de la serie. Es por ello que se puede considerar que “el modelo de masculinidad predominante se ha caracterizado, a pesar de sus variantes, por ser básicamente sexista y homofóbico” (Boscán Leal, 2008: 94), un modelo que el personaje interpretado por Nathan cumple a la perfección. Es superficial y su principal motivación para establecer relaciones del tipo que sean con mujeres depende del atractivo físico de las mismas. El ejemplo más evidente de esta actitud son sus relaciones sexuales con Ruth, una señora mayor que ha rejuvenecido gracias a la tormenta y que en mitad del coito recupera el aspecto correspondiente a su edad anterior lo que hace que Nathan huya rápidamente.

Simon es un chico tímido, introvertido, increíblemente inteligente y con una enorme capacidad lógica de razonamiento, sin embargo, a pesar de ello no consigue integrarse en ninguno de los grupos por los que ha ido pasando a lo largo de su vida. Pelo corto castaño, enormes ojos azules y un constante gesto de desorientación implantado en su rostro. Es detenido por el intento frustrado de incendio de la casa de su vecino, el cual llevaba años no solo ridiculizándolo sino riéndose de él en cada posibilidad.

El poder que el personaje ha desarrollado tras su paso por la tormenta es el de la invisibilidad, el cual puede ser interpretado como una extensión propia de su personalidad ya que al ser de carácter retraído es habitual que pase desapercibido en muchas de las conversaciones o reuniones de los demás personajes. Gracias a su inteligencia consiguen ocultar el cadáver del trabajador social asesinado por Kelly, así como asesinar y esconder el cadáver de Sally, la novia del asesinado y nueva encargada de la vigilancia de los chicos. Sally es el personaje que más parece entender el extraño comportamiento de Simon y por lo tanto con la que este va a sentirse más liberado. A pesar de esto es curioso que sea él quien la asesine cuando descubre que el acercamiento entre ambos era forzado por parte de ella para descubrir más información sobre el asesinato de su anterior pareja.

Nathan se encarga de ridiculizarlo, para ello cuestiona la orientación sexual del personaje realizando comentarios homófobos, sin embargo la única reacción que provoca en Simon es la de pedir integración ya que lo que quiere es conseguir amigos por encima de cualquier cosa. A mediados de la segunda temporada de la serie los poderes de los personajes se invierten de forma temporal, de este modo, la invisibilidad y la timidez de Simon se transforman en éxito y popularidad. No obstante el análisis de los personajes en esta investigación se centrará de forma prioritaria en la primera temporada, ya que se entiende que es donde se representan los personajes auténticos, tal y como han sido concebidos en la idea original de la serie.

Conclusiones. Roles y perfiles de masculinidad y feminidad, grados y clasificación

Una vez trazado el repaso a los personajes, tanto masculinos como femeninos, localizados en la serie es el momento de realizar una síntesis en cuanto a estereotipos y roles en los perfiles de los mismos. En la medida que es interesante realizar un análisis a los personajes femeninos, tal y como señalaba la Teoría Fílmica Feminista, también es imprescindible detenernos en los patrones y modelos masculinos ya que no solo nos encontramos con referencias al hombre tradicional, machista y patriarcal sino que cada vez más es posible encontrarnos con que “el nuevo arquetipo masculino se ofrece, pues, como un sujeto caleidoscópico, variado y plural” (Rey, 1999: 68) tal y como veremos con más detenimiento a continuación. Hemos decidido optar por un criterio de clasificación basado en una doble variable: la división genérica y la funcionalidad de los diferentes roles en el desarrollo narrativo de la trama. Teniendo en cuenta estas variantes podemos concluir en cuanto al análisis de los personajes femeninos:

- **La mujer objeto**, su funcionalidad empieza y termina en la capacidad de la misma para interactuar de forma directa o indirecta en las relaciones sexuales heterosexuales. Es habitual que su atuendo sea escaso y se corresponda con ropas escotadas y ligeras que marquen y redefinan la figura femenina. A pesar de presentarse en ocasiones como mujer fatal que controla a los hombres no deja de ser una representación sumisa condenada a la lujuria y hedonismo masculino. En el caso de *Misfits* (E4, 2009-) este personaje es interpretado por Alisha aunque es posible localizarlo, con matices eso sí, en otras series y formatos de ficción. Como el caso del personaje Gabrielle Solís, interpretado por Eva Longoria, en *Mujeres desesperadas* (ABC, 2004-), el estereotipo de chica fácil es el personaje de Victoria Paz, interpretado por Angelique Boyer, en la telenovela *Rebelde* (Canal de las Estrellas, 2004-2006) o en el personaje de Shannon en *Lost* (ABC, 2004-2010), una auténtica mujer objeto e interpretado por Maggie Grace, hasta el punto que cuando empieza a interactuar y evolucionar como personaje es asesinada y eliminada del reparto. Otra de estas posibilidades es la readaptación del rol como en el personaje de Penny en *The Big Bang Theory* (CBS, 2007-) no tanto por la tensión sexual alrededor de ella sino por el hecho de infravalorar la inteligencia de la mujer frente a los personajes masculinos inadaptados pero extremadamente inteligentes, perfectamente definibles en el universo de nerds y que encajaría con otro de los roles localizados, el de chico tímido.
- **La mujer masculinizada**, se representa en un perfil más cercano a los valores tradicionales del hombre que a los femeninos, en la línea de la afirmación que confirma que las normas de género en determinadas ocasiones no aparecen explícitamente definidas (Conway et al, 1987). De este modo aunque se vea a un personaje femenino en realidad su comportamiento obedece a un modelo masculino conservador, más cercano al perfil de masculinidad tradicional que al femenino. Incapaz de mostrar sentimientos, un símbolo de su fortaleza es la constante recurrencia a la violencia como fin y medio en sus relaciones personales y sociales. Lo más común es que

su vestuario esté compuesto por ropa deportiva ancha, prendas asociadas con normalidad a chicos o incluso uniformes que las convierten en seres asexuales. Kelly es el ejemplo evidente de la mujer masculinizada en *Misfits* (E4, 2009-) sin embargo no es una excepción ya que encontramos más casos, por ejemplo en la serie *Lost* (ABC, 2004-2010) con el personaje de Ana Lucía, interpretado por Michelle Rodríguez, agente de policía que presenta actitudes violentas en la mayor parte de sus intervenciones. Es curioso que sea en el ámbito policial donde también nos encontramos con este rol en la teniente Maria Laguerta, interpretada por Lauren Velez en la serie *Dexter* (Showtime, 2006-), sin olvidar por supuesto el caso en la ficción española del personaje de Rita Peláez que interpreta Neus Sanz en *Los hombres de Paco* (Antena 3, 2005-2010). Un rol tan habitual en las series de ficción que incluso tiene un par de personajes reservados en la famosa serie de animación *The Simpsons* (FOX, 1989-) en las hermanas de Marge, Patty y Selma, si bien dado el universo de la serie no recurren a la violencia física sí lo hacen a la psicológica.

En cuanto al estudio de los personajes masculinos es posible encontrar tres modelos de desarrollo narrativo, dos de ellos se presentan como antagónicos mientras que el tercero se sitúa en un terreno intermedio entre los anteriores.

- **El hombre tradicional**, caracterizado por un comportamiento autoritario como consecuencia de la defensa a ultranza de los valores patriarcales. Educados y forzados a no revelar sus auténticos sentimientos. Como heterosexual ortodoxo destaca la preeminencia no solo de las relaciones sino de las constantes referencias sexuales acerca del género femenino. Es consecuencia de esto que establezca relaciones diferentes con respecto a hombres y a mujeres. Presenta comentarios y actitudes homófobas. El personaje de Nathan en *Misfits* (E4, 2009-), si bien no cumple en términos absolutos este modelo, sí se acerca en un grado bastante alto a este perfil de masculinidad. Tal y como se acerca James Ford, más conocido como Sawyer e interpretado por Josh Holloway, uno de los supervivientes del vuelo 815 de Oceanic y que impregna de masculinidad tradicional y machista a los demás personajes de *Lost* (ABC, 2004-2010). También encajaría en este rol el personaje de Barney en la serie *How I Met You Mother* (CBS, 2005-) para quien su mayor y principal preocupación es la de mantener relaciones sexuales con el mayor número de chicas posibles. Es un rol tan habitual como antiguo y que se cumple en su grado más absoluto en el papel de Hank Moody interpretado por David Duchovny en la serie *Californication* (Showtime, 2007-) o por el líder mafioso más famoso del siglo XXI, Tony Soprano, interpretado por James Gandolfini en la serie *Los Soprano* (HBO, 1999-2007). Como cualquier otro perfil identitario la masculinidad tradicional es una construcción impuesta. “Este modelo de masculinidad —“norma” y “medida” de la hombría— plantea la paradoja de que los hombres deben someterse a cierta “ortopedia”, a un proceso de hacerse “hombres” al que están sometido desde la infancia” (Olavarría, 2005: 52).

- **El nuevo hombre nuevo**, es un rol que reconoce la posibilidad de existencia de valores positivos asociados a la masculinidad que se alejen de los ya caducos valores patriarcales. En palabras de Boscán Leal “el varón que conoce su realidad es consciente de la construcción tradicional de la masculinidad que le ha configurado, y la somete a un análisis crítico buscando mecanismos para superarla porque ya no se muestra dispuesto a seguir perpetuándola” (Boscán Leal, 2008: 102). Aunque en el caso de *Misfits* (E4, 2009-) quizás el personaje de Curtis no se comporta así como consecuencia directa de reconocer la situación anterior existente, sí es cierto que es el personaje que más se acerca a esta definición de nueva masculinidad. Como personaje sensible, capaz de expresar sus sentimientos y de mantener relaciones afectivas con mujeres sin que tengan que implicar de forma constante pretensiones sexuales. Un perfil de masculinidad presentado en un personaje heterosexual que acepta valores asociados tradicionalmente a lo femenino como la sentimentalidad y la emoción, prohibidos al hombre tradicional, pero sin implicar una feminización del personaje. Que no establece distinciones de género a la hora de interactuar con hombres y mujeres y que se puede ver en otras series de ficción incluso como protagonistas de las mismas, como el personaje del médico Jack Shephard, interpretado por Matthew Fox en *Lost* (ABC, 2004-2010) o el sensible y algo desastroso Ted en la serie *How I Met Your Mother* (CBS, 2005-). Un rol que está presente desde la clásica serie televisiva *Friends* (NBC, 1994-2004) a través del inteligente Doctor en Paleontología Ross Geller, interpretado por David Schwimmer, hasta la actual *The Walking Dead* (AMC, 2010-) con el personaje principal de Rick Grimes que es interpretado por Andrew Lincoln.

- **El chico retraído**, en el caso de *Misfits* (E4, 2009-) se ve representado con absoluta claridad en el personaje de Simon. Un personaje tímido, reservado, casi invisible, incapaz de establecer relaciones de complicidad ni con chicos ni con chicas. Es noble, bonachón e inteligente pero con evidentes limitaciones en cuanto a sus relaciones sociales de amistad. La constante presencia del personaje con aparatos de grabación de la escena le marcan de forma más evidente su lugar como observador inmóvil de la acción. A pesar de ocupar con bastante frecuencia un lugar de secundario en las tramas narrativas suelen ser determinantes en la resolución de las mismas. Nos encontramos ejemplos tan claros como el personaje de Sidney Jenkins en *Skins* (E4, 2007-), aunque bien es cierto que cada vez es más habitual la presencia de chicos tímidos y retraídos como protagonistas, principalmente en series basadas en personajes nerds. El caso del Dr. Rajesh Ramayan Kootharappali en *The Big Bang Theory* (CBS, 2007-) o el de Moss en *The It Crowd* (Channel 4, 2006-). En definitiva, son personajes que se adaptan al perfil que presenta Simon puesto que a pesar de sus problemas para adaptarse socialmente destacan por su elevado coeficiente intelectual.

Como conclusión hay que añadir que esta clasificación, en cuanto a perfiles de masculinidad y feminidad, hay que tomarla con precaución. Teniendo en cuenta que es cierto que los roles y estereotipos aquí presentes se pueden localizar con relativa facilidad, hay que matizarlos puesto que existen grados y niveles en los mismos. Conocido el formato habitual británico, seis capítulos por temporada, la búsqueda de referentes reconocibles con facilidad por el espectador les hace en muchos casos caer en simplificaciones que los alejan de las personas que representan y los acercan a los personajes que interpretan, tal y como hemos visto en el análisis de *Misfits* (E4, 2009-). Por este motivo son necesarias investigaciones que cuestionen desde una visión crítica qué tipo de personajes crean las series de ficción ya que, si no de forma directa, sí de manera indirecta afectan a nivel social y cultural a la población. La presente investigación pretende desde la búsqueda y el análisis de un caso en particular abrir el debate sobre el uso de roles y perfiles identitarios estereotípicos en las series de ficción. Y lanzar la pregunta no solo a los creadores de estos formatos sino también a los consumidores de los mismos ¿es la ficción un espejo que refleja la realidad o más bien la distorsiona? ¿estamos creando, o más bien legitimando, conductas en la sociedad a través de la ficción?

Referencias bibliográficas

- Belluscio, Marta (1996): *Las fatales ¡Bang! ¡Bang!*. Valencia. Editorial La Máscara.
- Boscán leal, Antonio (2008): “Las nuevas masculinidades positivas” en *Utopía y Praxis Latinoamericana*. Año 13. Nº 41 (Abril-Junio, 2008) pp.93-106. Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social. ISSN 1315-5216. Cesa-Faces. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.
- Colaizzi, Giulia (1995): *Feminismo y Teoría Fílmica*. Valencia. Ediciones Episteme.
- Galán Fajardo, Elena (2007): *La imagen social de la mujer en las series de ficción*. Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones.
- García Martínez, Alberto Nahum (2009): “El espejo roto: la metaficción en las series anglosajonas”, en RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, 64, páginas 654 a 667. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 30 de noviembre de 2010. http://www.revistalatinacs.org/09/art/852_UNAV/53_81_Alberto_Garcia.html
- Cobo-Durán, Sergio (2009): “Feos en televisión. Desde Betty a la nueva generación de Nerds” en Gordillo, Inmaculada; Guarinos Virginia (2009): *Todos los cuerpos. El cuerpo en televisión como obsesión hipermoderna*. Babel Editorial. Córdoba. Argentina.
- _____ (2009): “Guapos y bellos. El Adonis televisivo: una especie en peligro de expansión” en Gordillo, Inmaculada; Guarinos Virginia (2009): *Todos los cuerpos. El cuerpo en televisión como obsesión hipermoderna*. Babel Editorial. Córdoba. Argentina.
- Conway, J., Bourque, S., Scott, J. (1987): “The Concept of Gender” en *Daedalus*, Vol. 116, Nº 4, pp.21-30 *Learning about Women: Gender, Politics and Power* (Fall, 1987). <http://www.jstor.org/stable/20025120> [Consultado 13-12-2010]
- Fernández Llebreges, Fernando (2004): “¿Hombre de verdad? Estereotipo masculino, relaciones

entre los géneros y ciudadanía” en *Foro Interna*, 2004, Nº4, 15-43.

Genette, Gérard (1989): *Palimpseptos: la literatura en segundo grado*. Taurus. Madrid.

Gregorio Godeo, Eduardo de (2004): “Lenguaje, columnas de consulta en revistas para hombres y el discurso de la nueva masculinidad en el reino unido: análisis de un caso” en [Garoza: revista de la Sociedad Española de Estudios Literarios de Cultura Popular](#), ISSN 1577-8932, [Nº. 4, 2004](#)

Gubern, Roman (1984): “Estereotipos femeninos en la cultura de la imagen contemporánea” en *Analisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 1984, nº 9, págs 33-40.

Kuhn, Annette (1991): *Cine de mujeres. Feminismo y cine*. Cátedra. Signo e imagen.

Menéndez Menéndez, M^a Isabel (2008): *Discursos de ficción y construcción de la identidad de género en televisión*.

Narotzky, Susana (1995): *Mujer, Mujeres, Género. Una aproximación al estudio de la mujer en las Ciencias Sociales*. Madrid. Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Olavarría, José (2005): “La masculinidad y los jóvenes adolescentes” en *Reflexiones pedagógicas*, Nº 27, 2005, pp.46-55.

Rey, Juan (1999): “Un nuevo arquetipo (masculino) para un nuevo consumidor (masculino)” en *Comunicar* Nº12, 1999, pp.61-69.

Smith, Sharon (1975): *Women who makes movies*. Hopkinson and Blake. New York.

Bones – Little Space for Gender Stereotypes?

Luz-Maria Tato-Pazo

Introduction. The media

This debate starts with the premise that “culture is learned”. It is held that “Cultural beliefs and practices are usually so well learned that they seem perfectly natural, but they are learned nonetheless” (L. Andersen, Francis Taylor, 2005). The process of learning culture is commonly known among sociologists as “Socialization”, and the “Agents of Socialization” are those institutions in charge of communicating and shaping societal values and expectations, whatever they are referring to (our ideologies, our sense of fashion, chosen careers, and so on). As Ortega-Gutiérrez points out, it has been thought for a long time that the school and the family were the two exclusive agents of socialization (Ortega-Gutierrez, 1996). But along with these traditional actors, the media now plays an active role in the spread of cultural values (Lazarsfeld and Merton, 1948, Ortega-Gutierrez, 1996).

Karl Erik Rosengren notes in *Media effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles* that “(...) the relative importance of different agents of socialization has changed (...) For instance, the relative importance of school as an agent of socialization will be reduced, in that substantial parts of formal and informal socializations will be taken over by the mass media (...)”. He argues that “the role of the family may well be reduced (...) since the agent of socialization will often be television distributed by the various TV sets of the family (...)” (Rosengren, 1994).

The socio-cultural influence of mass media communication has been object of research and debate since the early 20th century. There are three theories “of obliged reference in any study of the media” (Lucas et al., 1999): *social cognitive theory*, *cultivation theory* and *uses and gratifications theory*. By and large, the last one makes an allusion to the fact that the audience is an active agent and takes the initiative in integrating and interpreting the messages of the mass media. As Elihu Katz highlights, *uses and gratifications theory* is focused on what people do with the media instead of what the media do to people (Katz, 1959). On the contrary, *social cognitive theory* and *cultivation theory* corresponds to the analysis of mass media contributions to audience’s conceptions of the surrounding reality. In this sense, Morgan *et al.* note that “Television is a centralized system of storytelling. Its drama, commercials, news and other programs bring a relatively coherent system of images and messages into every home” (Morgan et al., 2008). An audience who is exposed to the media from infancy absorbs from television specific images and messages that can become part of their personal set of beliefs, values and ideologies. Karen E. Dill explains how audience learn about what other people are like through certain representations of the world offered by tv shows or movies (Dill, 2009).

It is important to emphasise that, regardless of the more or less active role played by the audience, there is one unquestionable premise: with every show, with every serial, television is transmitting particular –and complementary- messages, definitions and visions of the world and

its social order. While aspects such as selective attention and perception, group or individual interpretation and different cultural backgrounds and personal experiences should not be dismissed, this essay cannot be confined to audience reception studies. Instead, it concentrates on the messages transmitted by *Bones* - particularly those regarding gendered ideologies and stereotypes - independently of the “naturalization” or “internalization” effect that they may cause - or not - in spectators.

Gender and the Media: the particular case of TV

The link between media and gender issues are central to this work. Rhodes synthesizes in one sentence the importance of analyzing the interconnection between them: for “those interested in social movements in general and the women’s movement in particular” attention must be given to how “the media choose to present (or not to present) (...) the women’s movement” (Rhodes, 1995). The media is a key tool of the spread of culture that influences the public and private spheres (Walter, 2010) and plays a crucial role in shaping public consciousness and policy. Following this line of thought, Krijnen, Alvares and Van Bauwel highlight the importance of the media when researching gender topics:

Contemporary transformations in society and politics illustrate the workings of a gendered machinery where notions of femininity and masculinity are altered. Such transformations are particularly visible in communication and media institutions, which provide a crucial research space for “doing” and “undoing” gender. (Krijnen et al., 2011)

Calvert, Casey et al. also emphasize the importance of the interconnection between the media and gender concepts and indicate that “media may be powerful agents in constructing and representing gender and television is an arena both for the construction of stable notions gender (through stereotyping and generic convention) and a site where more contradictory, paradoxical versions of gender can be exhibited and discussed” (Calvert et al., 2007).

Among all the existing forms of mass communication media, television has been chosen in order to illustrate the role of the media as an important vehicle of knowledge, information and entertainment. In 1978, Fiske and Hartley accounted for television’s centrality to our culture by comparing it with the language: “taken for granted but both complex and vital in an understanding of the way human beings have created their world” (Fiske and Hartley, 1978).

Later, in 1983, Donna J. Hess and Geoffrey W. Grant highlighted in their article, “The Use of Mass Media in Sociology Curricula”, works as those of Light and Keller (Donald Light and Keller, 1982) or McDonald and Godfrey (McDonald and Godfrey, 1982) so as to illustrate the potential influence of the televised depictions of reality. They claimed, at the time, that “It is almost commonplace today for introductory sociology textbooks, as well as other texts in sociology and women’s studies, to assert that the mass media, and television in particular, have become a major agent of socialization in modern society” (Hess and Grant, 1983).

Nowadays, television continues to be one of the most ubiquitous and easily accessible modes of communication and “therefore an incredibly important medium to understand and study” (Gorton, 2009). Following the same line of thought, Jeremy G. Butler claims that television is “the predominant meaning-producing and entertainment medium of the past 60 years” (Butler, 2006).

In this article, the TV series *Bones* is examined under the conceptual frame of gender portraits and the media. Its main focus is the examination of the specific personalities of Temperance Brennan (a forensic anthropologist) and Seeley Booth (an FBI agent); and, to a lesser extent, the interaction among the main feminine and masculine characters working together as a team. At this point, it is important to clarify that this essay does not pretend to inquire into every gender issue that may arise in the relationships developed in every single episode between the protagonists of the show and the guest characters. Its aim is in trying to identify whether *Bones* entails - or not - a step away from the stereotyped discourses of gender presented by the media.

With nearly 11 million viewers (USA 2010) and currently in its sixth season (premiered on September 23, 2010), the TV Series *Bones* seems to offer, at first glance, a refreshing and encouraging trend regarding gender representations. The show is inspired by real-life forensic anthropologist and novelist Kathy Reichs who also produces the series. Kathy Reichs is the author of the bestselling Temperance Brennan novels and, in fact, the central character and the TV show's title borrow the name of the books' heroine, Temperance “Bones” Brennan. Temperance (Emily Deschanel) is the team leader of the fictional Jeffersonian Institute in Washington D.C. The show revolves around the exceptional abilities of Brennan to solve Federal legal cases by examining the human remains of potential murder victims “when the remains are so badly decomposed, burned, or destroyed, that CSI gives up” (FOX, 2010b). While most people cannot handle Brennan's intelligence, her drive for the truth or the way she flings herself headlong into every investigation, Special Agent [Seeley Booth](#) ([David Boreanaz](#)) of the FBI's Homicide Investigations Unit is the exception. As well as Booth, Brennan is most comfortable with her equally brilliant colleagues at the Jeffersonian.

It is interesting to see how male and female characters all constructively work as a unit to keep each other afloat, instead of confronting each other in an attempt to demonstrate that their “masculine or feminine” point of view is the one that best works. It is through this balance that *Bones* shed a different light on gendered stereotypes in our society. This discussion will centre upon an analysis of the first five seasons in order to discover whether such a claim can be upheld in relation to *Bones*.

Gender portrayal in TV series

As it has been stated, the TV series *Bones* has been chosen for analysis because it seems to be one of the most evolved TV series concerning the stereotypical gender portrayals of both men and women.

PREVIOUSLY ON

There are undoubtedly a great number of TV series that still reproduce a traditional masculine perspective. The fact that TV reflects and reinforces certain social values has already been mentioned, and in a society in which men still dominate TV production processes it is not difficult to find narratives that privilege a masculine perspective. It has been argued that male professionals working on TV (producers, camera operators, etc.) “objectified women’s bodies and limited the range of roles in which women appear, whereas men have been represented more broadly” (Calvert et al., 2007). In the same book - *Television Studies: The Key Concepts* -, Calvert, Casey et al. talk about the different portrayals of men and women that can be found in “the television world”:

Men are more likely to be seen in jobs or careers, to inhabit a wider range of roles, occupational and otherwise, to be spread across a larger age range and to be seen in more body shapes. Many programmes and advertisements surveyed showed women as either overwhelmingly domestic creatures (housewives, mothers) or as sexual prizes and accessories to men (bodies to sell products, assistants to male authority figures). (Calvert et al., 2007)

There are many TV series that correspond with the previous statements concerning the preponderant “male gaze” in the industry of TV. The action genre is a good example. This genre became most popular from the late 1970s through to the end of the 1980s. As Michael Hardin notes ‘The plots tend to be superficial vehicles for the action, which generally entails the “good” male protagonist fighting, either with fists or guns, against their “evil” adversaries.’ (Hardin, 2003). TV series as *Knight Rider* (1982-1986) or *The A-Team* (1982-1987) can be included within this genre. Even though from the 1990s onwards a “model of equal, if somewhat different, genders appeared in many other shows (...) including *ER*, *Dawson’s Creek*, *Frasier*, [and] *The West Wing*. Nevertheless we can also note many series (...) may have an ensemble cast of equals but are still often seen to revolve, first and foremost, around one or more male characters.” (Gauntlett, 2008). Similarly, it seems that contemporary TV is beginning to offer more complex concepts of men, women and their social roles but some archetypal gendered patterns are still clearly recognizable on many TV shows. Films adaptations such as the British *Bridget Jones’ Diary* (originally a novel by Helen Fielding) or the American TV series *Ally McBeal* have generally been considered within the academy as a clear triumph of the feminist movement but, other authors, as Kristyn Gorton argues that “*Ally McBeal*’s success (...) demonstrates the continuing salience of the demands of second wave feminism on modern women.” (Gorton, 2007b). In *Rewriting Democracy: Cultural Politics in Postmodernity* Gorton reaffirms her previous argument:

Characters such as *Bridget Jones* and *Ally McBeal* appear to have few goals beyond finding a man who will play Darcy to their Elizabeth. Such pop culture representations testify to the media’s power to give an impression that “grrrl power” is causing a real social transformation when in fact the same problems and the same statistics persist. (Gorton, 2007a)

Michael Allen, in his analysis of *CSI*, supports the same ideas and notices how particular conventions restrict female characters to female roles. Furthermore, he specifies that stories of family life seem to be more important and appear more often in the female characters’ line of arguments: “Both the female CSIs participate as fully in the workplace as their male colleagues but, in keeping with the culture’s construction of femininity, family plays a far more important role

in the lives of Catherine Willows and Sara Sidle than it does in the lives of Gil Grissom, Warrick Brown or Nick Stokes.” (Allen, 2007)

Following the same reasoning, Alice Silverberg, who is Professor of Mathematics and Computer Science at the University of California and a consultant for the CBS show *NUMB3RS*, expresses her concern about the depiction of female mathematicians in this TV series. She comments that ‘Many professors I’ve talked to (...) would prefer that the character Amita’s role were more “The Grad Student” and less “The Love Interest”’ (Silverberg, 2006). In fact, in her article “Alice in *NUMB3R*land” she puts forward that her main objective in becoming a consultant for the TV Series was to improve the portrayal of the female scientists, inasmuch as they are usually depicted more as sex objects than as scientists.

The depiction of men and women on TV is still fairly typical and stereotyped (though not as markedly as in earlier years). Nevertheless, the fact cannot be ignored that there are some exceptions to the notions expressed above. TV series such as *Murder, She Wrote* and *Fringe* could be largely considered a great success with respect to the egalitarian representation of both men and women. For instance, *Murder, She Wrote* was first aired in 1984, surviving for 12 seasons “in an era obsessed with wealth, youth, upward mobility and physical beauty when you’d think a pensionable, small-town female lead was hardly a recipe for ratings success” (Barlow, 2010). At that time, when older women were – and still are (Weitz, 2010, Sullivan, 2010, Lee et al., 2006) – underrepresented on TV and only appeared in minor roles, Ms. Jessica Beatrice Fletcher character meant a good role model for the representation of the women’s cause on TV. She travelled all around the world, she did exercise regularly, she was –and she felt herself- attractive (in fact multiple episodes showed her having suitors and dates), she hardly needed assistance of a man to “do it yourself” tasks, “played video games, went fishing (...) Heck, she even wrestled with killers.” (Barlow, 2010). But aside from all the anterior positive traits it has to be also emphasized that she coped very well with her investigative work. Annette Barlow remarks that Jessica was always a step ahead of the small-town policeman and her advice gets to be indispensable for her male colleagues. (Barlow, 2010). Writers as Agatha Christie and Dorothy L. Sayers brought to life female detectives in crime fiction from the 1920s onwards. But in the TV world, detective fiction was still considered to be a men’s world. In 1984 (*Murder, She Wrote* premiere), few female detectives had featured as the sole protagonists of TV crime/detective series (i.e. Anne Francis in *Honey West*, Stephanie Turner in *Juliet Bravo* and Jill Gascoine in *The Gentle Touch*).

As far as *Fringe* is concerned, we still can find the archetypical depictions of male “mad scientists”. But this TV show also features a tough, brave, resolute and brilliant female FBI agent: Olivia Dunham. Moreover, Olivia (Anna Torv) is also a sensitive woman, a feature that she makes use of very often to solve her cases. Sensitivity has never been seen as a positive and valuable trait (Evetts, 1997, Helgesen et al., 2010); rather it is a very well-worn argument to undervalue women in certain occupations. With respect to this particular issue, the analysis of Anita Sarkeesian

concerning an episode -*The Cure*- in which Olivia receives the disapproval of her male boss for being “too sensitive” is especially interesting:

Her response is a wonderful example of push back on the traditional gender norms that are often used to trivialize women in the workplace. She replies by informing her boss that “men always say that about women they work with” and goes on to explain that her use of emotions is what makes her a good detective. Instead of succumbing to his critique and “toughening up” she refuses to let the standard unemotional, unattached mode of working in a traditionally male environment change the way that she best does her job. (Sarkeesian, 2010)

In *Bones* happens quite the opposite. Temperance Brennan (the lead female character) lacks social and emotional skills and she is constantly reprimanded by her peers because of her “insensitive” behavior. Then it can be noted that *Fringe* and *Bones* are offering a contradictory message about the use of emotions in the workplace. Such a contradiction is also depicted in *Bones* TV series itself between Seeley Booth (the lead male character) and Brennan. Booth often makes use of his intuition, sensitivity and faith to solve murders but when he is told to be “all about emotion and feeling”, he overtly rejects such “feminine” traits. In this case, Booth is communicating a gendered observation of sensitivity since he is forever encouraging Temperance to be more sensitive but, on the contrary, he feels upset when his “well-developed emotional side” is insinuated.

Booth: the lead male character

From Docster’s point of view, the characters of *Bones* act in accordance with the standards that society expects from them. For her, “Agent Booth (...) lives up to the expectations that society has set up in relation to gender.” (Docster, 2008). With regard to this, several instances can be highlighted in which Booth’s behaviour fairly reproduces the typical traits of the “alpha male”. On the one hand, Booth is forever trying to be acquiescent to and over protective towards Temperance even though she makes very clear that she does not need it (1:15 “13.00-14.00”; 3:08 “05.00-06.00”; 5:04 “02.00- 03.00”). On the other hand, in *The Priest in the Churchyard*, Seeley himself shows to feel very uncomfortable and embarrassed when his friends, colleagues and Brennan suggest that he possesses well-developed sensitivity and intuition. As it has been previously pointed out, Seeley acknowledges that those qualities are considered to be feminine and therefore rejects them overtly (2:17). As the typical TV and film male hero, he is very athletic, and apparently sexually confident with women; he represents the strength and the control of a white, middle-class heterosexual masculinity in which there is no place for any suggestion of feminine qualities. This suggests how a strongly gendered observation of sensitivity and intuition still remains very present in *Bones*. Seeley tries to assert his manhood in more than one occasion: “Come on! Ceramics?, I’m not that kind of a guy, all right?, What do we say we go, you know, bowling, or to a firing range, or climbing a wall”. (3:10 “19.00-20.00”; see also 2:10 “31.00-33.00”; 4:01 “14.00-15.00”; 4:05 “41.00-43.00”; 5:02 “11.00-13.00”).

At first glance, with Booth portraying all those standards of masculinity to which men are said to aspire, it cannot be said that he poses a challenge to the hegemonic male. But, at least with

regard to the balance he achieves between his private and professional life, he may represent an exception to the stereotype. Concerning that balance, Rebecca Feasey in her book *Masculinity and Popular Television* argues that:

Police and crime dramas routinely show male police constables, detectives and special branch officers ignoring the needs of their family in favour of the force, sacrificing their personal life for the good of the wider society. In short, their success in the public sphere seems to demand a sacrifice in the private realm. (Feasey, 2009).

But as we have mentioned above, this is not exactly the case with Seeley's character. Booth is very devoted to the family and to his little child, Parker, placing his well-being and safety above all. Booth enjoys a good relationship with his son which he does not jeopardize by putting his profession first. In fact, Booth states in more than one occasion that he wanted to get married with his ex-fiancée, Rebecca. Nevertheless, the fact that Parker and Rebecca only appear in a few episodes could be circumscribed to the hypothesis specified by Michael Hardin in *Men & Masculinities: A Social, Cultural, and Historical Encyclopedia*: "A less frequent and less compelling approach is the off-screen girlfriend or wife. The audience can be satisfied with the apparent heterosexuality of the hero, but the plot and male bonding are not interrupted by her presence." (Hardin, 2003).

Bones: Some Feminism Out There?

Although Dr. Temperance Brennan has never referred to herself as a feminist, there are several episodes in which she uses words such as "misogyny" and "objectification of women". It could be argued that she consciously fights certain harmful and stereotyped practices with implicit feminist reasoning. In an episode about children beauty pageants ("The Girl with the Curl") she strongly criticizes dangerous and oppressive beauty practices:

Temperance Brennan: Our society puts a premium on beauty. Common in declining cultures (...). You put your nine-year-old daughter in a corset, Ms. Swanson.

Seeley Booth: A corset.

Ms. Swanson: Yeah. Brianna ordered that off the Internet herself. And I didn't tighten it up very much.

Temperance Brennan: Did you ever think to tell Brianna... that she didn't need to alter her physical appearance in order to be loved? (2:07 "12.00-14.00")

Later on in the same episode she also regrets the fact that many women equal beauty with self-esteem and happiness and adds that great empires, like Rome, fell because of such superficiality and frivolity (2:07 "40.00-41.00"). In the very first season she does not mind at all telling out loud in the waiting room of a plastic surgeon that what he does is barbaric:

Temperance Brennan: Every culture nurtures ideals of beauty toward which people strive - fine! But in the future people will look back upon the surgical alterations of the nose or breasts or buttocks with the same horror that we regard the binding of feet or the use of bronze coils to extend the neck.

Seeley Booth: You want to speak up? 'Cause it's really hard to hear every word in this very, very quiet waiting room.

Temperance Brennan: It's barbaric! It's painful! It's wrong! This murder victim may never be identified because some glorified barber with a medical degree has the arrogance to think that he could do better than a millennium of evolution. (1:10 "12.00-13.00")

It is fair to point out that Temperance Brennan almost always receives support from her colleagues and partners when she deals with issues affecting women, even if she does it from an explicitly feminist point of view. When a fictitious producer of a show similar to *Girls Gone Wild* refers to Temperance as “a feminist crusader out to ruin all-American fun!” while getting too close to her, she punches him and states “Self-defense, he assaulted me”. Sully, her colleague and partner during the second season, simply responds “Yes, he did.” (2:13 “23.00-25.00”). Sully also endorses Brennan in a conversation with the same producer in which Temperance charges him with considering women not as humans, but as objects:

Producer: Now they all want to be a Hotty Body. Walk into a place and the shirts fly off, making what used to be a rush kind of, I don't know, mundane.

Temperance Brennan: Because you objectify them. You never see what makes them human.

Producer: Man, you have to spend all day with her?

Sully: Yeah, an actual woman. You ought to try it sometime. (2:13 “17.00-18.00”)

Temperance is an independent woman who makes it clear in several occasions that she does not trust and does not need to fit into traditional perceptions of gender roles. She does not want to be a mere companion, because she is well prepared to face any issue that arises in her life:

Sully: Excuse me? Uh, no. She's with me.

Temperance Brennan: Why are you winking? I'm not with... He's with me.

(2:13 “15.00-16.00”; see also 1:01 “01.00-02.00”, 1:13 “24.00-26.00”, 2:20 –about marriage).

Working as a Team

Until relatively recently the majority of women on TV were relegated to the traditional and caring roles of nurses, mothers, housewives and secretaries. In *Bones* this is not the case. Dr. Temperance “Bones” Brennan is well surrounded by a highly skilled and competent group of both men and women who work devotedly together to solve every case in which Booth asks for help. It is interesting to see how they all work as a unit to keep each other afloat and, what is more important, they do not do it –at least the majority of the time- under the ubiquitous influence of social expectations for men and women. Not only there is a fair balance between the so called feminine and masculine abilities within the team, but also, they are not always possessed by the gender to which such traits are “normally” ascribed. As Docster points out, “Whether it is Dr. Brennan, the beautiful scientist being a more masculine character because of her rationalizations, or Dr. Sweets, the psychologist, who is in a more feminine career, all of these characters shed a different light on gender roles in our society.”(Docster, 2008)

The episode *Aliens in a Spaceship* is a very good example of all these men and women working as a unit in harmony. Every member of the team turns out to have an indispensable and necessary ability in order to find Temperance and Dr. Jack Hodgins. Brennan and Jack are buried alive by “The Grave Digger” (a serial killer). During the whole episode they work together in order to escape from the trap without showing a single hint of stereotyped behavior. Instead of acting as the traditional damsel in distress, Brennan takes the control of the situation and helps Hodgins to keep calm (he is seriously injured). Neither does Hodgins act as might be expected of a man.

He shows his fears and anxieties about death to Brennan, a sensitivity that a man traditionally cannot afford even in such a situation. Contrarily, as William Marsiglio states, men “are expected not to cry or complain when they are troubled or injured. Reacting to their environment, they learn to manage the impression they display to others, so that others will not see any self-doubt, fear, or grief.” (Marsiglio, 2008). But this is not fulfilled in this episode since Brennan and Hodgins are rescued thanks to the precise and non-pre-determined use of their abilities; as Hodgins tells Brennan: “If you can perform surgery out of thin air, then I can pull a little thin air out of thin air.” (2:09 “31.00-32.00”)

It can be argued that it is difficult (though not impossible) to find gendered hierarchies in this TV Show. In the case of *Bones*, women are represented as the lead experts. This trend can be found more easily nowadays (*The Closer*, *Fringe*, *ER* and so on) than in the past, when women were more often shown on TV in a few roles such as housewives, mothers, nurses, etc., whereas men are found more in the world of things (technology, sports cars, etc.). Both Dr. Saroyan (the Head of the Forensic Division at Jeffersonian Institute and a pathologist) and Dr. Temperance Brennan show an excellent assertive ability as well as being determined, initiative and competent when guiding their team of scientific experts. Haran, Chimba et al. have pointed out that it could be due to the fact that *Bones* is “inspired by real-life forensic anthropologist and novelist Kathy Reichs” (FOX, 2010a) who is an authority on her field “and is a consultant on the series so this may account for the capacity of the series to maintain a woman scientist as an acknowledged authority. (Haran et al., 2008)

Biological Destiny. What does *Bones* tell us?

Some scholars and theorists have been sustaining for a long time –and still do– that men are more “naturally” wired to engage in logical thought, leading them to perform better than women in relation to scientific tasks, spatial calculations and mathematics. On the other hand, women are less critical, more intuitive and have a “natural” disposition to sympathize with people and to take care of the family and home. For instance, according to Simon Baron-Cohen “[t]he female brain is predominantly hard-wired for empathy. The male brain is predominantly hard-wired for understanding and building systems.” (Baron-Cohen, 2003)

In *Reading CSI: Crime TV Under the Microscope*, Michael Allen’s analysis of Gilbert “Gil” Grissom (William Petersen) offers an example of the idea annotated above. Concretely, Allen annotates how the typical “mad scientist” is still conceived of and depicted on TV as being male: “In western culture “mad scientists” are almost always male and dedicated professionals and intellectuals frequently so. (...) Gil’s central trait of emotional repression/distance and the isolating behavior associated with it is often thought of as more typically male than female.” (Allen, 2007)

On the contrary, beyond the reductionism of the biological determinism, there are other authors that include many other approaches for the scrutiny of the “female and male nature”. In her book, *Delusions of Gender*, Cordelia Fine develops a profound analysis of the theories that have

PREVIOUSLY ON

emerged in our contemporary society to explain how gender is constructed. For instance, she dismantles certain versions of evolutionary psychology that promoted the idea that our brain has been designed by natural selection to keep humans alive in the environment “of our hunter-gatherer ancestors”:

But our brains, as we are now coming to understand, are changed by our behaviour, our thinking, our social world. The new neuroconstructivist perspective of brain development emphasizes the sheer exhilarating tangle of a continuous interaction among genes, brain and environment. (Fine, 2010)

Taking into account all these theories, as far as *Bones* is concerned there is an evident reversal of roles between the main characters (Brennan and Booth). During the whole TV show, Booth will keep teaching Brennan “sensitivity lessons”, whereas she will try to solve the cases –and her own life issues- with the use of anthropology, logic and reason. On the other hand, at least in accordance with those versions of biological determinism, it could be argued that Seeley and Temperance are behaving mistakenly since, for instance, there are many episodes in which Booth ends up telling Brennan that he only needs his intuition, sensitivity and faith to catch the villain - which is to say that he only needs his “female abilities”. The show subverts the typical notions of “sensitive femininity” and “rational masculinity” by attributing intuition to Booth and logic to Temperance:

Seeley Booth: But whose side are you on? Don't say the facts, because that just annoys me.

Temperance Brennan: You want us to base our actions on your gut again?

Seeley Booth: Yes. You have your shiny machines, I have my gut. (3:04 “33.00-34.00”)

As McCarthy James states, “Brennan is justifiably proud of her intelligence and her success, and in a rare feat for ladies on television, she is not shown to be a bitch for liking herself.” (McCarthy James, 2010). Smith also supports this line of reasoning and points out that she is treated with respect, without being sexually objectified at every turn and showing her “strengths and weaknesses which stress that she's a real person”(Smith, 2009b) Brennan subverts sex roles in describing herself as “the logical empiricist” and Booth as “the intuitive humanist” (4:01 “00.37-00.43”). This signals a separation from all those stereotypes regarding the 'innate' characteristics of male and female. Nevertheless, it is also important to emphasize that Temperance is subject to constant criticism for being *too* rational and analytical, either explicitly (1: 08, 2:19 “00.18-00.19”, 4:26 “08.00-10.00”, 5:06 “31.00-34.00”) or by means of the music and the co-star's – Booth- gestures (4:25 “14.00-16.00”, 5:07 “30.00-32.00”).

What is more, on some occasions she is not considered a real “girl” (2:14 “10.00-11.00”, 3:08 “00.00-00.33”). Haran, Chimba et al. also give an account of the latter by pointing out that in *Bones* (as well as in *Waking the Dead* and “in the earlier series” of *Silent Witness*) women are presented as being the scientific expert and men play generally the detective role, which “(...) reverses conventional stereotypes about gender, at significant cost to the female characters, but generally to the benefit of male characters. The abstracted women scientists are harshly judged

by characters within the narrative, when they demonstrate failures in empathy (...). (Haran et al., 2008)

In fact, the series features several episodes in which Brennan's friends and colleagues tries to "excuse" her lack of sensitivity by arguing that such a behavior is only due to her troubled upbringing: she is cold and distant only in order to protect herself and her armor from her real vulnerability. We are reminded of her fragility quite often, as in this conversation maintained between Booth and Dr. Sweets (the psychiatrist assigned to Booth and Brennan by the F.B.I.):

Dr. Sweets: Conclusion: Your feelings are not real and will fade away, like every other symptom of your coma. Now, I think you and I both know that Dr. Brennan's hyper-rationality is really just a cover for a very vulnerable and sensitive core.

Booth: Oh, great, so we're talking about Bones' brain, too, here?

Dr. Sweets: So, if you breach those defenses and it turns out you don't really love her... (5:01 "25.00-27.00"; see also, for example, 5:07 "29.00-31.00")

But it also can be argued that the plot tends to associate the rational and direct style of "Bones" with behavioral attitudes such as coldness and isolation. This kind of accusation falls within some author's critique, as that of Diana M. Meehan who has shown how on TV, "good" women are presented as submissive, sensitive and domesticated; ; "bad" women are rebellious, independent and selfish.' (Meehan, 1983). Furthermore, in relation to the specific representations of women in science, engineering and technology (SET) environments, Eva Flicker analyses 20 feature films and distinguishes six types of female scientist none of which carry positive connotations: "old maid", "male woman", "naïve expert", "evil plotter", "daughter or assistant" and "lonely heroine". (Flicker, 2003)

Nevertheless, Brennan defends herself against the accusations made by her friends and colleagues (5:14 "40.00-43.00"). In this sense, it can be considered that the character herself – and, therefore, the TV show- achieves a good balance between the criticism of hyper-rationality and the recognition of that same hyper-rationality as necessary in order to fight certain socio-cultural conventions and beliefs (2:20 "32.00-33.00"). Haran, Chimba et al. comments on the latter:

For example, in *Bones* much is made of the "squints" supposed inability to relate to other human beings appropriately, but the humour this stereotype offers is nuanced by dialogue exchanges in which Brennan, for example, points out that a degree of abstraction is essential to the maintenance of her composure in the face of some of the horrific crime she investigates in the course of her career. (Haran et al., 2008)

The Ladies in Bones

In her article "Televism: The Competent and Awesome Ladies of *Bones*", Rachel McCarthy argues that "*Bones* is a rare show that consistently portrays their politically marginalized characters as competent, admirable, and worthy of respect and commendation".(McCarthy James, 2010). The role of the lead female character, Temperance Brennan has already been discussed, but what about her female peers, Ángela and Camille? Do they pose a challenge to traditional notions of

PREVIOUSLY ON

femininity? It can be acknowledge certain situations in which they fail to provide with something different from the norm. This conversation proves the latter:

Angela: For once can you just pretend to be the girl?

Brennan: Why is everyone so anxious for me to be a girl?

Angela: Listen, go to the basketball game, let him show off for you and see what happens.

Brennan: I don't know, it sounds so passive.

Angela: Now you've got it. (2:14 "10.00-11.00"; see also: 1:09 "11.00-12.00")

Angela makes quite clear that she believes that to be a "girl" means to be passive and accommodating to men and their achievements and abilities. Nevertheless it contrasts with other circumstances in which Angela is offended because of certain assumptions made by her male colleagues:

Seeley Booth: Wait a second. That's Tripp Goddard.

Angela Montenegro: Tripp Goddard?

Seeley Booth: A motorcycle racer. I forget sometimes I'm talking to girls.

Temperance Brennan: That would explain the wrist and neck injuries on Zack's report. Have him confirm with dentals.

Angela Montenegro: Yeah, I don't appreciate the "girls" comment.

Seeley Booth: Tripp won a huge motorcycle race about two weeks ago.

Temperance Brennan: That fits time of death.

Angela Montenegro: That would have been the Super Grand Prix out in Virginia. Tripp won in the final two laps after some kind of accident took out the front runner. Girls, huh? (3:10"08.00-09.00")

Angela is the specialist in forensic facial reconstruction at the fictional Jeffersonian Institute and she is usually described as the emotional, empathic and intuitive part of team (3:01 "11.00-12.00"). But it has to be said that "her emotions don't consume her and become the defining features of her character" (Smith, 2009a). Angela is not all about her emotions, she is tough (3:04 "35.00-36.00"), a "free spirit" – as she herself and her friends define her- and, at the same time, she always reflects carefully on every important issue before making a decision (2:17 "40.00-42.00", 2:19 "39.00-41.00"). Moreover, she remarks, in several occasions that she is not anybody's property (4:01 "35.00-36.00"; 4:02 "01.22.00-01.23.00"), something her father corroborates with Angela's boyfriend, Hodgins:

Jack Hodgins: I figured I should ask you for your daughter's hand in marriage. As a sign of respect.

Angela's father: You're making a huge mistake, son.

Jack Hodgins: Marrying Angela?

Angela's father: No. If Angie finds out that a man... you... asked another man...me... for her hand or any of her other fine parts... horrible complications will ensue.

Jack Hodgins: I didn't think of that.

Angela's father: You could get us both killed.

Jack Hodgins: Okay. Good advice. (2:21 "28.00-29.00")

Camille Saroyan is authoritative, with professional success and a senior position at the Jeffersonian Institute, described by McCarthy James as "a good example of a woman of color in an authority position who doesn't fall into any angry/uppity black women stereotypes" (McCarthy James, 2010). She overtly fights specific assumptions and generalizations regarding such important women's issues as marriage or motherhood:

PREVIOUSLY ON

Angela: You don't want kids?

Camille: Screaming, crying, vomit, other bodily fluids... Like a day around here. Not worth giving up this body for that. (3:12 "18.00-19.00")

Throughout the show, Cam can be found making statements as "'Women' is an unacceptable generalization' (4:01 "29.00-30.00") or insisting –together with Brennan- that Booth should not drive (rejecting, therefore, the commonly held assumption that men are better at driving). (4:01 "14.00-15.00", also "30.00-31.00")

To sum up, Angela and Camille are said to be "girls" by her male peers when they are compared to Brennan (3:08), though Camille always makes it very clear that she is not willing to tolerate sexist comments. Angela's character is the one that seems to offer a more obvious different female identity to Brennan and Camille. Nevertheless, when critical issues for women's cause arise (i.e. abortion) these two women demonstrate a complementary female identity to Brennan, that is, the one that overtly fights injustice and stereotypes whether anybody likes it or not. From Angela's open sexuality and "typically feminine" sensitivity, to Cam and her exceptional qualities as the head of the Forensic Division to Brennan and the independency in which she strongly believes, what these women represent is that different ways of living the feminine emancipation can work together. Despite of being so different, they all fight sexist tropes in their own way.

Conclusions

This essay has discussed the question of whether female and male (American) characters of the TV series *Bones* are moving beyond traditional gender norms or not, and has argued that they transcend some of the most traditional gender disparities found within mass media presentation of gender. Booth frequently turns to his intuitive, emotional and even romantic side to deal with both personal and professional life (4:03 "41.00-43.00"). Brennan, on the other side, displays what has been largely considered the most representative features of the "alpha male"; she has a strong and independent personality, she is authoritative and, as McCarthy James notes: "Bones matches her male partner's strength on many occasions—she is well-trained in martial arts and often defends herself. Though he is typically masculine, she is sometimes the one who has to rescue him. She's an action star, too—not just Booth" (McCarthy James, 2010)

This article has given an account of the significant exchange of the typical masculine and feminine roles among characters. To explain such a reversal, two possible interpretations can be specified: firstly, *Bones* only portrays conventional archetypal roles but expresses them in different bodies. This raises the question: does *Bones* depict a woman acting like a "typical" male and vice versa? Is it liberating for women? If so, to what extent? Secondly, however, all the archetypes mentioned above are freely exchanged among all the characters with no gender pre-assumptions of any kind. From Jack Hodgins' crying (2:09 "38.00-40.00"), to the sweet and emotional Angela Montenegro being afraid of compromise (2:17 "08.00-10.00", 4:08 "34.00-36.00") to Camille Saroyan rejecting the idea of having babies (3:12 "18.00-19.00"), "all of these

PREVIOUSLY ON

characters shed a different light on gender roles in our society. (...) The people in this show teach each other new things about life through the different cases that they encounter and it helps them to evolve into better people.” (Docster, 2008) Then it could be argued that, at least in that sense, *Bones* presents competent female characters –and men- who contest “sexist brigades” common to crime shows.

The show covers women’s issues as maternity, marriage and abortion. Whether Brennan’s progressive or Booth’s more conservative viewpoints prevail, the most important thing is that, whenever they emerge, we can distinguish very different perspectives and no taboos; there is no unilateral speech (see 2:02, 3:05). It can be argued that Temperance Brennan deals with issues that affect women, offering the female audience a positive role model. She defies social expectations for women: she is not only compassionate and caring but independent, determined and brilliant. Furthermore, she does not even need Booth’s help when physical dexterity and agility is required (though she always tries to use her intelligence in the first place just to avoid physical situations where she must be rescued). (2:01 “23.00- 24.00; 2:04 “03.00-04.00”).

Nevertheless, there is one area of *Bone*’s presentation of gender that is open to criticism: the appearance of the characters. All the feminine characters share the attributes of conventional beauty. They are all quite thin (extremely thin in Angela’s case as the show advances), tall and good looking, which reinforces unrealistic and biologically unattainable beauty standards which lead many women to harmful practices (Andrist, 2003, Dittmar and Howard, 2004, Katzmarzyk and Davis, 2001).

Haran, Chimba et al. have also noticed that:

With regard to film and television programs imported from the USA, even in the eponymous *Bones* (“*Bones*” is Temperance Brennan’s nickname in the show), the actor Emily Deschanel shares star billing with David Boreanaz who plays her FBI agent partner in crime-fighting. Further, his name appears higher up on the shared screen. (Haran et al., 2008)

In 1979, Erving Goffman highlighted a similar phenomenon in his book *Gender Advertisements* finding that in media advertisements “men tend to be located higher than women” and that was often a woman who was seen lying on a floor or on a bed. He also noted that “lowering oneself physically in some form or other of prostration” is “a classic stereotype of deference” (Goffman, 1979). It effectively could be said that in doing so, women are presented as inferior to men. In the case of *Bones*, however, it is worth commenting that, as had been claimed in this debate, Brennan is not a mere supporting character.

As regards the specific relationship between Temperance Brennan and Seeley Booth, as the show and seasons advance, both start opening their minds in order to understand the specific personality, behavior and emotions of each other. As Haran, Chimba et al. have specified, Booth and Brennan’s relationship

is a competitive one with each character repeatedly trying to demonstrate that their method of fact-finding is superior. There is continual readjustment as one or other gets the upper hand, leading to a situation of mutual respect that is occasionally undermined by mutual incomprehension of different worldviews. (Haran et al., 2008)

The alliance between Brennan and Booth gives a fresh spin to traditional gender roles. *Bones* offers almost no place for pre-assumed tasks, abilities or ways of behavior with respect to modern women and men. Its male and female characters all constructively work as a unit to keep each other afloat, instead of confronting. It is through this balance that *Bones* has brought to light a different way of depicting gender roles on TV crime drama shows.

Acknowledgments

I would like to thank my Ph.D supervisor, Dr. Sarah Gamble, for her wise and helpful comments. I would also like to thank the College of Arts and Humanities at Swansea University for supporting my Ph.D studies.

Works cited:

- Allen, M. (ed.) 2007. *Reading CSI: Crime TV Under The Microscope*: I. B. Tauris
- Andrist, L. C. 2003. Media Images, Body Dissatisfaction, and Disordered Eating in Adolescent Women. *MCN. The American Journal of Maternal Child Nursing*, 119-123.
- Barlow, A. 2010. Jessica, She Wrote. *FATquarter* [Online]. [Accessed 30 November 2010].
- Baron-Cohen, S. 2003. *The Essential Difference: Men, Women and the Extreme Male Brain*, London, Allen Lane
- Butler, J. G. 2006. *Television: Critical Methods and Applications*, Routledge.
- Calvert, B., Casey, N., Casey, B., French, L. & Lewis, J. 2007. *Television Studies: The Key Concepts*, Routledge.
- Dill, K. E. 2009. Fantasy and Reality: A Primer on Media and Social Construction. *How Fantasy Becomes Reality: Seeing Through Media Influence*. Oxford University Press, Inc.
- Dittmar, H. & Howard, S. 2004. Professional hazards? The impact of Models' Body Size on Advertising Effectiveness and Women's Body-Focused Anxiety in Professions That Do and Do Not Emphasize The Cultural Ideal of Thinness. *British Journal of Social Psychology*, 477-497.
- Docster, C. 2008. Bones, A Look at the Hit Television Series (Internet). *Version 14. Knol* [Online]. Available from: <http://knol.google.com/k/caitlin-docster/gender-and-culture/4nesxbo8dgdb/2#>.
- Donald Light, J. & Keller, S. 1982. *Sociology* New York, Knopf.
- Evetts, J. 1997. Women and Careers in Engineering: Management Changes in the Work Organization. *Women in Management Review*, 12, 228–233.
- Feasey, R. 2009. *Masculinity and Popular Television*, Edinburgh University Press
- Fine, C. 2010. *Delusions of Gender. The Real Science Behing Sex Differences*, Icon Books Ltd

- Fiske, J. & Hartley, J. 1978. *Reading Television* Methuen & Co.
- Flicker, E. 2003. Between Brains and Breasts—Women Scientists in Fiction Film: On the Marginalization and Sexualization of Scientific Competence. *Public Understanding of Science*, 12, 307-318.
- Fox. 2010a. *About The Show* [Online]. Available: <http://www.fox.com/bones/about/> [Accessed 5th December 2010].
- Fox. 2010b. *Bones. About the Show* [Online]. Available: <http://www.fox.com/bones/about/> [Accessed 1 December 2010].
- Gauntlett, D. 2008. *Media, Gender and Identity: An Introduction* Routledge.
- Goffman, E. 1979. *Gender advertisements*, Harvard University Press
- Gorton, K. 2007a. The Politics of Equality and the Media: The Example of Feminism. In: ERMARTH, E. D. (ed.) *Rewriting Democracy: Cultural Politics in Postmodernity*. Ashgate Publishing
- Gorton, K. 2007b. (Un)fashionable Feminists: The Media and Ally McBeal. In: GILLIS, S., HOWIE, G. & MUNFORD, R. (eds.) *Third Wave Feminism. A Critical Exploration*. Hampshire and New York: Palgrave MacMillan.
- Gorton, K. 2009. *Media Audiences: Television, Meaning and Emotion* Edinburgh University Press Ltd.
- Haran, J., Chimba, M., Reid, G. & Kitzinger, J. 2008. Screening Women in SET: How Women in Science, Engineering and Technology Are Represented in Films and on Television. Cardiff: UK Resource Centre for Women in Science, Engineering and Technology (UKRC) and Cardiff University.
- Hardin, M. 2003. Action Television Series. In: KIMMEL, M. & ARONSON, A. (eds.) *Men & Masculinities: A Social, Cultural, and Historical Encyclopedia* ABC-CLIO.
- Helgesen, S., Johnson, J. & Goldsmith, M. 2010. The Social Fabric. *The Female Vision: Women's Real Power at Work* Berrett-Koehler Publishers.
- Hess, D. J. & Grant, G. W. 1983. The Use of Mass Media in Sociology Curricula. *Teaching Sociology*, 10, 371-388.
- Katz, E. 1959. Mass Communications Research and the Study of Popular Culture: An Editorial Note on a Possible Future for this Journal. *Studies in Public Communication*, 2, 1-6.
- Katzmarzyk, P. T. & Davis, C. 2001. Thinness and Body Shape of Playboy Centerfolds from 1978 to 1998. *International Journal of Obesity and Related Metabolic Disorders*, 590-592.
- Krijnen, T., Alvares, C. & Bauwel, S. V. (eds.) 2011. *Gendered Transformations: Theory and Practices On Gender And Media*: Intellect Ltd.
- Lazarsfeld, P. F. & Merton, R. K. 1948. Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action. In: BRYSON, L. (ed.) *The Communication of Ideas*. New York: Harper & Row.
- Lee, B., Kim, B.-C. & Han, S. 2006. The Portrayal of Older People in Television Advertisements: a Cross-Cultural Content Analysis of the United States and South Korea. *International Journal of Aging and Human Development*, 63, 279-297.
- Lucas, A., García, C. & Ruiz, J. A. 1999. *Sociología de la comunicación*, Madrid, Trotta.

- Marsiglio, W. 2008. Men's Motives. Gender and The Boy Code. *Men on a Mission: Valuing Youth Work in Our Communities*. The Johns Hopkins University Press.
- McCarthy James, R. 2010. **Televism: The Competent and Awesome Ladies of Bones**. *Bitch Magazine* [Online]. Available: <http://bitchmagazine.org/post/televism-the-competent-and-awesome-ladies-on-bones> [Accessed 9th September 2010].
- McDonald, T. M. & Godfrey, T. 1982. Women on Commercial Television: Images and Effects Paper presented at the annual meetings of the Midwest Sociological Society, Des Moines, Iowa.
- Meehan, D. M. 1983. *Ladies of the Evening: Women Characters of Prime-time Television*, Scarecrow Pr.
- Morgan, M., Shanahan, J. & Signorielli, N. 2008. Growing Up With Television: Cultivation Processes. In: Bryant, J. & Oliver, M. B. (eds.) *Media Effects: Advances in Theory and Research*. 3rd ed.: Routledge.
- Ortega-Gutierrez, F. 1996. Socialización, Personalidad y Reproducción Social. In: SÍNTESIS (ed.) *Fundamentos de Sociología*.
- Sarkeesian, A. 2010. Disrupting Sexism in the Workplace. [Accessed 1 December 2010]. Available: <http://criticalcommons.org/Members/femfreq/clips/fringe1x06a-emotions.mov/view>
- Silverberg, A. 2006. Alice in NUMB3RIland. *FOCUS*.
- Smith, S. E. 2009a. Excelent Ladies of the Small Screen. *THIS AIN'T LIVIN'* [Online]. [Accessed 30 November 2010] Available: http://meloukhia.net/2009/12/excellent_ladies_of_the_small_screen.html.
- Smith, S. E. 2009b. Feminism and Television: Female Superheroes? *THIS AIN'T LIVIN'* [Online]. [Accessed 30 November 2010] Available from: http://meloukhia.net/2009/08/feminism_and_television_female_superheroes.html.
- Sullivan, R. 2010. Falling Short of Feminism: Why Modern Retellings of Fairy Tales Perpetuate Negative Stereotypes of the Aging Woman. In: UNIVERSITY, T. O. S. (ed.). The Ohio State University. Department of English Honors Theses.
- Weitz, R. 2010. Changing the Scripts: Midlife Women's Sexuality in Contemporary U.S. Film. *Sexuality & Culture*, 14, 17-32.

IX. Fictionals Worlds.

The Constant, the Variable, and the Bad Wolf in *Lost* and *Doctor Who*

Kristine Larsen

Today's science fiction television audience comprehends the basic science behind time travel and parallel universes thanks to the popular writings (and television documentaries) of scientists such as Stephen Hawking, Brian Greene, and Michio Kaku. In response, the writers of such series as *Doctor Who* and *Lost* use this science in a fairly consistent way, keeping their time travel as "realistic" as possible while at the same time entertaining their loyal yet discriminating audiences. The two series certainly differ in what defines consistency in time travel, and what liberties may be taken with these rules within the canon of the series. However, each series has a human wildcard, a character who appears to bend or supersede the rules: Rose Tyler (companion to the Ninth and Tenth Doctors) and Desmond David Hume (named for the 18th century philosopher) respectively. While these variables are able to move between timelines and even parallel universes with an ease inaccessible to fellow characters, they must rely upon constants (in the form of other characters, items, and actions) in order to remain grounded within the dizzying world of time travel. This essay will explore the intersections between science and science fiction in the respective travels of Desmond, Rose, and their accompanying characters, focusing on the skillful navigation of the series writers and viewers through the various paradoxes scientists warn are inherent in any attempt to change the past within the confines of a single universe.

The basis for our current scientific understanding of time travel is the work of Albert Einstein, whose 1915 General Theory of Relativity demonstrated that what we experience as the force of gravity is actually the warping of four-dimensional space-time by mass and energy. For example, the Earth orbits the Sun as it does because the Sun warps space-time in its vicinity in a specific way. If the presence of matter (and energy) can warp space-time, is it possible to warp it in such a way as to permit a material object to travel backwards in time? Not only is it possible to generate solutions of the Einstein field equations that allow for time travel, but a number of such solutions have been found.

However, with the possibility of time travel comes serious paradoxes. Take, for example, the so-called Grandfather paradox. A time traveler could theoretically travel back in time and either kill her grandfather or otherwise prevent her grandparents from marrying before her father or mother were conceived, meaning that she would never have been born. Assuming that a time machine can and will be successfully built, what are we to make of this very real paradox? Famed British theoretical physicist Stephen Hawking offered two possible resolutions to this and other paradoxes (such as an effect being its own cause), which he called the "consistent histories" and "alternative histories" approaches. The first solution demands that the laws of physics are constrained such that paradoxes cannot arise. For example, if you try to go into the past and kill your grandfather before your parents are conceived, the gun will jam, or you will slip and fall

and miss the shot. As Hawking (n.d.) succinctly put it, “So much for free will.” You might intend to change the future, and believe that you actually have the free will to do so, but in the end you will always do exactly what you were destined to do, acting in such a manner as to keep events historically consistent. This is termed a causal loop. A classic example is illustrated in the fifth season of *Lost*. During the Losties’ time travel back to 1977, a young Ben Linus is shot by Sayid and the other characters argue as to whether or not Ben can actually die, as doing so would certainly change the timeline. Kate realizes that it is they, as future and prescient beings, who are “supposed to save him.” Indeed, as the episode title says “Whatever Happened, Happened,” (Cuse, Lindeof, and Roth 2009) and the Losties are playing the part which had always been ordained for them. Therefore the past was never changed, but instead unfolded as it always had without paradox.

Central to this interpretation of time is the concept of what physicists call the “block universe,” in which the past, present, and future simultaneously exist. The term is said to have originated with Oxford philosopher Francis Herbert Bradley, who described time as a stream upon which we travel, and view in sequence a row of houses upon its banks. Bradley noted that although we have passed a past block of houses, and have yet to visit blocks of houses which still lay before us, all exist in a “firm fixed row” (Nahin, 1999: 151). Again, philosophical difficulties exist in that the block universe seems to negate the existence of free will, as all we can do is bring “the fixed future into existence” (Nahin, 1999: 177).

The ability to change history by time travel leads us to consider a wholly different possibility, namely alternative histories and the existence of parallel universes. The alternative histories explanation of time travel is based on an alternative to the standard Copenhagen interpretation of quantum mechanics, called the Many Worlds Interpretation or MWI (Everett, 1957). In this model, every time an experiment with several possible outcomes is conducted, the universe branches into parallel realities, one for each of the possible outcomes. For example, when you turned on your television this morning, in one reality you watched the morning news, in another you viewed an entertainment show, and in a third you decided to sleep late and so you had no time to view any television before work.

But as Deutsch (1997: 309) explains, it is actually more complicated than this. In fact, he has demonstrated that in a modification of the MWI it is possible for the various parallel universes to interact, and it is the existence of this infinite multiplicity of parallel universes, each with its own unique timeline, that allows time travel into the past without relinquishing free will or causing paradoxes. A time traveler who succeeds in going back in time and killing his grandmother before his parent’s conception is doing so in a universe in which he will never be born. In the universe in which he was born his grandparents lived to successfully reproduce. Free will is conserved, and no paradox results.

In *Doctor Who*, the eponymous Time Lord and various human (and occasionally non-human) companions travel through space and time via technology developed by his highly advanced species. As their name implies, the Time Lords possess great powers over time, but even they

must adhere to certain (rather loosely defined) guidelines, as they understand that changing even a seemingly insignificant event in the life of a rather ordinary being can have unforeseen consequences in the distant future. Therefore The Doctor usually offers his companions the option to visit and merely observe some exotic location or important event in history, with the intention to remain uninvolved. Of course, as a dramatic television series, this intention is nearly always thwarted, as The Doctor's involvement is usually required to save lives and keep history from being deleteriously changed by some nefarious meddling alien forces or stolen superior technology. Therefore pigeonholing *Doctor Who's* philosophy of time travel is rather difficult: in some instances, The Doctor's actions are of the consistent histories variety, while in others his actions do change the course of history, albeit often in seemingly small ways. As will be discussed later in this essay, there are also parallel universes, in which the timeline is often wildly different than that in the main universe in which The Doctor normally dwells (and from which the TARDIS derives its energy). As in the case of Deutsch's interpretation of the Many Worlds Interpretation, The Doctor and his companions can affect changes in the alternative universe without fear of changing their own primary timeline, although in the series canon such visits to parallel universes are rare and fraught with their own dangers.

Putting aside for the moment the controversial alternate reality/limbo/afterlife portrayed in *Lost's* final season, four identifiable kinds of space-time travel were portrayed in the series:

- 1) Teleportation from one place to another, as in the case of Ben and Locke using the so-called frozen donkey-wheel to travel to Tunisia from the Island;
- 2) The constant motion of the Island in space-time which makes it difficult to locate (and results in the disjointed time-measurements between the Island and the off-shore freighter in Season Four);
- 3) The physical motion of persons through time while on the Island due to the unique electromagnetic properties of the Island;
- 4) The motion of consciousnesses in space and time (and perhaps between alternate universes), including incidences of precognition.

While one can argue that the first three plotlines use some highly fictional application of Einstein's work (especially if one includes his unsuccessful thirty-plus year search for a unified field theory which would include both gravitation and electromagnetism under a single, self-consistent theory), the last draws upon pseudoscience rather than science, namely the writings of British engineer and experimental pilot J.W. Dunne. In the 1920's Dunne began to "experiment" with his dreams, carefully writing them down as soon as he awoke, and noting any instances in which he felt the dreams were later found to be foreknowledge of future events. He came to the conclusion that there was nothing supernatural in these occurrences; instead he posited that they were "merely displaced in Time" (Dunne, 2001: 26). Clairvoyance as such did not exist; rather, our understanding of time is faulty, and with practice, we can train our minds to overcome the habit of experiencing events only in the rigid order of past-present-future. It is in the dream state that our minds are most open to such travels.

Dunne's new concept of time, which he called serialism, is based on the idea that what we call the present is a window through which we view the entirety of reality, like a train rider viewing a landscape through a small window. Like the train rider, our present moves along a track, in the dimension we call time. Dunne argued that like the train track, what we call time (T1) is actually a spatial dimension, and that there must exist a higher dimension, a more ultimate time (T2), in which we measure the rate of motion of our journey along time's track (the rate of change of T1). There exists an Observer (a higher dimensional consciousness) in this T2 who has the freedom to observe all events in T1 (all events in our perceived time) and is free to observe them in whatever order he or she wishes. By comparison to a series expansion in mathematics he argued that there exists an infinite regression of these higher times, leading to some Ultimate Time and an Ultimate Observer which Dunne calls the "Super-Mind," which reads like a pantheistic deity. Dunne published his model as *An Experiment with Time*, originally published in 1927 and expanded to answer his critics in its 1938 third edition. Although Dunne's model does require the past, present, and future to simultaneously exist (i.e. it is based on the block universe), he appealed to his higher dimensions of time to somehow avoid strict predetermination. He wrote that the reason why we do not recognize some dreams as precognition is that upon experiencing the future in our dream, we change that future, all points along the future continuum are changed in response to the new information, and we do not experience the event when we arrive at that moment in our T1 future, never knowing that we have indeed changed it (Dunne, 1939: 133).

Dunne's work was read by a number of famous literary figures, such as C. S. Lewis, J.R.R. Tolkien, and Agatha Christie, and was the preferred method of time travel in a number of time travel tales. For example, philosopher William Olaf Stapledon published a number of science fiction books using Dunne's method of mind-only time travel as a vehicle to extol his thoughts on ethics, warfare, and human nature. In 1930's *First and Last Men*, 1932's *Last Men in London*, and 1937's *Star Maker*, the protagonists travel through both time and space by inserting their consciousnesses into the bodies of others, thus viewing the past through the eyes of those who actually lived it. In *First and Last Men*, Stapledon's exploration of eighteen fictional stages in the evolution of humans beginning with their current form, the "Fifth Men" first achieve this method of time travel after millions of years genetic manipulation directed to this goal. The first child forced to past-travel successfully accomplished the task, only to die during the debriefing after a subsequent experiment (Stapledon, 2007: 212). In further experiments, it was "found impossible to keep the 'medium' alive for more than a few weeks after his venture into the past. The experience seemed to set up a progressive mental disintegration which produced first insanity, then paralysis, and within a few months, death" (Stapledon, 2007: 212).

With further genetic engineering the physical dangers were removed, and a vast recapturing of a previously lost history was begun. But as with past and future species of humans in Stapledon's work, the Fifth Men came to extinction, and it was not until the Eighteenth and last species of humans (billions of years in our future) that the past was once again explored. Using a special organ in their brains, and following a number of ritualistic precautions developed to keep their

bodies safe while they were “away” for perhaps weeks or months at a time, the Last Men were able to not only observe the past by co-habiting the bodies of others, but had developed the ability to influence those whose bodies they entered, thus allowing them to (in a limited way) change the past. The future narrator explains that there is paradox, as “some feature of a past event may depend on an event in the far future. The past event would never have been as it actually was (and is, eternally) if there had not been going to be a certain future event, which... influences it directly.” Therefore the Last Men intercede in the past because this is what they have always been meant to do, similarly to the actions of Kate and her companions in *Lost* in saving Ben Linus’s life in the 1970s and setting into motion the events which led Ben to become the man he eventually became (Stapledon, 2007: 284-6).

In the sequel, *Last Men in London*, the narrator recounts the tragedies that accompanied the Last Men’s first attempts at disembodied time travel, in which some travelers allowed their bodies to starve to death while they were in a trance, or fell into violent convulsions. In some cases the travelers kept falling back into trances, traveling from time to time to time, while in others the trances were permanent, and the travelers’ unresponsive bodies were kept in stasis for millions of years (Stapledon 2009: 33). The writers of *Lost* appear to have used Stapledon’s work as the basis for the series of deleterious physical effects that time travel has on the Island, both physical time travel as well as the mind-only version. Physicist Daniel Faraday (named after James Clerk Maxwell, the 19th century physicist whose seminal equations linked electricity and magnetism) explained in the Season Five opener “Because You Left” (Lindelof, Cuse, and Williams, 2009) that Ben Linus’s intentional moving of the island (to protect it from Charles Widmore’s mercenaries) resulted in it and its inhabitants becoming “dislodged” in time like a skipping record. As Daniel, Juliet, Locke, Miles, Jin, Sawyer and Charlotte flash back and forth through time, covering a roughly fifty year period, they are increasingly plagued with headaches, nosebleeds, memory lapses, periods of unconsciousness, and moments of disorientation. Charlotte finally succumbs to her symptoms four episodes later in “This Place is Death” (Kitsis, Horowitz, and Edwards, 2009a). Daniel explains the deleterious symptoms as being due to their brains’ internal clock being thrown off by the disorientating flashes of time travel (Vaughan, Taylor, and Williams, 2009). When Locke resets the frozen donkey wheel and travels himself to Tunisia, the Island quits its seemingly random swings in time, and the physical systems abate. However, the remaining *Losties* are trapped in 1974, forcing them to assume the identity of DHARMA Initiative recruits.

Desmond endures uncontrollable bouts of mind-only time travel in Season Four, as he travels from the Island to the offshore freighter via helicopter. Apparently as a side effect of the Island’s constant jittering in space-time (which makes it difficult to locate), Desmond, the freighter’s communications officer Minkowski, and others become mentally dislodged in time and suffer life-threatening symptoms similar to what the *Losties* encounter after the Island is moved. At the insistence of the present’s Daniel Faraday, Desmond travels to Oxford during one of his out of body flashes to the past and witnesses past Faraday’s experiments on the lab rat Eloise, named after his mother. Eloise’s consciousness leaves her current body and travels to her future body,

learns how to run a new maze, and then returns to her current body and successfully completes the task. However she dies of a brain hemorrhage shortly thereafter. Faraday explains that she couldn't tell which was which – the future or the present. As for Minkowski, his flashes escalate, he has a seizure, bleeds from his eyes, nose, and mouth, and gasps "I can't get back" before he dies (Cuse, Lindelof, and Bender, 2008). One of Daniel's two human test subjects (the other being himself), his girlfriend Theresa, falls into a permanent disabled state as she randomly travels between the past and present. As her sister explains to Desmond when he visits, "Theresa's away right now.... Sometimes she wakes up, thinks she's three, wants to know where her dolly is. Yesterday, she was talking to our dad. He died five years ago" (Sarnoff, Zbyszewski, and Holcomb, 2009).

While time travel in the *Who*-iverse does not carry nearly the same risks as is does in *Lost*, there are still measurable effects on the human body. In the episode "Dalek" (Shearman and Ahern, 2005), a nearly dead creature of that species revitalizes when The Ninth Doctor's human companion Rose Tyler touches its casing. According to The Doctor, time travelers soak up background radiation during their travels, which is normally harmless. However, in the infamous Time Wars between the Daleks and Time Lords, the former species evolved the ability to use this radiation as a power source. In the episode "Doomsday" (Davies and Harper, 2006b) the Daleks are only able to awaken the army they have stored within the Genesis Ark (technology they had stolen from the Time Lords) through the touch of a Time Traveler (in this case, Rose's some-time boyfriend Mickey).

The background radiation field might be harmless to human minds and bodies, but the so-called "heart of the TARDIS" – the telepathic power source of the Time Lord time machine – is anything but. In The Ninth Doctor's final episode, "The Parting of the Ways," Rose Tyler pries open the console of the TARDIS and looks directly into its heart. Not only does it grant Rose's wish to return to Satellite Five and rescue The Doctor from the Daleks, but it infuses her body and mind with the Time Vortex, granting her nearly god-like powers over time and space, life and death. With a sweep of her hand she disintegrates the Daleks and restores life to the recently-deceased Captain Jack Harkness. Her body is consumed with a golden light, and she has the ability to see "everything. All that is, all that was. All that ever could be." As a Time Lord, The Doctor well understands what Rose is experiencing, and asks "doesn't it drive you mad?" (Davies and Ahern, 2005c). Unfortunately for Rose (and The Doctor), it threatens to do far worse to Rose, and through a kiss he draws the vortex energy from Rose into himself, causing the death of his Ninth incarnation and his regeneration into The Tenth Doctor. Similarly, in "Journey's End" (Davies and Harper 2008a) The Tenth Doctor's human companion Donna Noble nearly dies after her DNA is mixed with that of The Doctor's amputated hand, resulting in the growth of a Time Lord – Human hybrid called the Meta-crisis and Donna taking on part of The Doctor's consciousness (the combination dubbed "Doctor-Donna"). While the symbiosis allows Donna to help the Meta-crisis defeat the Daleks (once again) and save the universe (and all other parallel universes) from their Reality Bomb, it threatens to burn out her brain, and The Doctor is forced

to wipe all memory of their time together from her mind.

The dangers inherent in a human mind comprehending the entirety of time are also found in Stapledon's novels. In *Last Men in London* it is explained that in order to send their consciousness back in time the highly-evolved last species of humans had to glimpse for only a moment "the point of view of eternity." Such a glimpse had to be momentary and not lingering, because it would be lethal (Stapledon, 2009: 32-33). As a result, many of the early time travelers returned from their journeys insane, especially those very few who actually succeeded in traveling to the future.

While both *Doctor Who* and *Lost* depart from hard science in exploring mental and physiological effects of time travel, as science fiction series both programs often deal with questions which philosophers and scientists have debated since before the development of Einstein's theory. These include the extent to which history can be changed, whether changing history can actually destroy a timeline or parallel universe, the relative roles of free will and fate (and the differing meanings of sacrifice in each point of view), and the possible existence of individuals who possess the ability to bend the rules (or break them altogether).

To say that the dynamic tension between fate and free will play a central role in the mythos of *Lost* is as obvious as claiming that water is wet. For example, characters Desmond David Hume and John Locke are named for philosophers whose work discussed these concepts in depth. Beginning with the early episodes of the first season, characters as loudly and often cling to free will by proclaiming "don't tell me what I can't do" as they claim that the Island brought them together for a reason. With the end of the series, it is still unclear as to how many of the important choices made by the characters throughout the six seasons were strictly the result of their own free will, and how many were merely the inevitable and logical end result of years of careful manipulation by the Island's protector, Jacob. Over the course of the series, paraplegic John Locke's originally unquestioning faith in fate faded in direct relation to the slow evolution of "man of science" physician Jack Shephard's acceptance of his own. Beginning from an atheistic belief in unbridled free will, Jack completed his cycle by embracing an acceptance of his fatalistic role on the Island, a role which he ultimately believed provided meaning to his life.

Although *Lost*'s brilliant mathematical physicist Daniel Faraday succeeds in experimenting with time travel, both in his Oxford University laboratory and unwittingly while on the Island, he spends the majority of his time on the series as a slave to the deterministic block universe. When he travels to the Island's past with other main characters, he admonishes his friends that time is "like a street.... We can move forward on that street, we can move in reverse, but we cannot ever create a new street. If we try to do anything different, we will fail every time. Whatever happened, happened" (Lindelof, Cuse, and Williams, 2009). However, Daniel does deviate from his slavish adherence to the block universe when, in his desperation to stop the Island's time flashes and save Charlotte's life, he bangs on the Swan Station's door and begs Desmond's past self to go

PREVIOUSLY ON

to Oxford University and find Daniel's mother, Eloise Hawking (a mysterious character in her own right named after the British physicist). Although Daniel's intervention at the hatch does not in itself stop the flashes nor does it save Charlotte, it does apparently change the timeline (for as Daniel notes, Desmond is "uniquely and miraculously special"). The future Desmond awakens from a dream with a "new memory" of Daniel's visit to the hatch (Lindelof, Cuse, and Williams, 2009) and helps to set into motion the return to the Island of Jack, Hurley, Kate, Sayid and Sun – many of Jacob's candidates for future caretaker of the Island. Desmond's actions can be explained in the context of Dunne's serialism model, in which the future "resets" as it incorporates the new event. Desmond is therefore able to make changes in the timeline because he can access the position of a higher order Observer in T2 more readily than other people.

The series' first hint of Desmond's special relationship with time in Season Three's "Flashes Before Your Eyes," when the audience learns of Desmond's experiences directly subsequent to his using the failsafe key to implode the Swan Station hatch. Desmond's consciousness travels back to the time when he planned to propose to his beloved Penelope Widmore but instead got cold feet, setting into motion the path which led him to the Island and his years of pushing the Swan Station's degaussing button. Desmond retains his knowledge of the future, and tries to change the timeline by actually purchasing the engagement ring, only to be discouraged by his physicist friend Donovan's claim that time travel does not exist and his own faulty remembrance of events at a local pub, and more importantly by the intervention of Eloise Hawking, who (not coincidentally) is the salesperson at the jewelry shop. Although he initially threatened to create a paradox by taking the ring from the shop, and actively affirmed his belief in his own free will, in the end Desmond merely did what he was supposed to do all along – break Penny's heart. Another example in the same episode occurs when Desmond realizes that his recollection of the end of the soccer game he had viewed on television in the local pub was a day off. He exclaims, "I can still change things," but before he can rush off to see Penny he encounters an angry friend with the cricket bat and is hit in the head, which sends him back to the island and apparently prevents him from changing history (Lindelof and Bender, 2007). However, in a podcast posted on February 20, 2007 on the official ABC website, executive producers Damon Lindelof and Carlton Cuse noted that Desmond had indeed changed history, as the bat attack was meant for the bartender, not Desmond, thus setting into motion an entire series of changes to the timeline which are largely unknown to the viewers.

When Desmond returns to the present of the Island, he finds that he has the curse of precognition, and repeatedly saves Charlie from increasingly gruesome deaths over the course of Season Three. According to Dunne's serialism model of time, since Desmond can access the point of view of a higher order observer in T2, as he changes the timeline (by saving Charlie) the rest of the timeline adjusts. Ultimately Desmond is convinced that he cannot keep saving Charlie for as Eloise Hawking had explained to him during his past time travel in "Flashes Before Your Eyes," the universe has a way of course-correcting regardless of one's attempts of cheating fate (Lindelof and Bender, 2007), and that Charlie must die to save his friends. Instead, he intervenes

in a different way, explaining to Charlie that he must drown after flipping a switch in an underwater hatch. However, up until the very moment he explains this to Charlie, Desmond continues to save Charlie using his flashes of prescience, and his final vision – of Claire and Aaron leaving the Island together in a helicopter – does not come to pass, because he has apparently changed the timeline yet again (Kitsis, Horowitz, and Williams, 2007).

As a Time Lord, The Doctor has far greater powers over time than the mere mortals of *Lost*, but even he must tread lightly, as one can never be certain whether changes to a timeline will have beneficial or catastrophic effects. However, there are apparently some vague rules which cannot be superseded even by Gallifreyans, and certainly not by human companions, as demonstrated in various series episodes. A stark example can be found in The Ninth Doctor adventure “Father’s Day,” in which Rose Tyler convinces The Doctor to revisit the day when her father, Pete Tyler, was killed in a hit-and-run traffic accident (Cornell and Ahearne, 2005). Despite The Doctor’s admonition that they can only watch the event unfold, Rose intervenes and changes history, leading to a wound in time which the horrific Reapers attempt to sterilize by devouring the Earth bit by bit. Rose makes matters worse when she touches her infant self, thus creating a paradox and allowing the Reapers entrance into the church which The Doctor and a handful of survivors have been using as a temporary sanctuary. The situation is only rectified when Pete, in a knowing sacrifice, exercises his free will and runs directly into the path of the car which was supposed to kill him. However, Rose is still allowed some small modicum of power to change the future, in that she stays by her father’s side as he dies, so he no longer dies alone, and the driver of the car stops and takes responsibility. At the end of the episode, we see Rose as a young girl, being told the revised history by her mother, Jackie, including the mysterious appearance of an unidentified young woman who held Pete’s hand as he died (Cornell and Ahearne, 2005).

The Doctor’s own powers and limitations in changing history can be demonstrated in two episodes, The Fourth Doctor adventure “Genesis of the Daleks” and The Tenth Doctor adventure “The Waters of Mars.” In the former, The Doctor is sent by the Time Lords High Council to the planet Skaro, to either prevent the birth of the Dalek species, or change the events sufficiently to prevent the carnage the creatures promulgate throughout the universe in subsequent centuries (Nation and Maloney, 1975). The Doctor is successful in preventing the death of Davros, the Dalek’s creator, and his continued presence in the new timeline is a sufficient catalyst to prevent the Daleks from achieving their previous potential for destruction (although as episodes of the Ninth and Tenth Doctors demonstrate, The Doctor and his companions are still required to occasionally halt some nefarious Dalek plots for universal domination). After the destruction of Gallifrey (and presumably the influence of the Time Lords) in the Time Wars, The Tenth Doctor sometimes acts more recklessly in his interventions in history. His actions come to a head in “The Waters of Mars,” when he saves several characters from their deaths on a Mars colony. He explains to the human crew that fate is not his concern and that those who once governed the rules of time were gone. “Do you know who that leaves?” he asks. “Me! It’s taken all these years to realize, the laws of time are mine, and they will obey me!” (Davies, Ford, and Harper,

PREVIOUSLY ON

2009). The Doctor – who proclaims himself “The Time Lord Victorious” - returns three crew members safely to Earth on the day that they had died in the original timeline, but one of them, Adelaide, worries that because she has not died heroically her granddaughter will no longer be inspired by her selfless act, thus causing a ripple effect which could gravely affect the future of Earth. She therefore exercises her free will and kills herself. The Doctor immediately realizes the abomination that he has become, and faces the fact that not only that he has gone too far, but that the prediction of the Ood is inescapable: his Tenth Incarnation is fated to soon expire, and does so in “The End of Time” when he gives his life to save that of Wilf Mott, companion Donna Noble’s grandfather (Davies and Lyn, 2010).

While some fans theorized about the existence of parallel universes during the run of *Lost* (especially during the final season), such alternate dimensions are part of the *Doctor Who* canon. However, with the demise of the Time Lords in the Time War, such travel is deemed more difficult and precarious, and the “walls of reality have closed,” sealing off multiple universes from each other (MacRae and Harper, 2006). Despite this fact, the Tenth Doctor and companions Rose and Mickey find themselves breaching the void and accidentally ending up in another universe, one in which the Cybermen were created by terminally-ill industrialist John Lumic in order to house his brain, and in which Pete Tyler, Rose’s father, is alive and well, but Rose herself had never been born. After temporarily thwarting the power of the Cybermen, Rose and the Doctor return to their main universe, leaving Pete with the knowledge that in another universe he has a daughter and that his wife, Jackie, is still alive (the parallel universe’s Jackie having been killed by the Cybermen). Mickey decides to remain in Pete’s World (as The Doctor terms the parallel universe), assuming the identity of “Rickey” (that world’s version of him) in order to watch over his Pete’s World grandmother (who had died previously in the main universe in a household accident).

While The Doctor warns all involved that the doorway between the universes would be closed forever, he is proven wrong several episodes later in “Army of Ghosts” when the Cybermen and Daleks both find ways to cross the void and travel to the main universe in an attempt to conquer that timeline. The episode begins with an ominous voiceover by Rose, explaining that “This is the story of how I died” (Davies Harper, 2006a). It is revealed that the Daleks used stolen Time Lord technology (the previously mentioned Genesis Ark) to cross between realities and the Cybermen followed, and that Pete’s World’s version of Torchwood (a shadowy government agency that monitors and counteracts alien activity) has developed their own technology (a special medallion) which allows passage between realities. In order to stop the Daleks and Cybermen, the Doctor plots to trap his enemies within the void between universes, and while Mickey decides to return to the main universe, the Doctor and Pete try to keep Rose and her mother Jackie safe by transporting them to the Pete’s World. Rose actively rebels against The Doctor making decisions for her, explaining “I made my choice a long time ago, and I’m never gonna leave you” (Davies and Harper 2006b). While the plan initially works as planned, Rose is sucked towards the void just before the walls between universes are sealed forever. She is rescued by Pete and trapped

PREVIOUSLY ON

in his world, apparently separated from her beloved Doctor forever. The Doctor triggers the supernova of a star in order to generate enough power to send a holographic signal to Rose, explaining that he dared not try to appear in the flesh for fears of collapsing the two universes. Thus in exercising their free will, both Rose and The Doctor make sacrifices for the sake of the greater universe(s); just as the main universe's Pete had willingly died in "Father's Day," Rose is now dead in the main universe, even though she lives in the alternate reality.

Other characters in the Who-niverse likewise sacrifice their lives in alternate universes (and indeed destroy entire alternate realities) for the sake of The Doctor and the main timeline. In "Turn Left," Rose is able to travel from Pete's World to what appears to be the main universe, but which is, in reality, a much more complex paradox. A member of the Trickster's Brigade, a large unsightly beetle that is at times conveniently invisible, attaches itself to the Tenth Doctor's companion Donna's back, and changes her life by affecting a simple life choice (turning right instead of left at an intersection). As a result, the timeline of the main universe is changed, such that Donna and The Doctor never meet, and The Doctor is killed in the Racnoss invasion. As a result those who The Doctor subsequently saved from certain death (such as companions Martha Jones and Sarah Jane Smith) die, and the entire history of Earth is changed, for example, as the spaceship replica of the Titanic crashes into London, resulting in a nuclear fireball that decimates the country. Rose is "pulled across" from Pete's World using various technologies (including the now-abandoned TARDIS) because every reality is now in peril, in order to try and get Donna to reset the timeline by consciously making the same choice she had originally made – to turn left. As Rose explains the situation to Donna, she is careful to intervene as little as possible, and never tells her name to anyone helping her, fearful that by crossing so many different realities, "the wrong word in the wrong place can change an entire causal nexus" (Davies and Harper, 2008b). While Donna protests that there is nothing special about herself, Rose disagrees, explaining that fate has intertwined Donna and The Doctor since the day Donna was born, and that both of them were needed to prevent "the stars from going out" (Ibid.), a reference to the Daleks' plot to use a reality bomb to destroy all universes and a precognition of the Doctor-Donna hybridization. It is revealed in the subsequent episodes that the convergence of The Doctor's and Donna's paths was facilitated by the prophetic Dalek Caan, who, like some of the first time travelers in Stapledon's final human species, went insane through their contact with the entirety of time. Rose convinces Donna that she has to exercise her free will and make a knowing sacrifice – Donna has to die, and with it the entire timeline. Donna does exactly this, running in front of a truck to create a traffic jam which will prevent her past self from turning right on the road.

When the timelines are reset, The Doctor realizes that the only reason Rose would be able to travel back to his universe is that the walls between realities are breaking down, and with it the entire structure of reality is threatened. In "Journey's End," Rose is briefly reunited with The Doctor, until the Doctor-Donna and the Human-Time Lord Meta-crisis destroy the Daleks and their Reality Bomb, thus saving all realities. But many characters make significant sacrifices, with

Donna's memory of The Doctor removed in order to prevent her brain from burning out, Rose's return to Pete's World, and the banishment of the Meta-crisis to Pete's World, as he was deemed too dangerous to remain in the main universe after committing genocide against the Daleks (Davies and Harper, 2008a).

The concept of willing sacrifice and the importance of such a sacrifice in maintaining the integrity of a timeline is also important in the universe of *Lost*. When he travels to the past after the implosion of the hatch, Desmond is told by Eloise Hawking that he has to break Penny's heart in order to keep history consistent. In their aforementioned 2007 podcast, Lindelof and Cuse emphasized that the entire populace of "this planet and all other planets" would be destroyed if Desmond married Penny. As previously described, Charlie Pace willingly sacrifices himself at the end of Season Three to turn off the jamming signal in The Looking Glass station in order to secure the rescue of Claire and Aaron (although the events do not exactly unfold as he expected), while John Locke makes peace with what he is repeatedly told is his fate – to willingly die in order to secure the return of Jack, Hurley, and the other remaining candidates for Jacob's replacement to the Island. Ironically, John's free will is actually in question in the end, as he is killed by Ben Linus, and the idea that he had to sacrifice himself was apparently planted in his head by none other than the evil Man in Black, in order to secure a human body to occupy as part of his plan to escape from the Island (Zbyszewski, Sarnoff, and Williams, 2009).

The series ends with a series of sacrifices, such as Jack's giving of his life to defeat the Man in Black, Hurley's agreement to become the new protector of the Island, and especially Desmond's willing agreement to be the weapon which leads to the Man in Black's demise. After being kidnapped and brought to the Island against his will by Charles Widmore (who ultimately sacrifice his own life to set this plan into action), Desmond is subjected to an intense electromagnetic field strong enough to fry an ordinary human being, but in an apparent nod to his previous experience in the Swan Station's implosion, Desmond's consciousness instead travels, but not to the past, but rather to a peculiar kind of parallel reality which in the series finale (Lindelof, Cuse, and Bender, 2010a) is revealed to be a metaphysical way-station created by the main characters in order to reunite with each other after their respective deaths and be able to work out their individual personal problems in preparation to move on to the afterlife. Therefore Desmond's experiences in the solenoid chamber represent a different kind of "out of body" experience, more akin to a near-death experience. As a result, Desmond is at peace with what is to be asked of him, and he allows himself to be captured by the Man in Black and ultimately suffers the pains of being exposed to the heart of the Island in order to temporarily extinguish it and remove the Man in Black's invincibility (Lindelof, Cuse, and Bender, 2010a). This powerful force is the very root of the electromagnetic energy that permeates the Island and is apparently responsible for many of its distinctive qualities, but which was also the cause of the Man in Black's death and apotheosis into the so-called Smoke Monster. While Desmond appears to make a conscious free choice in agreeing to expose himself to the heart of the Island to save his friends (akin to Rose's choice to expose herself to the heart of the TARDIS to save The Doctor), given the peculiar pathway which

led Desmond to this place, one can argue that although he is certainly “special,” he too may, in the end, as much of a slave to fate as the other characters of *Lost*.

Therefore, in examining the time travel plotlines in *Lost* and *Doctor Who*, we find instances of fate and free will, the pre-determined and the wild cards, and the interesting gray areas between, where the difference between the two is open to the interpretation of the individual viewer. This fuzzy dichotomy is openly embraced in the canon in *Lost* in the concepts of constants and variables, including episodes which owe their titles to these terms. In “The Constant,” Desmond becomes unstuck in time during his helicopter ride to the freighter and in the past observes Daniel’s experiments on Eloise the rat. While the rat does successfully travel to the future and return with the foreknowledge of how to run a maze, the creature soon after dies of a brain hemorrhage. Faraday explains that she couldn’t tell which was which – the future or the present. “She had no anchor” – no constant (Cuse, Lindelof, and Bender, 2008). Desmond is ultimately able to return to the present and remain there after arranging to call Penny on a prearranged date, thus acting as his constant. Likewise, after meeting Desmond in the past, Daniel Faraday wrote in his journal – the very same journal that was given to him by his mother, knowing that she would be the cause of his death - that Desmond would be his constant in the future if events ran awry.

There are a number of other “constants” in *Lost*, such as the infamous numbers, and even the heading that Daniel Faraday warns travelers to strictly adhere to when traveling to and from the Island. But equally important are the variables which exist within the series, including the ever-shifting coordinates of the Island in space and time and, most importantly, the variable of human behavior. In Season Five’s “The Variable” (Kitsis, Horowitz, and Edwards, 2009b), Faraday is finally converted from his belief that they are impotent to change the timeline by the realization that because they possess free will, humans are the variables that can change destiny. He intends to put this belief to the test through his plan to use the detonator of the “Jughead” hydrogen bomb to prevent the original “incident” at the Swan Station, thus, he believes ultimately reversing the need to degauss the station’s continual build-up of electromagnetic radiation through the pushing of the computer button, and ultimately preventing the crash of Oceanic 815 on the Island. However, in typical *Lost* style, Daniel’s seeming act of free will precisely leads to the fulfillment of his fate (to die at his mother’s hand) and explosion of the bomb does not prevent the incident, but only provides the energy to return the main characters to the present where they can continue on the path which leads them to their ultimate individual fates. Ironically, it is in “The Variable” that the true extent to which Daniel’s life has been directed toward this end is revealed. From the moment his mother Eloise Hawking accidentally kills him (when she is actually pregnant with him), his life has been directed by his mother in such a way as to lead him to become a physicist who specializes in time travel and makes his way to the Island so that he can be killed by his mother, thus keeping the timeline consistent. It is this same single-minded determination to keep the Island’s timeline intact that is reflected in Hawking’s insistence that Desmond not change history by proposing to Penny during his post-implosion time travel. *Lost* producer Damon Lindelof has

described Eloise Hawking as a kind of “temporal policeman in place to make sure that everybody who is supposed to get to the Island does,” and that this role is related to the series’ meta-theme of fate versus free will (lostpedia.wikia.com/wiki/Eloise_Hawking).

Fortunately for viewers of *Doctor Who*, while one can certainly debate the extent to which free will is perfectly free of any taint of coercion by destiny (especially in the case of the Doctor-Donna symbiosis), there are clear constants which help to steady the viewer within the potentially dizzying world of continual space-time travel and periodic transmutations of The Doctor from one incarnation to another. The unchanging appearance of the TARDIS (with its broken Chameleon Circuit) is certainly one constant, as is Rose’s unwavering love for The Doctor. Rose herself is an important constant throughout the first season of the New Series, in her so-called Bad Wolf manifestation after being imbued with energy from the heart of the TARDIS. Throughout the previous episodes of the season, references to “bad wolf” appeared without explanation, for example as graffiti spray-painted on the TARDIS in “Aliens of London” (Davies and Boak, 2005), the call sign of Harry van Stratten’s helicopter in “Dalek” (Shearman and Ahearne, 2005), and the name of the nuclear power plant project in “Boom Town” (Davies and Ahearne, 2005b). In the first part of the season finale, entitled “Bad Wolf,” the term is revealed to be the name of a corporation running the Game Station space station. In the second half of the finale, “The Parting of the Ways,” Rose is spurred into a desperate attempt to use the TARDIS to rescue The Doctor when she sees “Bad Wolf” repeatedly written across her neighborhood and realizes that it is an encouraging message rather than a warning (Davies and Ahearne, 2005c).

When Rose – now filled with the knowledge and power of the heart of the TARDIS - returns to the station, she calls herself “the Bad Wolf. I create myself. I took the words. I scattered them in time, in space. A message, to lead myself here” (Davies and Ahearne, 2005c). With a wave of her hand, the words are indeed scattered throughout the space-time continuum, a secret message to herself which completes the loop of causality. Rose has therefore become her own constant, leading herself to this moment in time when she can save The Doctor, combining free will with fate in a complex way which both entertains and challenges the viewers. Likewise, the viewers of *Lost* were taken on an exhilarating six-year ride through a much more limited section of space and time, but one which also bent the rules of science while still remaining true to many of the paradoxes and philosophical underpinnings with which academics continue to struggle today. This is perhaps the most important constant of both series, and at one of many intersecting reasons for the success of both.

Works cited

- Cornell, P. (Screenplay) Ahearne, J. (Director) (2005) *Father’s Day* in Newman, S, Webber, C.E., and Wilson, D. (Creators) *Doctor Who*. UK, BBC.
- Cuse, C. and Lindelof, D. (Screenplay) Roth, B. (Director) (2009) *Whatever Happened, Happened* in Abrams, J.J. (Creator) *Lost*. EEUU, ABC.

PREVIOUSLY ON

- Davies, R.T. (Screenplay) Ahearne, J. (Director) (2005a) *Bad Wolf* in Newman, S, Webber, C.E., and Wilson, D. (Creators) *Doctor Who*. UK, BBC.
- Davies, R.T. (Screenplay) Ahearne, J. (Director) (2005b) *Boom Town* in Newman, S, Webber, C.E., and Wilson, D. (Creators) *Doctor Who*. UK, BBC.
- Davies, R.T. (Screenplay) Ahearne, J. (Director) (2005c) *The Parting of the Ways* in Newman, S, Webber, C.E., and Wilson, D. (Creators) *Doctor Who*. UK, BBC.
- Davies, R.T. (Screenplay) Boak, K. (Director) (2005) *Aliens of London* in Newman, S, Webber, C.E., and Wilson, D. (Creators) *Doctor Who*. UK, BBC.
- Davies, R.T. (Screenplay) Harper, G. (Director) (2006a) *Army of Ghosts* in Newman, S, Webber, C.E., and Wilson, D. (Creators) *Doctor Who*. UK, BBC.
- Davies, R.T. (Screenplay) Harper, G. (Director) (2006b) *Doomsday* in Newman, S, Webber, C.E., and Wilson, D. (Creators) *Doctor Who*. UK, BBC.
- Davies, R.T. (Screenplay) Harper, G. (Director) (2008a) *Journey's End* in Newman, S, Webber, C.E., and Wilson, D. (Creators) *Doctor Who*. UK, BBC.
- Davies, R.T. (Screenplay) Harper, G. (Director) (2008b) *Turn Left* in Newman, S, Webber, C.E., and Wilson, D. (Creators) *Doctor Who*. UK, BBC.
- Davies, R.T. (Screenplay) Lyn, E. (Director) (2010) *The End of Time* in Newman, S, Webber, C.E., and Wilson, D. (Creators) *Doctor Who*. UK, BBC.
- Davies, R.T. and Ford, P. (Screenplay) Harper, G. (Director) (2009) *The Waters of Mars* in Newman, S, Webber, C.E., and Wilson, D. (Creators) *Doctor Who*. UK, BBC.
- Deutsch, D. (1997) *The Fabric of Reality*, New York: Penguin Books.
- Dunne, J.W. (1939) *The New Immortality*, New York: Harper and Brothers Publishers.
- Dunne, J.W. (2001) *An Experiment with Time*, 3rd edition, Charlottesville, VA: Hampton Roads.
- Everett III, H. (1957) 'Relative State Formulation of Quantum Mechanics,' *Reviews of Modern Physics* vol. 29, no. 3, pp. 454-462.
- Hawking, S. (n.d.) *Space and Time Warps*, [Online], Available: <http://www.hawking.org.uk/index.php/lectures/63> [8 Dec 2010].
- Kitsis, E. and Horowitz, A. (Screenplay) Edwards, P. (Director) (2009a) *This Place is Death* in Abrams, J.J. (Creator) *Lost*. EEUU, ABC.
- Kitsis, E. and Horowitz, A. (Screenplay) Edwards, P. (Director) (2009b) *The Variable* in Abrams, J.J. (Creator) *Lost*. EEUU, ABC.
- Kitsis, E. and Horowitz, A. (Screenplay) Williams, S. (Director) (2007) *Greatest Hits* in Abrams, J.J. (Creator) *Lost*. EEUU, ABC.
- Lindelof, D. and Cuse, C. (20 Feb. 2007) *Podcast*, [Online] Available: <http://abc.go.com/primetime/lost/podcast> [21 Feb 2007].
- Lindelof, D. and Cuse, C. (Screenplay) Bender, J. (Director) (2008) *The Constant* in Abrams, J.J. (Creator) *Lost*. EEUU, ABC.
- Lindelof, D. and Cuse, C. (Screenplay) Bender, J. (Director) (2010a) *The End* in Abrams, J.J. (Creator) *Lost*. EEUU, ABC.
- Lindelof, D. and Cuse, C. (Screenplay) Bender, J. (Director) (2010b) *Happily Ever After* in Abrams, J.J. (Creator) *Lost*. EEUU, ABC.

PREVIOUSLY ON

Lindelof, D. and Cuse, C. (Screenplay) Williams, S. (Director) (2009) *Because You Left* in Abrams, J.J. (Creator) *Lost*. EEUU, ABC.

Lindelof, D. and Goddard, D. (Screenplay) Bender, J. (Director) (2007) *Flashes Before Your Eyes* in Abrams, J.J. (Creator) *Lost*. EEUU, ABC.

X. History and Nostalgia.

Las series bélicas de la HBO: *Band of Brothers* (2001) y *The Pacific* (2010)

Alejandro Pardo

A lo largo de sus cuatro décadas de existencia, la HBO se ha consolidado como referente de calidad en lo que a contenidos de ficción se refiere, tanto telefilmes como series y miniseries. Entre estas últimas, destacan *Band of Brothers* (*Hermanos de sangre*, 2001) y *The Pacific* (2010), ambientadas en la Segunda Guerra Mundial. Gracias a su esmerada puesta en escena, su brillante realización y sus sobresalientes valores de producción, estos relatos bélicos constituyen un ejemplo del terreno cada vez más fronterizo entre el cine y la televisión. En el origen de ambos proyectos confluyen dos factores: por un lado, la mencionada “imagen de marca” que HBO se ha labrado como productor de ficción televisiva de altos estándares; y por otro, el renovado interés por “revisitar” la Segunda Guerra Mundial surgido en los últimos años.

Ambas miniseries poseen varios rasgos en común y, al mismo tiempo, notables diferencias. Tanto una como otra comparten los mismos promotores (Tom Hanks y Steven Spielberg), una misma temática –el retrato descarnado y épico a un tiempo de un grupo de marines norteamericanos durante la Segunda Guerra Mundial– y los mismos cánones formales –estilo documental hiperrealista, heredero de *Salvar al soldado Ryan*. Por otro lado, difieren en los escenarios que recrean –la guerra en Europa y en el Pacífico–, el distinto discurso narrativo –una madeja argumental homogénea, en el caso de *Band of Brothers* y varias historias no siempre bien hilvanadas en el caso de *The Pacific*– y, sobre todo, el diferente sentido de heroísmo que transmiten. En las siguientes páginas, abundaremos en estas semejanzas y diferencias entre *Band of Brothers* y *The Pacific*, desde el punto de vista formal y de contenido.

“No es TV: es HBO”

Las relaciones entre cine y televisión, desde la aparición de este último medio, han sido tan prolíficas como singulares. En la historia particular de este “matrimonio de conveniencia” entre la grande y la pequeña pantalla ha desempeñado un papel destacado el canal de televisión norteamericano Home Box Office (HBO). Desde su creación a finales de 1972, HBO se ha distinguido por su apuesta en favor de contenidos de ficción de gran calidad, tanto telefilmes como miniseries, caracterizadas temáticamente por abordar asuntos controvertidos y, desde el punto de vista de producción, por sus elevados presupuestos y la participación de talentos creativos de prestigio –guionistas, directores y actores– (Cascajosa, 2005: 103-4; Edgerton, 2008). Hasta tal punto es así, que el eslogan “No es TV: es HBO” refleja algo más que un reclamo publicitario: se ha convertido en un signo distintivo de calidad y en un caso de estudio de la historia de la televisión estadounidense (Edgerton & Jones, 2008; Leverette, Ott & Buckley, 2008).

A través de los sellos HBO Films y HBO Miniseries, este canal televisivo ha pasado a ser un referente del cine independiente, atrayendo a conocidos cineastas interesados en llevar a

la pantalla proyectos de singular interés. Nombres como Tom Hanks, Steven Spielberg, Mike Nichols o Martin Scorsese –procedentes del ámbito cinematográfico– han puesto su talento al servicio de esta casa, al igual que otros insignes genios televisivos como David Chase, Larry David, Frank Oz, David Simmons y Ed Burns. Gracias a ellos, HBO ha potenciado la producción de telefilmes, series y miniseries, cuidadosamente seleccionados, realizados con los más altos estándares de calidad y dirigidos a un público exigente, logrando así una lograda simbiosis entre “autoría” (control de los creadores), “producción cultural” (las series y miniseries resultantes) y “aristocracia de la cultura” (el perfil del público a que se dirigen), tal y como explica Christopher Anderson (2008: 23-41). En síntesis, como este mismo autor señala, “HBO ha contribuido a consolidar la legitimidad y la autoridad cultural de quienes se refieren a las series televisivas como obras de arte” (ibid: 38).

En concreto, en el capítulo de miniseries destacan –aparte de las que trataremos aquí– *De la tierra a la luna* (*From the Earth to the Moon*, 1998), basada en la carrera espacial; *The Corner* (2000), un drama sobre el mundo de la droga; *Angels in America* (2003), un original mosaico de historias alrededor del SIDA; y *John Adams* (2008), un *biopic* sobre el segundo presidente norteamericano. Aparte de estas, sobresalen otras tres de temática bélica: *Band of Brothers* (*Hermanos de sangre*, 2001), *Generation Kill* (2008) y *The Pacific* (2010). Mientras la primera y la tercera cubren sendos escenarios de la Segunda Guerra Mundial (Europa y el Pacífico), la segunda se centra en los primeros días de la invasión norteamericana de Irak. Todas ellas, coproducidas con otras compañías, ilustran de modo ejemplar este carácter de producto híbrido entre cine y televisión que ha marcado el sello HBO (Schazt, 2008).

Recuperar la memoria histórica

Respecto del resurgir del interés cinematográfico por la Segunda Guerra Mundial, pueden señalarse los años 90 como una década emblemática, con *La lista de Schindler* (*The Schindler's List*, S. Spielberg, 1993) al inicio y *Salvar al soldado Ryan* (*Saving Private Ryan*, S. Spielberg, 1998) al final. A partir de entonces, otros muchos proyectos cinematográficos –tanto en Estados Unidos como en Europa– han ido explotando este mismo filón de modo regular hasta nuestros días. Quizá no sea casualidad que Segunda Guerra Mundial siga arrojando un halo singular en la mente colectiva americana y mundial. Según Thomas Schatz, “el cine sobre la Segunda Guerra Mundial se ha convertido en un estándar moral y temático con el que se han medido el resto de películas sobre guerras, sin conseguir superarlo” (2002: 75-6).

Para Stephen E. Ambrose, historiador norteamericano especializado en este conflicto bélico, la nueva vuelta a la Segunda Guerra Mundial se debe a dos factores: por un lado, el cambio de actitud de los propios veteranos; y, en segundo término, el despertar de una nueva conciencia americana, deseosa de rendir tributo a sus héroes anónimos. Con referencia al primer aspecto, señala Ambrose:

Muchos excombatientes se han dado cuenta de que no les queda mucho tiempo en esta tierra y,

por vez primera, han comenzado a hablar sobre sus experiencias. Cuando eran jóvenes soldados recién llegados del frente, no querían ni pensar en el infierno que habían vivido. Ahora, advierten que sus nietos están verdaderamente interesados en conocer esas historias, y si ellos no las cuentan, se irán con ellos a la tumba (HBO, 2001a).

Al mismo tiempo, Ambrose piensa que ha renacido en el país el interés por su propia historia:

La gente joven no quiere oír hablar de los años 60 y 70 porque todo se reduce al movimiento por los derechos civiles, los derechos de la mujer, Vietnam... Ahora, 25 años más tarde, estos temas ya no son los principales. Los jóvenes se dan cuenta de que está viviendo en el país más libre y rico que nunca han conocido, y eso se lo deben a alguien. ¿De dónde ha venido esa riqueza y esa libertad? Esta pregunta supone un giro de 180 grados en la actitud con que últimamente se ha mirado la historia de este país. Y la Segunda Guerra Mundial es el mayor acontecimiento del siglo que acabamos de concluir, y la respuesta a algunas de estas cuestiones (ibid.).

Herederas de *Salvar al soldado Ryan*

De entre todos los filmes que representan el renacer del cine bélico, *Salvar al soldado Ryan* ocupa sin duda un lugar preeminente. La película de Steven Spielberg, protagonizada por Tom Hanks, se convirtió en un referente para el público y la crítica, convirtiéndose además en una de las diez películas más taquilleras del año, además de una de las más premiadas (5 Oscars y un total de 11 nominaciones). Como fruto de este éxito, Tom Hanks y Steven Spielberg decidieron prolongar su homenaje a los soldados americanos que dejaron su vida en Europa durante la Segunda Guerra Mundial. Ambos querían adaptar alguno de los libros de Ambrose, quien ya les había servido de fuente de inspiración en la anterior película. Uno de los libros de Ambrose, *Band of Brothers*, recogía la historia de la Compañía Easy, una unidad de élite del ejército americano (506 Regimiento de Infantería Paracaidista, 101ª División Aerotransportada) que fue lanzada sobre Normandía el 'Día D', luchó palmo a palmo por la liberación de Europa, y pasó a los anales bélicos como una de las mejores unidades militares estadounidenses. El relato de Ambrose venía a ser un claro ejemplo de cómo podía narrarse en tonos épicos y conmovedores el heroísmo de tantos combatientes durante la segunda contienda bélica mundial. De este modo lo entendieron Spielberg y Hanks, que no dudaron en considerar este relato como una magnífica materia prima para su adaptación a la pequeña pantalla. A este respecto, recuerda Ambrose:

Lo que más les gustó de mi libro fue el hecho de centrarse en una compañía ligera de infantería, en la personalidad y acciones de esos hombres (...). Buscaban era la experiencia del soldado individual. Querían saber qué hicieron, y cómo fueron capaces de hacerlo (2001: 14).

El proyecto finalmente adquirió una forma un tanto atípica: una miniserie de televisión de formato cinematográfico, producida para la HBO. De este modo, *Band of Brothers* puede considerarse un producto derivado (*spin-off*) de *Salvar al Soldado Ryan*, aunque no se trate de un ejemplo al uso. Como señala Concepción Cascajosa, los *spin-offs* son el resultado de “un procedimiento de transformación temática a través del cual un personaje tiene mayor importancia en el sistema

de valores del hipertexto de lo que tenía en el hipotexto” (2006: 125). Dicho en términos más simples, un personaje (de la serie o película original) se gana, por decirlo así, su derecho protagonizar su propia serie gracias a la simpatía, interés o popularidad que despierta. No es éste el caso que nos ocupa. La coincidencia entre la película de Spielberg y la miniserie promovida por Hanks es meramente temática y formal. No existe conexión alguna entre personajes o acontecimientos concretos recogidos en ambos relatos audiovisuales. Sin embargo, quizá no sea mera casualidad que el catalizador de historia de *Salvar al soldado Ryan* –la búsqueda de un soldado que ha perdido varios hermanos en la guerra, para devolverlo sano y salvo a casa– aparezca en el libro *Band of Brothers*.

The Pacific supuso un paso más en esta misma línea. Cuando se estrenó *Band of Brothers*, Steven Spielberg, Tom Hanks y Gary Goetzman (productores ejecutivos) recibieron abundantes cartas y correos electrónicos de veteranos que animaban a que sus historias se llevaran también a la pantalla. Recuerda Spielberg:

Quando *Band of Brothers* se estrenó, muchos veteranos que habían combatido en el Pacífico se pusieron en contacto con nosotros y nos dijeron: “¿Y qué pasa con nosotros? También jugamos un papel importante en la guerra” (HBO, 2010).

Y Tom Hanks corrobora:

Nos llegaron cartas de todo el mundo: “No habéis mostrado Italia... No habéis enseñado nada de las Aleutianas... Sin embargo, mientras rodábamos *Band of Brothers* pensamos que sería imposible hacer lo mismo sobre el Pacífico” (Rodman, 2010).

Por fortuna, tras el éxito de *Band of Brothers*, la propia HBO animó a Spielberg y Hanks a pensar en otra serie similar en un escenario bélico distinto. La campaña del Pacífico pareció la más adecuada por su papel estratégico en la contienda mundial.

A diferencia de *Band of Brothers*, no existía una sola fuente que adaptar. Tras leer varios libros y otros documentos, decidieron apoyarse en dos testimonios singularmente emotivos: *With the Old Breed: At Peleliu and Okinawa*, de Eugene Sledge y *Helmet for My Pillow: From Parris Island to The Pacific*, de Robert Leckie. A estos dos recopilaciones de memorias se une la historia de John Basilone, héroe de guerra en Guadalcanal y muerto en Iwo Jima tras solicitar su regreso al frente del Pacífico, según se relata en el libro *Red Blood, Black Sand*, escrito por Chuck Tatum, quien luchó junto a Basilone en Iwo Jima. Si en la anterior miniserie el nombre de Stephen Ambrose había sido garantía de rigor histórico, *The Pacific* contó con el asesoramiento de su hijo Hugh Ambrose.

En consecuencia, si *Band of Brothers* puede considerarse un productor derivado de *Salvar al soldado Ryan*, *The Pacific* –a su vez– surge como continuación de *Band of Brothers*. Sin embargo, la relación temática y formal entre ambas miniseries es menor que la existente entre la película de Spielberg y la primera de ellas. En cualquier caso, esta cadena de derivaciones representa un caso atípico en la historia reciente de la televisión.

A continuación analizaremos las principales semejanzas y diferencias entre *Band of Brothers* y *The Pacific*.

Dos miniseries paralelas

Los paralelismos más evidentes que pueden establecerse entre ambas miniseries se centran en su temática, su textura formal y su planteamiento de producción. Comenzaremos por este último.

Un mismo equipo promotor para dos superproducciones

La producción ejecutiva de ambas miniseries coincide en los principales protagonistas. En ambos casos, los promotores fueron Tom Hanks y Gary Goetzman (a través de su productora Playtone), y Steven Spielberg (Dreamworks). Hanks había colaborado anteriormente con HBO en la miniserie *De la tierra a la luna* (1998), realizada a partir del éxito de *Apolo XIII* (Ron Howard, 1995), en la que el propio Hanks había actuado como productor ejecutivo. En sus propias palabras:

Guardaba un grato recuerdo de mi anterior experiencia con HBO. Habíamos hecho una serie similar. Entendían el tipo de autenticidad que buscábamos y estaban dispuestos a saltarse todas las reglas que hiciera falta para permitirnos hacer la serie como pensábamos que había que hacerla (HBO, 2001b).

Y así fue, en efecto, porque tanto *Band of Brothers* como *The Pacific* adoptaron un formato poco convencional en el caso de miniseries televisivas: diez episodios de entre 50 y 70 minutos de duración –que también seguiría *John Adams*, otra miniserie producida por Tom Hanks para la HBO.

Desde el punto de vista empresarial, ambas miniseries se estructuraron como una coproducción entre HBO, Playtone y Dreamworks, a las que se sumaron la BBC en el caso de *Band of Brothers* y Seven Network (Australia) y Sky Movies (Reino Unido) en el caso de *The Pacific*. Así pues, la producción ejecutiva recayó sobre el grupo formado por Tom Hanks-Gary Goetzman (Playtone), Steven Spielberg (Dreamworks) y Eugene Kelly (HBO). A ellos se unió Tony To, un joven cineasta vietnamita formado a la sombra de Spielberg. Este núcleo constituía “the driving creative force”, como se autodenominaron (ibid.), y en torno a ellos se configuraron el resto del equipo de ambas miniseries. Aparte, contaban con el permanente asesoramiento histórico del propio Stephen Ambrose (en el caso de *Band of Brothers*, donde figura también como productor ejecutivo) y de su hijo Hugué (con respecto a *The Pacific*).

Ambas miniseries contaron con un amplio equipo de directores y guionistas, que trabajaron en uno o dos capítulos. En el caso de *Band of Brothers*, entre los guionistas abundaban jóvenes talentos como Erik Jendresen, Bruce C. McKenna, John Orloff, Max Fye o Erik Bork, y algún consolidado profesional como Graham Yost (*Speed*, 1994). Y entre los directores, figuran veteranos cineastas como Phil Alden Robinson (*Campo de sueños*, 1989) Richard Loncraine (*Ricardo III*, 2001) o Mikael Salomon (*Hard Rain*, 1998) y otros realizadores curtidos en televisión como David Frankel (*De la tierra a la luna*), David Nutter (*Urgencias*, *Expediente X*, *Millenium*)

o David Leland. Incluso dos de los productores ejecutivos, Tom Hanks y Tony To, se pusieron detrás de las cámaras en sendos capítulos.

En cuanto a *The Pacific*, Graham Yost y Bruce McKenna asumieron mayor responsabilidad ya que, además de ser guionistas, actuaron como productores ejecutivos. Además, Yost llegó a dirigir un episodio. Junto a ellos, trabajaron brillantes guionistas como, George Pelicanos (*The Wire*), Larry Andries (*A dos metros bajo tierra*, *Sobrenatural*), Michelle Ashford (*Metrópolis*, *John Adams*) y Robert Schenkkan (*The Andromeda Strain*). En cuanto a la dirección, repitieron sólo David Nutter y Tony To, y se incorporaron otros veteranos realizadores que ya habían trabajado para la HBO como Tim Van Patten (*Roma*, *Los Soprano*), Jeremy Podeswa (*A dos metros bajo tierra*, *Roma*, *Los Tudor*) y Carl Franklin (*Roma*).

Ambas miniseries se articularon sobre un planteamiento de producción ambicioso, en el tiempo de rodaje y en la escala presupuestaria. El despliegue de medios es tan abrumador que ciertamente puede afirmarse la naturaleza cinematográfico-televisiva de estas dos miniseries.

Band of Brothers se rodó durante diez meses (1999-2000), y contó con un presupuesto de 120 millones de dólares. En su momento, se convirtió en la serie más cara jamás producida para la televisión. Para hacerse cargo de su escala presupuestaria, baste decir que el coste medio por episodio de esta miniserie (12 millones de dólares) superaba en diez veces el coste medio de hora de ficción televisiva en Estados Unidos, y en tres o cuatro veces el coste de otras producciones televisivas de la HBO como *Los Soprano*. A ello hay que sumar otros 15 millones de dólares en promoción y marketing (Carter, 2001). La BBC aportó 7 millones de libras esterlinas (unos 10,1 millones de dólares). Toda la filmación tuvo lugar en Inglaterra (salvo algunas escenas en Suiza, recreando Austria) y contó con un equipo casi enteramente británico. Las ventajas fiscales ofrecidas por el gobierno de este país y el apoyo del ejército fueron argumentos decisivos para esta opción (Garner, 1999).

Por su parte, el rodaje de *The Pacific* se extendió de agosto de 2007 a finales de mayo de 2008 en Australia, con un presupuesto cercano a los 150 millones de dólares. De nuevo, HBO marcaba un hito en lo que a costes de producción se refiere. Casi toda la miniserie se rodó en Melbourne y alrededores. Se trató de la producción televisiva más cara filmada en Australia, y supuso más de 4.000 puestos de trabajo y una inyección de unos 180 millones de dólares australianos (unos 175 millones de dólares estadounidenses) en la economía local (Bodey, 2007).

Por lo demás, el ritmo de rodaje en ambos casos fue frenético, dadas las condiciones de producción. Así lo recuerda Richard Loncraine, director de uno de episodios de *Band of Brothers*:

Teníamos 25 días para rodar una hora de acción dramática que supuestamente debía tener la calidad de *Soldado Ryan*. Sólo contábamos con tres semanas de preproducción, tres de rodaje y tres de edición. Eran unas condiciones muy difíciles de asumir (Hewitt, 2001: 30).

Héroes anónimos ante la traumática experiencia de la guerra

Más allá de la espectacular escala de producción, tanto *Band of Brothers* como *The Pacific* ofrecen una misma temática: el relato de dos campañas militares diferentes dentro de la Segunda Guerra mundial, a través de los ojos de unos cuantos soldados norteamericanos; un relato lo más veraz y riguroso posible, con sus luces y sus sombras. Se trata en ambos casos de una gesta épica, donde queda retratada el valor y el heroísmo de unos hombres corrientes. En efecto, aquellos soldados norteamericanos parecían hechos de una raza especial. Eran jóvenes procedentes de los más remotos rincones de Estados Unidos. Se habían alistado como voluntarios, movidos por el ideal patriótico y el sentido del deber. Y sobre todo pertenecían a una generación templada en la adversidad –los años difíciles de la Depresión–, gracias a la cual desarrollaron un arraigado instinto de supervivencia compatible con la camadería más estrecha, un extraordinario espíritu de sacrificio y un envidiable carácter combativo (Schatz, 2002: 75).

Sin embargo, aquellos reclutas voluntarios, llenos de juventud, idealismo y un sano sentimiento patriótico, sufrirían pronto los horrores de la guerra: el alto precio de Normandía, el calvario de Las Ardenas, la espeluznante visión del campo de concentración de Dachau, en el caso de los hombres de la Easy Company; la salvaje batalla de Guadalcanal, la toma del aeródromo de Peleliu, el infierno de Iwo Jima y Okinawa, en el caso de los marines que combatieron en el Pacífico. Aquellas terribles experiencias no dejarían sus almas incólumes. Como si fuera una trágica ironía del destino, varios de aquellos hombres que habían soportado lo indecible y habían sobrevivido milagrosamente a varios combates, fueran incapaces de reinsertarse luego en la vida familiar y social. Algunos incluso tuvieron un final trágico. Ambas series así lo confirman. Para Stephen Ambrose, no es sino un síntoma de honradez: “Me alegra especialmente que hayan respetado la verdad, incluso cuando esa verdad no era favorable a los americanos, porque así ocurrió en algunos momentos de la guerra” (HBO, 2001c).

A la hora de adaptar las historias personales, fue crucial el testimonio de excombatientes. Al perseguir el máximo rigor histórico, ambas miniseries no sólo recogen los acontecimientos menudos y relevantes con fidelidad –aunque se permita algunas licencias dramáticas–, sino que logran transmitir también el lado más humano de la guerra a través de los ojos de un grupo de combatientes. La elaboración de los guiones fue cuidadosamente supervisada por Spielberg y Hanks, que buscaron en todo momento el visto bueno de los asesores históricos. A este respecto, recuerda Stephen Ambrose en el caso de la producción de *Band of Brothers*:

Me impresionó el empeño que ponían para ser rigurosos. Me enviaban los guiones de cada episodio y atendían a mis comentarios, aunque no soy ni mucho menos un guionista (...). También enviaron los guiones a los protagonistas reales de la historia, los hombres de la Compañía Easy, y les entrevistaron para obtener de ellos más información (Ambrose, 2001: 13).

En cuanto a *The Pacific*, también Tom Hanks subraya “la ingente labor de documentación que realizamos para ofrecer un riguroso retrato histórico” (HBO, 2010). En este caso, y al contrario de *Band of Brothers*, los protagonistas directos (Robert Leckie, Eugene Sledge y John Basilone)

habían fallecido, pero contaban con un testimonio directo (caso de Leckie y Sledge) o a través de un testigo de primera fila (el soldado Chuck Tatum, con respecto a Basilone).

En relación a este aspecto debe mencionarse también la inusual mezcla de realidad y ficción que presenta ambas miniseries. En concreto, el hecho de introducir al inicio de cada capítulo varios fragmentos de documentales de guerra de la época, alternados con entrevistas a los veteranos –rememorando en ambos casos sucesos relacionadas con los acontecimientos específicos del episodio en cuestión– actúa en la conciencia del espectador como un eficaz reclamo de verosimilitud. Así lo pone de manifiesto Thomas Schatz, en referencia a *Band of Brothers*:

El efecto de esta herramienta narrativa resulta bastante impresionante. Logra personalizar la narración e inyectar un sentido de realismo documental, a la vez que va señalando eficazmente los hitos dramáticos y el subtexto temático del episodio en cuestión. Según la serie avanza, nos vamos familiarizando tanto con los veteranos como con los personajes dramatizados, y de una manera extraña unos y otros, las caras veteranas y jóvenes de la Compañía Easy, se funden gradualmente. Sólo por esto *Band of Brothers* es una serie digna de verse. Consigue aunar con éxito el complejo juego de tiempo y recuerdo, amor y pérdida, culpa y rechazo –el mismo efecto que Spielberg había intentado lograr sin éxito al incluir la escena del cementerio al principio y al final de *Salvar al soldado Ryan* (Schatz, 2002: 76).

Sólo al final descubriremos que esos rostros anónimos corresponden a los auténticos protagonistas de aquellos acontecimientos, los veteranos de la Compañía Easy y algunos de los hombres que combatieron en el Pacífico. Entre los primeros, desfilan Richard (Dick) Winters, Lewis Nixon, C. Carwood Lipton, Bill Guarnere, Donald Malarkey, Lynn ‘Buck’ Compton, Denver ‘Bull’ Randleman, George Luz, Frank Perconte, Joseph Toye, Edward ‘Babe’ Heffron, Darrell ‘Shifty’ Powers, Ronald Speirs o Robert ‘Popeye’ Wynn. Entre los segundos, menos numerosos, aparecen Sidney Phillips y R.V. Burguin, junto a Richard Creer.

Cánones formales: hiperrealismo cinematográfico junto a un tono nostálgico y épico

Desde un punto de vista formal, tanto *Band of Brothers* como *The Pacific* siguen fielmente los cánones estéticos de *Salvar al soldado Ryan*: un retrato crudamente realista de la guerra, a través de los ojos de unos cuantos soldados y con un cuidado estilo documental. La fotografía desvaída, la profusión de la cámara al hombro, así como la impresionante coreografía de los combates hacen de esta serie un digno émulo de su predecesor. En este sentido, como promotor de ambos proyectos, Spielberg marcó unas pautas muy claras: quería reflejar en todo momento el punto de vista del soldado americano. Algunas reglas de estilo que dejó establecidas fueron, por ejemplo, el mínimo uso de grúas, evitar los planos subjetivos del enemigo, o la ausencia de cámara lenta (Oppenheimer, 2001:33). Tony To, uno de los productores ejecutivos, corrobora:

Steven estableció una pauta tan eficaz en *Salvar al soldado Ryan* que todos decidimos usar ese mismo lenguaje y estilo visual, creado gracias a la cámara al hombro, las tomas subjetivas, el montaje fraccionado, etc. Ayuda a ofrecer la visión más cruda de la batalla. A partir de estas

PREVIOUSLY ON

pautas básicas dejábamos que cada director desarrollara algo nuevo, algo que acabara siendo identificable con la serie (HBO, 2001b).

La factura final de ambas miniseries poco tiene que envidiar a la película de Spielberg. La fotografía de Remi Adefarasin (nominado a un Oscar por *Elizabeth*, 1998), presente en las dos series, junto a Joel Ransom (*Band of Brothers*) y Stephen Windon (*The Pacific*) emulan la del maestro Janusz Kaminski en su textura de documental envejecido. El montaje trepidante y fraccionado de Billy Fox, Oral Ottey, Frances Parker y John Richards (*Band of Brothers*), así como de Alan Cody, Marta Evry y Edward Warschilka (*The Pacific*) siguen los cánones de Michael Kahn. Otro tanto cabría afirmar de la cuidada sonorización, a cargo de Paul Conway, Ross Adams y Andy Kennedy (*Band of Brothers*), por un lado; y de Tom Belfort, Benjamin Cook y Daniel Irwin (*The Pacific*), por otro. El silbido de las balas cruzando de un lado a otro de la pantalla, las continuas explosiones, el martilleo de las ametralladoras o el sonido sordo de los impactos logran crear una atmósfera envolvente y aterradora. De igual modo, la ingente “pirotecnia visual” de disparos y explosiones, bajo la responsabilidad de Joss Williams en ambos casos, merece una mención expresa en este punto.

Todos estos recursos buscan potenciar, ante todo, el “estilo brutalmente realista” (Oppenheimer, 2001: 33) que puso de moda la película de Spielberg especialmente en las escenas de combate. Si bien es cierto que *Salvar al soldado Ryan* marcó un hito en el modo de filmar la lucha cuerpo a cuerpo en los combates, *Band of Brothers* y *The Pacific* van más allá en su crudo retrato de la guerra, no sólo por la mera espectacularidad de la puesta en escena, sino por su capacidad de lograr que el público se ponga en la piel de aquellos combatientes.

Es difícil no sobrecogerse, viendo *Band of Brothers*, ante secuencias como el salto en paracaídas sobre Normandía, en medio de un cielo oscuro iluminado intermitentemente por el denso fuego antiaéreo, mientras la cámara actúa como un paracaidista más que salta del avión y queda suspendida en el aire en medio de aquel infierno. O el ataque al puesto de artillería alemán en Brecourt Manor, rodado con el intrépido estilo de un reportero de guerra que acompañara a los soldados cámara en mano. Lo mismo ocurre con el asalto a la pequeña ciudad de Carentan, visualmente deudora de la última secuencia bélica de *Salvar al soldado Ryan*. O, finalmente, los bombardeos sistemáticos en Bastogne y el ataque final a la ciudad de Foy, en medio de los campos nevados.

También *The Pacific* incluye unos ejemplos abundantes de esta verosímil recreación del combate. El espectador vive en carne propia la brutalidad y el desconcierto de los enfrentamientos nocturnos en Guadalcanal, donde en ningún momento vemos al enemigo y donde el combate adquiere un tono fantasmal y casi estroboscópico, a la luz de los continuos e intermitentes fogonazos. El desembarco en Peleliu, en una larga toma subjetiva a bordo de un vehículo anfíbio, desde el interior del barco hasta la playa, permite toparse en primera persona con aquel sobrecogedor escenario bélico, muy similar al vivido en Omaha Beach. Otro tanto cabría afirmar

de la toma del aeródromo de Peleliu, visualmente narrada con maestría suficiente como para que sentir en carne propia la locura de aquella misión suicida. O, en fin, la batalla de Iwo Jima, narrada de modo fragmentado y caótico, en rápidos y desesperados *flashes* cámara en mano, bajo una lluvia de fuego y ceniza.

Estas crudas escenas bélicas se combinan con otros momentos de tranquilidad o calma antes de la tormenta. Tanto en *Band of Brothers* como en *The Pacific* abundan las secuencias previas al combate, o de descanso entre una batalla y otra, en entornos militares, urbanos o familiares, donde la textura visual cambia de registro y adquiere unos tintes nostálgicos y al mismo tiempo épicos. La fotografía se vuelve preciosista, con abundancia de tonos ámbar, y recuerda un pasado glorioso que no volverá, una época idealista y, al mismo tiempo, trágica.

Este sentimiento épico y nostálgico está magistralmente subrayado por los títulos de crédito y la banda sonora, muy similares en ambos casos en cuanto al estilo. En cuanto a *Band of Brothers*, la música corresponde a Michael Kamen (nominado al Oscar por *Robin Hood, príncipe de ladrones*, 1991; y *Don Juan de Marco*, 1995), mientras que en el caso de *The Pacific*, viene firmada por alguien de la talla de Hans Zimmer (Oscar por *El rey León*, 1995, y nominado otras siete veces), junto a Blake Neely y Geoff Zanelli.

Sin duda alguna, los espectadores de ambas miniseries recordaran la secuencia de créditos iniciales, un bello *collage* de imágenes de combate a cámara lenta y expresivos rostros humanos, sobre un lienzo de fotografías antiguas (*Band of Brothers*) o de dibujos a carboncillo (*The Pacific*). Los respectivos temas musicales, ciertamente distintos, consiguen transmitir un sentimiento épico, cargado de nostalgia y emotividad, sin acudir a la percusión habitual de las películas bélicas.

Dos miniseries diferentes

Los puntos anteriores recogen las principales similitudes entre ambas miniseries. Al mismo tiempo, cualquier espectador percibe con claridad importantes diferencias, tanto en la forma como en el tipo de relato bélico.

La misma guerra, distintos frentes

Aunque resulte obvio decirlo, la naturaleza dispar de ambos escenarios bélicos retratados en cada miniserie (Europa y el Pacífico) explica buena parte de sus notables diferencias, tanto temáticas como formales. Así lo subraya Tom Hanks: “En la historia de la Segunda Guerra Mundial hay dos perspectivas muy diferentes. El escenario europeo, que ya retratamos en *Band of Brothers*, posee un ADN muy distinto al del otro gran escenario, el del Pacífico” (HBO, 2010).

No es éste el lugar para explicar con mayor detalle y rigor histórico las peculiaridades de ambos campos de batalla. Baste decir que, en efecto, aunque la guerra era la misma, cada frente poseía su propia idiosincrasia: en Europa, las batallas eran a la luz del día, en terreno conocido, entre ejércitos bien conformados y muy similares en mentalidad y formación militar. En cambio, en el Pacífico, se luchaba contra un enemigo invisible, en terrenos insulares de difícil acceso,

de noche o bajo la lluvia constante, en un insalubre clima tropical que acababa produciendo malaria y disentería. Tácticamente, en la guerra del Pacífico la logística tuvo incluso mayor peso: mover efectivos en masa e impedir que el enemigo se abasteciera. La visión que los americanos tenían de los alemanes y de los japoneses era muy distinta: en un caso, eran vistos con respeto y hasta admiración; en otros, con profundo desprecio. En Europa, la guerra fue dura, dentro de lo previsible. En el Pacífico, en cambio, el combate adquirió un cariz más salvaje y brutal. Así lo explica Hanks:

Se trataba de una lógica contraria a lo experimentado en Europa. Fue una horrorosa recreación del infierno en aquellos pequeños islotes de tierra. Cuando la batalla acababa, si había sido exitosa, siempre planeaba la pregunta: ¿qué hemos ganado con esto? Era una guerra inspirada en el racismo. Nosotros odiábamos a aquellos ‘monos amarillos’. Y ellos nos consideraban ‘diablos blancos’. Tenían un concepto diferente de la rendición, del honor... Teníamos que reflejar todo eso verazmente (Rodman, 2010).

Y Spielberg corrobora:

Hay un punto donde la naturaleza y la humanidad conspiran contra la persona. Reflejar en la pantalla lo que sucede con aquellos individuos a través del curso entero de acontecimientos, hasta el lanzamiento de las dos bombas atómicas, es algo muy duro para todos nosotros, seamos actores, guionistas o cualquiera. Pero creo que lo conseguimos (Rodman, 2010).

Estructuras narrativas dispares

Otro de los rasgos distintivos entre *Band of Brothers* y *The Pacific* es su estructura narrativa. Aunque ambas miniseries partan del mismo concepto creativo, por así decirlo, provienen de fuentes escritas muy distintas narrativamente hablando. Mientras que *Band of Brothers* se centra en un protagonista coral (la Compañía Easy) que permite ofrecer un hilo argumental unido y homogéneo, el discurso narrativo de *The Pacific* por el contrario sufre las consecuencias de integrar tres historias no perfectamente coincidentes en tiempo y espacio, aunque todas ellas compartan un mismo escenario bélico. Así, en este segundo caso, el espectador encuentra una estructura dramática más episódica y alternada, según el relato se centre en uno u otro personaje. Por lo demás, como se ha indicado, los productores se preocuparon de mantener unas claves formales que refuerzan la unidad de estilo, como son los créditos iniciales y finales, la introducción de metraje de documental bélico de la época y de testimonios de excombatientes al inicio de cada capítulo, y el desglose en el mismo número de episodios.

Un gran acierto narrativo de *Band of Brothers* es el relato personalizado de los acontecimientos, es decir, la narración de los distintos episodios a través de los ojos de algunos de sus protagonistas (en algunos casos con inclusión de voz en “off”). Así por ejemplo, los capítulos dos (“El Día D”) y cinco (“La encrucijada”) tienen a Winters (Damian Lewis) como protagonista. El ataque a Carentan (tercer episodio) está narrado bajo la óptica del soldado Albert Blithe (Marc Warren) que sufre un *shock* de pánico y pierde el habla. La campaña de Market Garden (capítulo 4) adopta la óptica de algunos reclutas que se incorporan como reemplazos a la Compañía Easy.

Los dos episodios dedicados a Bastogne (el sexto y el séptimo) adoptan los puntos de vista de dos narradores: el sanitario Eugene Roe (Shane Taylor) y el sargento Lipton (Donnie Whalberg). El octavo capítulo, “La patrulla”, se centra en el sargento Malarkey (Scott Grimes). Gracias a estos testimonios “en primera persona” –y al estilo de realismo documental de la serie– el espectador es capaz de vivir aquellas dramáticas y épicas experiencias desde dentro, como un personaje más (Pardo, 2007: 56).

En el caso de *The Pacific*, no resulta posible repetir este recurso narrativo y cada episodio mantiene relatos paralelos de los tres protagonistas, Robert Leckie (James Badge Dale), Eugene Sledge (Joseph Mazello) y John Basilone (Jon Seda). Sólo Leckie y Sledge coincidirán brevemente en la isla de Peleliu (capítulos 5 y 6). Aparte de esto, el personaje de Sydney Phillips (Ashton Holmes), actúa como otro nexo de unión entre ambos protagonistas. Al contrario de *Band of Brothers*, apenas hay presentación de personajes, ni momentos de camaradería previa al traslado al frente. En cualquier caso, las historias de estos tres marines marcan las principales tramas argumentales, alrededor de las cuales se construye la columna narrativa de la miniserie. Aunque, desde una perspectiva global, la estructura narrativa puede parecer algo homogénea –la miniserie abre y cierra con los tres protagonistas–, lo cierto es que adolece de un marcado carácter episódico y hasta deslabazado en comparación con *Band of Brothers*, y así lo puso de manifiesto la crítica (véase, por ejemplo, Lowry, 2010).

¿Héroes o monstruos?

Junto al diferente tipo de guerra y al planteamiento narrativo divergente, el tercer gran punto donde se aprecia las diferencias entre *Band of Brothers* y *The Pacific* es el retrato humano y psicológico de los soldados y, por ende, del distinto modelo de heroísmo que reflejan. Como ya hemos apuntado, la peculiar naturaleza de la batalla en uno y otro frente –Europa y el Pacífico– hizo una mella diferente en quienes allí combatieron.

Band of Brothers cuenta la gesta de la Compañía Easy, un regimiento de voluntarios paracaidistas que se vieron combatiendo en primera línea del frente europeo. Lanzados en paracaídas sobre Normandía el “Día D”, lucharon después por la liberación de Holanda, resistieron en la Batalla de las Ardenas, liberaron el campo de concentración de Dachau y conquistaron el Nido del Águila de Hitler. Fue una de las unidades con mayor número de bajas de toda la guerra. Con todo, aquél grupo de hombres se constituyeron en una singular hermandad. Como afirma Stephen Ambrose “hicieron los mejores amigos que nunca habían tenido, o que nunca tendrían. Estaban preparados para morir el uno por el otro; y lo que es más importante, estaban preparados para matar el uno por el otro” (Ambrose, 2001: 62). Así llegaron a convertirse verdaderamente en “hermanos de sangre”. ¿Dónde radica la singularidad de esta compañía? En palabras de Ambrose:

No eran mejores que otras unidades de paracaidistas, o de los *rangers*, o de los *marines*. Eran una de las muchas unidades de élite durante la guerra. Pero lo que les hizo convertirse en algo especial, fue la calidad humana de sus mandos y la estrecha unión que había entre ellos. No todas las compañías de élite tuvieron la suerte de contar con tales oficiales entre sus mandos, y esa es

la diferencia (HBO, 2010b).

A lo largo de los capítulos, se subraya este temple heroico y solidario de los hombres de la Compañía Easy, y en especial de sus mandos. Singularmente emblemático resulta el séptimo episodio (“El punto límite”), situado al final de la batalla de las Ardenas. Los hombres de la Easy están al borde de la extenuación. Las bajas por fuego enemigo son cuantiosas y la moral se resiente. No faltan quienes caen en una profunda depresión. Para colmo de males, sufren la incompetencia de un nuevo teniente inepto y pusilánime. El episodio resalta el liderazgo y la valentía de los mandos intermedios –el capitán Speirs y el sargento Lipton–, que lideran el ataque final y obtienen la admiración de la tropa.

En claro contraste, *The Pacific* retrata la degradación moral y humana de unos soldados que pierden su inocencia e idealismo a fuerza de luchar por sobrevivir en el infierno asiático. En este sentido, abundan los ejemplos de las atrocidades cometidas por uno y otro bando durante la guerra, así como del hundimiento psicológico de los soldados, que asisten impotentes a su propia deshumanización. Como afirma uno de sus productores ejecutivos, Graham Yost, “se trata de una historia más personal e íntima que *Band of Brothers*, más experiencial, si se quiere” (HBO, 2010). Y Gary Goetzman, otro de los productores, corrobora: “Para nosotros era muy importante reflejar cómo esta guerra afectó a estos hombres. Antes, durante y después. No pudimos tratar con profundidad este aspecto en *Band of Brothers*” (ibid.).

Quien haya visto la primera miniserie sabrá que estas palabras de Goetzman no son del todo exactas. *Band of Brothers* también refleja, y de modo muy efectivo, el desgaste físico, psíquico y moral de los combatientes, sujetos a condiciones climatológicas extremas (asedio de Bastogne) y, sobre todo, a la permanente tensión de encarar la muerte a diario. Prueba de ello será la difícil reinserción de algunos de ellos una vez concluida la guerra.

Sin embargo, en el caso de *The Pacific*, la degradación humana queda patente desde el principio. En la batalla de Guadalcanal, por ejemplo, Leckie recibe su bautismo de fuego en combate, y es testigo del lado más salvaje de la guerra. Él mismo acaba disparando a sangre fría a un prisionero japonés para terminar con el “macabro juego” de sus compañeros, que se entretienen haciendo de él una diana viviente. Leckie es consciente de que ha cruzado la línea y forma ya parte de ese infierno. En una carta a su amada, escribe:

La selva hace gala de su belleza y su tenebrosidad, pero el enemigo más terrible es el hombre, de quien no hemos aprendido nada nuevo. Sin embargo, hay algo que he aprendido sobre el hombre: puede llegar a hacer cosas que son un revulsivo para el alma. Primero hemos de reconciliarnos con Dios; pero también hemos de reconciliarnos con nosotros mismos (Episodio 1).

Tiempo después será Eugene Sledge quien reaccione de un modo todavía más brutal. Aquel muchacho ingenuo e idealista, perteneciente a una familia acomodada, que sufre por no poder alistarse a causa de un soplo en el corazón, acaba convertido en un soldado casi sanguinario, frío y letal (de hecho, el apodo que recibe es “Sledgehammer”, es decir, “martillo Sledge”). Tras la batalla de Okinawa, se encarga de ejecutar a un soldado japonés herido, ante la mirada de sus compañeros que lo observan consternados.

PREVIOUSLY ON

Cuando un oficial le recrimina su actitud por haber usado un arma corta, estalla fuera de sí: “Hemos venido a matar *japos*, ¿no? Entonces, ¿qué carajo importa el arma que usemos? Usaría las manos si fuera preciso...” (Episodio 9).

Quizá la historia del sargento John Basilone sea la única que emule en su gesta el tipo de heroísmo de los hombres de la Compañía Easy. Basilone representa la quintaesencia del soldado americano, valiente, patriota y un excelente militar en el campo de batalla. Tras ser condecorado por su hazaña en Guadalcanal y pasar una temporada promocionando bonos de guerra en su país, solicita ser instructor de marines y, poco después, volver al Pacífico. Sus deseos fueron cumplidos. Regresó al frente asiático liderando el pelotón de hombres que él mismo había formado. Murió en Iwo Jima, el primer día de combate, en febrero de 1945.

Por lo demás, existen algunos momentos de reflexión en *The Pacific*, donde los protagonistas recapacitan sobre el horror de la guerra. Por ejemplo, nada más llegar a la isla de Pavuvu, Sledge encuentra a su amigo de la infancia, Sid Phillips. En un momento dado, cuando se encuentran a solas, le pregunta cómo es la guerra. Su amigo le contesta: “Cuando llegas aquí, encuentras el infierno (...). Y es algo inimaginable” (Episodio 5). Poco después, tras la toma del aeródromo de Peleliu, Sledge se pregunta si aquella escabechina ha merecido la pena. Un oficial le contesta: “La historia está llena de guerras libradas por muchas razones. Pero esta guerra, nuestra guerra... me gustaría creer que cada segundo en ese aeródromo, cada hombre herido, cada vida perdida, ha valido la pena porque nuestra causa es justa...” (Episodio 6).

Especialmente llamativa resulta la diferente visión del enemigo que ambas miniseries muestran. *Band of Brothers* ensalza el valor del sacrificio, la unión, el coraje; y lo hace reconociendo estos mismos valores también en el ejército alemán, donde diferencia las facciones más sanguinarias (las SS) del resto de batallones de la Wehrmacht. Estos últimos estaban formados por jóvenes alemanes muy similares a los americanos. Es significativo a este respecto, el discurso que un alto mando alemán lanza a sus tropas prisioneras de los americanos, mientras Winters y sus hombres le escuchan:

Hemos soportado una larga y penosa guerra. Habéis luchado con valor y bravura por vuestro país. Sois un grupo especial, que habéis forjado entre vosotros vínculos que sólo se contraen en combate, entre camaradas, hermanados en la trinchera. Os habéis confortado en los peores momentos, y habéis afrontado la muerte y sufrido juntos. Me enorgullezco de haber servido con todos vosotros. Os merecéis una larga y feliz vida en paz (Episodio 10).

Mientras se oyen estas palabras, la cámara se acerca al rostro de Winters, y el espectador entiende que esas mismas palabras podían haber salido perfectamente de su boca, dirigidas a sus propios hombres.

The Pacific, en cambio, recoge la visión diametralmente opuesta que los americanos tenían de los japoneses, un enemigo al que consideraban casi inhumano. Los oficiales fomentaban un odio racista, que se traducía en un menosprecio total hacia el contrincante (Lloyd, 2010). Por ejemplo, poco antes de desembarcar, las tropas son arengadas por un mando que a voz en grito exclama:

Esos cabrones de ojos rasgados quieren usar esa isla de mierda como aeródromo para matarnos, pero sacaremos a rastras a quienes sobrevivan (...). Cuando veáis a los *japos*, ¡destripadlos!

(Episodio 1)

Tan sólo el sargento Basilone inculca el respeto al enemigo. Ante el comentario jocoso de uno de los jóvenes reclutas, exclama:

Pegarle a un *japo*... ¿Así véis al enemigo? ¡Como un dibujo animado inventado por algún retrasado de la avenida Madison para vender jabón! Pues escuchadme bien: El soldado japonés que yo conozco ya mataba cuando vosotros aún íbais pañales. Es un experto en combate y un gran especialista en armas. Puede vivir de arroz con gusanos y agua embarrada durante semanas, y sufrir dolores que vosotros no soportaríais en vuestra vida. Al soldado japonés le da igual si lo hieren o si lo liquidan, con tal de mataros... ¡Llámallo como te dé la gana, pero jamás, jamás te atrevas a subestimar sus ansias de mandaros a ti y a tus compañeros directamente al infierno! ¿Ha quedado claro? (Episodio 6).

En la mente de los promotores de ambas series estaba rendir un homenaje quienes combatieron en aquella guerra y transmitir un mensaje a las nuevas generaciones (Pardo, 2006: 162-7). Sin embargo, debe reconocerse el diferente carácter ejemplar de cada una. Para el historiador Stephen Ambrose, la historia de la Compañía Easy sirve sin duda para inspirar al público, y transmitirle

un compromiso hacia la democracia; un entendimiento de que la libertad viene dada sin más. Y si es necesario luchar por ella, así hay que hacerlo. La serie nos presenta a aquellos que fueron, en cierto modo, ‘soldados de la democracia’, porque pelearon por ella. Me gustaría que la gente joven, tras ver la serie, dijera: ‘Quiero ser como Carwood Lipton o como Dick Winters’, y pusieran los medios para pasar del deseo a los hechos. No me refiero como soldados, sino como líderes: esa clase de hombres, llenos de honestidad y valor, y con capacidad de discernir entre lo correcto y lo erróneo (HBO, 2001c).

En el caso *The Pacific*, probablemente, no pueda afirmarse lo mismo. De hecho, la serie refleja cómo los *marines*, a diferencia de los *rangers* o los paracaidistas, no fueron bien recibidos en su país. Cuando Robert Leckie se baja del taxi que le ha llevado de nuevo a casa, extiende un billete al taxista y le comenta: “Quédese con el cambio”. Pero el taxista le responde: “Guárdese. Yo combatí en Normandía, y tengo el honor de haber liberado Londres y París. Los marines no tenéis nada salvo podredumbre y malaria. Bienvenido a casa...” (Episodio 10). No es difícil encontrar en esta visión un precedente de guerras posteriores –en especial, Vietnam e Irak (James, 2010).

Calidad cinematográfica en la pequeña pantalla

Más allá de sus semejanzas y diferencias, *Band of Brothers* y *The Pacific* son dignos epígonos de los nuevos estándares de calidad televisiva impulsado por la HBO. No faltan los críticos que han calificado una u otra miniserie como una “producción espléndida, absolutamente digna de verse a lo largo de sus diez horas” (Lloyd, 2010), aunque, probablemente “el resultado

global (...) sea finalmente inferior a la suma de sus partes (episodios)” (Schatz, 2002: 76). Con todo, parafraseando a Thomas Schatz, pueden considerarse un “híbrido entre cine y miniserie televisiva” (2008: 76).

Como ha quedado indicado, las secuencias de combates de ambas miniseries no sólo igualan sino que superan a *Salvar al soldado Ryan*. Sin embargo, la calidad cinematográfica de *Band of Brothers* y *The Pacific* no se reduce al hiperrealismo de las escenas bélicas. Tanto una como otra incluyen ejemplos de una magnífica puesta en escena. En cualquier caso, la factura cinematográfica de *Band of Brothers* supera a *The Pacific* en su variedad de los registros –de lo dramático a lo lírico– y en el poder de sus imágenes para transmitir con hondura las sensaciones de los combatientes (cfr. Pardo, 2007: 62-3).

Tanto *Band of Brothers* como *The Pacific* cosecharon el reconocimiento de la crítica y, según los casos, del público. La primera obtuvo 12 nominaciones a los premios Emmy (dentro de la categoría de miniserie), de las cuales cristalizaron 7 (entre otros, Mejor Miniserie, Mejor Dirección, Mejor Montaje y Mejor Sonido), así como el Globo de Oro a la Mejor Miniserie y el premio de los críticos de televisión americanos. *The Pacific* siguió sus mismos pasos: 23 nominaciones a los Emmy, de las que se confirmaron 8 (incluida también a la Mejor Miniserie) y también el premio de los críticos de televisión, aunque no obtuvo el Globo de Oro.

En lo que respecta a la audiencia, los resultados fueron dispares según una u otra miniserie. El estreno de *Band of Brothers* en Estados Unidos tuvo lugar el 9 de septiembre de 2001 y alcanzó los 10 millones de espectadores (un tercio de los suscriptores del canal). Sin embargo, los dramáticos acontecimientos que sacudieron el país dos días después, hicieron que la miniserie redujera sensiblemente su audiencia. Aún así, el *rating* medio fue de 12,6 (sobre un *share* de 17) (Umstead, 2003). Dos años más tarde fue emitida con gran éxito por History Channel (Romano, 2003). En el Reino Unido, bajo el sello de la BBC2, *Band of Brothers* se convirtió en el gran éxito del año, con una media de 5 millones de espectadores por capítulo (Schatz, 2002: 76). En el mercado videográfico, se convirtió en una de las series más exitosas de todos los tiempos, llegando a facturar 200 millones de euros. Finalmente, aunque se trate de una fuente un tanto informal, figura con una puntuación media de 9,5 en Internet Movie Database.

The Pacific tuvo una acogida de público menos satisfactoria –probablemente a tenor de lo que hemos comentado en los últimos epígrafes–. Fue estrenada en Estados Unidos el 14 de marzo de 2010 y apenas superó los 3 millones de espectadores (Seidman, 2010). En cuanto a Internet Movie Database, la miniserie figura con una puntuación media de 8,4.

El balance final, no obstante, puede considerarse positivo. Tanto *Band of Brothers* como *The Pacific* permanecerán en la retina de los espectadores amantes del género bélico por mucho tiempo, gracias al retrato profundamente humano y psicológico de la guerra, el hiperrealismo del combate, la mezcla brillante de recursos narrativos y, por encima de todo, el consistente mensaje de heroísmo que, con sus claroscuros, transmiten. Al fin y al cabo, como afirma uno de los excombatientes, son “lecciones que todos hemos aprendido. No deben olvidarse, porque

fueron muy duras de aprender” (Richard Winters, Compañía Easy, en HBO, 2010d).

Referencias bibliográficas

Anderson, Christopher (2008), “Producing Aristocracy of Culture in American Televisión””, en Edgerton, Gary R. & Jeffrey P. Jones (eds), *The Essential HBO Reader*. Lexington: University Press of Kentucky, pp. 23-41.

Ambrose, Stephen (2001), *Band of Brothers*, Nueva York: Simon & Schuster (1ª ed. 1992).

Bodey, Michael (2007, 16 mayo). “Seven trumps Nine by landing war miniseries”. *The Australian News.com.au.*, <http://www.news.com.au/business/seven-trumps-nine-by-landing-war-mini-series/story-e6frfm1i-1111113544669> [Acceso: 15 septiembre 2010].

Carter, Bill (2001, 3 septiembre), “On Television; HBO Bets Pentagon-Style Budget on a World War II Saga”, *The New York Times* <http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?res=9F01E0DC1F30F930A3575AC0A9679C8B63> [Acceso: 25 septiembre 2006].

Cascajosa, Concepción (2005), *Prime Time: Las mejores series de TV americanas: de C.S.I. a Los Soprano*. Madrid: Calamar Ediciones.

□□ (2006), *El espejo deformado: Versiones, secuelas y adaptaciones en Hollywood*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Edgerton, Gary R. (2008), “Introduction: A Brief Story if HBO”, en Edgerton, Gary R. & Jeffrey P. Jones (eds), *The Essential HBO Reader*. Lexington: University Press of Kentucky, pp. 1-20.

Edgerton, Gary R. & Jeffrey P. JONES (2008), “HBO’s Ongoing Legacy”, en Edgerton, Gary R. & Jeffrey P. Jones (eds), *The Essential HBO Reader*. Lexington: University Press of Kentucky, pp. 315-30.

Garner, Clare (1999, 1 diciembre). “Hatfield prepares for invasion of Spielberg brigada”, *The Independent* en <http://www.independent.co.uk/news/media/hatfield-prepares-for-invasion-of-spielberg-brigade-739014.html> [Acceso: 25 septiembre 2003].

HBO, (2001a, 13 julio), “Historian Stephen E. Ambrose, Author Of *Band Of Brothers*, Discusses The Story Of Easy Company”, en http://www.hbo.com/band/recreating_the_war/pressrelease_popup3.html [Acceso: 25 septiembre 2003].

□□ (2001b, 13 julio), “Executive Producers Tom Hanks And Steven Spielberg, Along With Co-Executive Producer Tony To, Are The Driving Creative Force Behind *Band of Brothers*”, nota de prensa , http://www.hbo.com/band/recreating_the_war/pressrelease_popup2.html [Acceso: 25 septiembre 2003].

□□ (2001c, 13 julio) “Historian Stephen E. Ambrose, Author Of *Band of Brothers*, Discusses The Story Of Easy Company”, nota de prensa, http://www.hbo.com/band/recreating_the_war/

[pressrelease_popup3.html](#) [Acceso: 25 septiembre 2003].

□□ (2001d, 13 julio), “HBO Premieres *Band of Brothers* at Utah Beach in Normandy, France on June 6, the 57th Anniversary of D-Day”, nota de prensa, http://www.hbo.com/band/recreating_the_war/pressrelease_popup1.html [Acceso: 25 septiembre 2003].

□□ (2010), “The Making of *The Pacific*”, vídeo, <http://www.youtube.com/watch?v=94et1Bb53mw> [Acceso: 15 septiembre 2010].

Hewitt, Charles (2001), “Big Brothers”, *Eyepiece*, v. 22, n. 5, septiembre-octubre, pp. 24-31.

James, Caryn, (2010, 4 marzo), “‘The Pacific’: Hollywood Goes to War (Again)”, *Newsweek*, <http://www.newsweek.com/2010/03/04/the-pacific-hollywood-goes-to-war-again.html> [Acceso: 24 octubre 2010].

Leverette, Marc, Brian L. OTT & Cara L. BUCKLEY (eds) (2008), *It's not TV: watching HBO in the post-television era*, New York, London: Routledge.

Lloyd, Robert (2010, 12 marzo), “Televisión review: *The Pacific*. HBO’s retelling of America’s war against Japan is mostly excellent, though it does have that Spielberg touch”, *Los Angeles Times*, <http://articles.latimes.com/print/2010/mar/12/entertainment/la-et-the-pacific12-2010mar12> [Acceso: 24 octubre 2010].

Lowry, Brian (2010, 4 marzo), “*The Pacific* (review)”, *Variety*, http://www.variety.com/index.asp?layout=print_review&reviewid=VE1117942353&categoryid=32&query=the+pacific [Acceso: 15 septiembre 2010].

Oppenheimer, Jean (2001), “Close Combat”, *American Cinematographer*, v. 82, n. 9, septiembre, pp. 32-45.

Pardo, Alejandro (2006), “*Hermanos de Sangre (Band of Brothers, 2001): de héroes y soldados*” en Ugarte, Javier (ed.), *La historia a través del cine: Las guerras mundiales*, Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, pp. 129-69.

□□ (2007), “*Band of Brothers: una miniserie híbrida entre cine y televisión*”, en Cascajosa, Concepción y Manel Jiménez (coord.), *La caja lista: televisión norteamericana de culto*, Barcelona: Laertes, pp. 49-65.

Rodman, Sarah (2010, 12 marzo), “The making of *The Pacific*”, *The Boston Globe*, http://www.boston.com/ae/tv/articles/2010/03/12/the_making_of_the_pacific/ [Acceso: 15 septiembre 2010].

Romano, Allison (2003, 24 de noviembre), “HBO’s *Brothers* Re-Enlists on History Channel”, *Broadcasting & Cable*, p. 30.

Schatz, Thomas (2002), “Old War/New War: *Band of Brothers* and the revival of the WWII War Film”, *Film and History*, v. 32, n. 1, pp. 74-78.

PREVIOUSLY ON

- (2008), “*Band of Brothers*” en **Edgerton, Gary R. & Jeffrey P. Jones (eds)**, *The Essential HBO Reader*. Lexington: University Press of Kentucky, pp, 125-134.
- Seidman, Robert (2010, 16 marzo), “Kamikaze! HBO’s Big Budget *The Pacific* Premiere Ratings Disappoint”, *TV by the Numbers*, <http://tvbythenumbers.com/2010/03/16/kamikaze-hbos-big-budget-the-pacific-premiere-ratings-disappoint/45169> [Acceso: 24 octubre 2010].
- Umstead, R. Thomas (2003, 24 noviembre), “History Joins *Band*”, *Multichannel News*, p. 14.

Entre la nostalgia y el desencanto: la década de los 80 en la Nueva Comedia Americana. El caso paradigmático de *Freaks and Geeks*

Miguel Zozaya Fernández

-It's the fuckin' eighties, guys! Let's do what we wanna do! Free love!

-That's the sixties, dipshit.

-No, we had like Reagan and AIDS, let's get the fuck out of here, ok?

Jacuzzi al pasado (Hot tub time machine, Steve Pink, 2010)

De entre la ingente cantidad de grandes series que ha dado la primera década del siglo XXI, *Freaks and Geeks* (Paul Feig, 1999-2000) ha pasado bastante desapercibida frente a otras comedias de gran éxito para el público [como el *remake* americano de *The Office* (Greg Daniels, Ricky Gervais, Stephen Merchant, 2005-)] o la crítica [el caso de las originales y renovadoras *Curb your Enthusiasm* (Larry David, 2000-) y *Arrested Development* (Mitchell Hurwitz, 2003-2006)]. Es cierto que no es una comedia típica, más bien no es “sólo” una comedia, ya que su poso es fundamentalmente dramático. No obstante, buena parte de su público se encuentra entre los seguidores de la llamada Nueva Comedia Americana (concepto discutible que no podemos abordar aquí, pero adoptamos para facilitar el entendimiento), arremolinada en los últimos años alrededor de la figura de Judd Apatow. En torno a esta y otras cuestiones pretende desarrollarse el presente artículo, centrándonos primero en la citada serie para luego adentrarnos en su relación con una cierta mirada generacional sobre el problemático paso a la madurez de quienes crecieron en la década de los 80.

Mirada agridulce a la adolescencia. Un breve repaso a *Freaks and Geeks*

Pese a que, generalmente, el nombre que resuena en nuestros oídos al hablar de la serie es el de Judd Apatow, la idea original surge de la mente de Paul Feig, coproductor ejecutivo y creador de la serie. Basándose en recuerdos de infancia y en sus propias experiencias vitales, Feig escribió en solitario un primer capítulo para la serie, que después enseñaría a Apatow, quién la vendió a DreamWorks (con los que tenía un contrato por aquel entonces). Pese a ser una idea ajena y muy personal, la temática y el estilo conectaban a la perfección con la sensibilidad de Apatow, quien creó su propia compañía (Apatow Productions) para producirla y rápidamente se erigió en co-creador de la serie, introduciendo sus propias ideas y recuerdos y escribiendo tantos o más guiones que el propio Feig, e incluso dirigiendo tres de ellos. A posteriori, observando la carrera de Apatow es evidente su personal impronta en *Freaks and Geeks*, lo que explica el relativo olvido (o, al menos, esquiamiento) al que se ve sometida la figura de Feig, errático guionista y realizador cinematográfico que ha centrado su trabajo en el medio televisivo, escribiendo para relevantes comedias como *Arrested Development*, *The Office* o *30 Rock* (Tina Fey, 2006-) y otras prestigiosas series como *Mad Men* (Matthew Weiner, 2007-), *Weeds* (Jenji Kohan, 2005-)

o *Bored to Death* (Jonathan Ames, 2009-). Sin embargo, no hay que subestimar el gran peso de Feig en la serie que nos ocupa, como prueban dos de sus novelas autobiográficas, *Kick me* (2002) y *Superstud* (2005), trufadas de recuerdos, anécdotas y sentimientos que ya habían sido llevados a la pantalla en *Freaks and Geeks*.

El 25 de septiembre de 1999 se emitía en la NBC el capítulo piloto de *Freaks and Geeks*, una mezcla de comedia y drama de 45 minutos de duración. La serie, que no pasaría de esta única temporada, sería cancelada por su baja audiencia en marzo de 2000 tras la emisión de doce episodios, sufriendo los seis últimos diversos retrasos, desórdenes e incluso un cambio de cadena (la Fox compró los derechos y emitió los dos restantes por estrenar –en realidad los capítulos 14 y 15- en octubre del mismo año). Pese a estos problemas, ya se había formado un fiel séquito de defensores, que aumentaría con el paso del tiempo y la convertiría en objeto de culto.

La primera escena del piloto, a modo de prólogo, describe a todos los personajes principales y sitúa la acción. Unos títulos manuscritos sobre un campo de fútbol americano nos ponen en contexto: William McKinley High School, Michigan, 1980. En plano secuencia, sobrevolamos las gradas del campo, donde un jugador y una animadora mantienen una sensiblera discusión, para a continuación pasar a su opuesto, sumergiéndonos bajo las escaleras en el mundo subterráneo de los denominados *freaks*: fuman hierba, escuchan rock duro, visten chupas de cuero y cazadoras vaqueras y pasan del deporte y la religión. Un nuevo movimiento de cámara abandona a este grupo de “chicos malotes”, que son observados desde la distancia por una chica (Lindsay, la protagonista interpretada por Linda Cardellini, que se siente atraída por ellos pero todavía no se atreve a acercarse), para arrojarnos frente a tres chavales más jóvenes, que caminan alegres y despreocupados imitando a Bill Murray en la película *El club de los chalados* (*Caddyshack*, Harold Ramis, 1980), hasta que se cruzan con un abusón que comienza a amenazarles. Este otro grupo representa a los *geeks* del título: jóvenes atrapados entre la niñez y la adolescencia, menos desarrollados físicamente que otros chicos de su edad, que se adentran en la edad del despertar sexual sin abandonar una mentalidad todavía infantil, obsesionados con la televisión, las comedias, los comics o la ciencia ficción. Lindsay, hermana de uno de ellos, interviene para espantar a sus atacantes (que se alejan por temor a que esté colocada), provocando una pequeña e involuntaria humillación para el chico. “Man, I hate high school”, pronuncia nuestra protagonista antes de dar paso a los títulos de crédito.

En apenas tres minutos se ha resumido la problemática de la serie, esbozando los dos grupos protagonistas [permitiéndonos incluso intuir quiénes son los “líderes” de cada uno: Daniel Desario (James Franco) entre los *freaks*, Sam Weir (John Francis Daley) entre los *geeks*] y situando al personaje principal, Lindsay Weir, en una tierra de nadie.

Este arranque es toda una declaración de intenciones: frente al retrato pijo y falseado de series como *Sensación de vivir* (Darren Star, 1990-2000) o las artificiales aflicciones sentimentales

de *Dawson crece* (Kevin Williamson, 1998-2003), *Freaks and Geeks* propone una visión más amarga y complicada, pero también más realista, de la adolescencia. No interesa explotar una vez más los tópicos sobre *quarterbacks* y *cheerleaders* ni crear un nuevo culebrón de amoríos de instituto, sino adentrarse en las dificultades de la adolescencia, en las dudas y miedos que genera. Para ello, se centra en un grupo de adolescentes normales y corrientes, que precisamente por su aspecto “común” o “vulgar”, por el hecho de no destacar, resultan ser los “raros”, los inadaptados. Este aspecto, junto a la utilización de actores desconocidos que, por una vez, tienen en general la edad real de sus personajes, le confiere un realismo que ayuda a la identificación de los espectadores.

La introducción también sirve para marcar el tono: no se trata de la típica *sitcom* de 22 minutos por capítulo, ni centra sus recursos cómicos en el humor gamberro que caracterizará las futuras producciones de Apatow. Aquí la comedia se supedita a un relato dramático, más centrado en el desarrollo de los personajes que en la consecución de *gags*. La ambientación en un suburbio ficticio de Detroit a comienzos de los años ochenta le da cierto toque crepuscular, a lo que contribuye la pulsión del personaje de Lindsay, que impregna con su inquietud todo el aire de la serie, creando una enrarecida y melancólica atmósfera.

A lo largo de este primer episodio se realiza toda una panorámica de lo que será la serie y sus personajes, con Lindsay como centro gravitatorio de la misma y, a priori, el personaje más complejo. En el momento en que la conocemos se encuentra en una encrucijada vital: tras la muerte de su abuela, y acercándose el paso a la universidad, se replantea su vida actual y futura; está en una fase de maduración avanzada con respecto a los chicos de su edad. La muerte de un ser querido le ha hecho enfrentarse a nuevos sentimientos, a pensar en qué quiere para el futuro. Tiene claro que no desea la vida de sus padres, a quienes quiere mucho pero no la entienden, ejerciendo sobre ella un control y una sobreprotección agobiantes. Pese a resultar entrañable, el matrimonio Weir es la pareja más caricaturesca de toda la serie -aunque Feig afirme que sus padres eran incluso más exagerados-. Su función más relevante será reflejar y aumentar la sensación de incomunicación e incomprensión entre adolescentes y adultos, aún siendo el único entorno familiar cálido y amoroso que veremos en la serie.

Tampoco encuentra su lugar entre sus compañeros de instituto. Se siente mayor que sus amigas de toda la vida y está harta de ser la buena estudiante que acata las normas y sigue la corriente. Ya no puede seguir siendo una *geek*, aunque sabe que tampoco encaja del todo con el grupo de los *freaks*, con quienes no comparte costumbres ni forma de pensar. Pero, inevitablemente, sucumbe a los encantos de Daniel Desario, el atractivo cabecilla del grupo, lo que hace que acabe arrimándose a ellos. Con el tiempo, Lindsay comprobará que sus sospechas eran ciertas y que tras su fachada se esconden buenas personas tanto o más perdidas que ella, pero también que, pese a haberse divertido y encontrado buenos amigos, los *freaks* no le inspiran ni le suponen ningún reto (como confesará a Barry, el hermano universitario de Neal que aparece en el capítulo 15).

En los capítulos finales, el desengaño de Lindsay aumenta significativamente al comprobar la injusticia, la hipocresía y la estupidez imperante en el mundo adulto. Muestra de ello son la

ilógica e incoherente mentalidad de los profesores, que la castigan sin atender a razones por defender a una alumna, para luego no permitirle hacer sus deberes (¡en el aula de castigo del instituto!) porque la penalización “es para hacerla pensar”. El momento culminante, en ese sentido, llega en el capítulo en que el vicepresidente George H. W. Bush acude a un encuentro con los alumnos del McKinley, en el que rechazan la pregunta de Lindsay por conflictiva y observa la rabia e impotencia con que Mr. Rosso (Dave “Gruber” Allen) -el profesor “enrollado” empeñado en guiar y orientar a Lindsay- asume dicha derrota. Al día siguiente, comprueba con gran decepción cómo Rosso es capaz de resignarse, renegando de sus ideales de juventud y poniendo buena cara ante el ridículo acto, dando así su brazo a torcer, para que finalmente le impidan acceder al salón de actos por su pasado hippie...

El agridulce final de la serie nos muestra precisamente a Lindsay recogiendo el testigo de su profesor, al embarcarse en una furgoneta de colores para seguir la gira de Grateful Dead, en lugar de acudir a un exclusivo campamento de verano para talentos preuniversitarios, como creen sus padres.

El grupo de los *freaks* está formado por el citado Daniel, de mayor edad que el resto y el aparentemente más despreocupado por su futuro (y por tanto, el de más negro porvenir); su novia Kim Kelly (Busy Phillips), la macarra del instituto que (muy) bajo su psicótica superficie es una chica sensible; Ken Miller (Seth Rogen), especie de lugarteniente de Daniel, siempre borde y sarcástico; y por último Nick Andopolis (Jason Segel), simpático y enamorado porreta obsesionado con ser un gran batería.

El personaje interpretado por James Franco, gancho masculino de la serie, es probablemente el más amargo. Pese a resultar el más atractivo para cuantos le rodean, es fácil descubrir que tras su máscara pasota se esconde un chico consciente de que no hay salida para él tras la etapa escolar, de que se le acaba el tiempo de disfrutar (no es baladí que sea el mayor del instituto, habiendo repetido varios cursos). El único capítulo dedicado a Daniel, en el que trata patéticamente de conquistar a una chica disfrazándose de “punk de postal”, nos muestra brevemente su sórdida situación familiar, con un padre enfermo y postrado, una madre desesperada y una velada referencia a un hermano yonki.

Igualmente complicada es la vida de su novia, Kim Kelly. En el capítulo 4, “Kim Kelly is my friend” (en su primer acercamiento amistoso hacia Lindsay, tras unos agresivos comienzos), asistimos a una cena en su casa en la que se nos muestra a una familia desestructurada de barrio pobre, donde la violencia doméstica está a la orden del día, con leves alusiones al pasado como prostituta de la madre o la muerte por sobredosis de una tía, elementos subidos de tono para una serie supuestamente familiar que hicieron que el capítulo no fuese emitido. Sin embargo, Kim se mostrará más consciente y preocupada por el futuro que el resto de *freaks*, característica común a los personajes femeninos en el cine de Apatow, que habitualmente son más maduros que los masculinos.

El desarrollo de la serie llevará a Lindsay a superar su atracción por Daniel y involucrarse en una breve y frustrada relación con Nick, quien no sabrá manejar la situación debido a su actitud infantil y, especialmente, su adicción a fumar hierba. El tema de la marihuana, por su lado, será objeto central de un episodio que evidencia el criticado carácter conservador de Apatow (no en vano dicho guión lleva su firma).

Con un rol más secundario respecto al resto de amigos, Ken protagoniza hacia el final una de las tramas más espinosas de la serie: su relación con Amy, una chica que le revela haber nacido hermafrodita, y las confusiones y problemas que esto provoca entre ellos. La manera en que se aborda un tema tan delicado, sin dejar de lado el sentido del humor, pone de relieve el tacto y buen gusto con que los responsables de la serie manejan sus historias.

Por su parte, los *geeks* estarían compuestos por Sam Weir, hermano pequeño de Lindsay que observa con temor cómo empieza a desaparecer su inocencia, a la vez que sufre su primer enamoramiento de una chica supuestamente fuera de su alcance; su amigo Neal Schweiber (Samm Levine), un peculiar niño judío con aspecto adulto y extraño sentido del humor que, de manera inexplicable, tiene una alta autoestima y se precia de su cultura e inteligencia; y para finalizar el inefable Bill Haverchuck (Martin Starr), un larguirucho y desgarrado gafotas que por su forma de hablar y algunos extraños comentarios pudiera parecer que sufre algún tipo de retraso leve, pero que resulta un chico inteligente y sensible, con una aguda visión de las cosas en muchas ocasiones.

Sam Weir es probablemente el personaje que mayor índice de empatía tiene con el espectador. No es ningún "raro", simplemente es un niño común que sin darse cuenta está entrando en su etapa adolescente y todavía no lo asimila, no entiende ciertas cosas. Inconscientemente, desea seguir viviendo un tiempo más en el estado de inocencia y felicidad que está abandonando, lo que motiva que los cambios a los que empiezan a enfrentarse tanto él como sus colegas se presenten ante ellos como grandes problemas.

La trama principal que envuelve a Sam durante toda la serie es su amor platónico con Cindy, una chica popular que se pretende por encima de su edad y se relaciona preferentemente con chicos deportistas, más altos y desarrollados que él. Con el paso del tiempo, no sólo irá comprobando que Cindy no es tan perfecta como aparenta (le gusta la comida basura, es superficial, egocéntrica y, para colmo, republicana radical a sus catorce años), sino que, cuando finalmente consiga salir con ella, se dará cuenta de que no tienen absolutamente nada en común.

Por su parte, los personajes de sus dos compañeros, Bill y Neal, ofrecerán los momentos más duros y tristes de toda la serie. Bill, hijo de una ex-bailarina de strip tease divorciada, tendrá que lidiar con la relación que inician su madre y su "archienemigo" del instituto, Fredricks (Thomas F. Wilson), el profesor de gimnasia. Este último representa todo lo que Bill detesta: su imagen

es la de un probable ex-abusón, deportista insensible que menosprecia a los débiles, etc.; sin embargo, el entrenador Fredricks se revelará como un personaje amargo y consciente de sus limitaciones, un buen hombre que sólo quiere aprovechar su última oportunidad de ser feliz junto a la señora Haverchuck. La fragilidad de Bill y su dependencia de su madre le harán pasar por malos momentos, culminando en el lacrimógeno diálogo con Fredricks tras la carrera de karts del capítulo 14. En este mismo episodio, Bill -que a esas alturas ya se ha ganado el corazón del público como personaje más tierno y sensible- protagoniza el que es seguramente el momento más hermoso de cuantos ha escrito y dirigido Judd Apatow: esa secuencia musical en la que el chico llega del colegio, se prepara la merienda y la devora entre carcajadas mientras ve un programa cómico en televisión; todo un (auto) homenaje a esa generación de niños que se crió frente al televisor en los años setenta y ochenta.

La de Neal es la historia más amarga y que más refuerza la sensación de tristeza y desencanto que atraviesa transversalmente la serie. Tras un chivatazo de Sam, que al principio provoca su rechazo y enfado, Neal descubrirá que su padre mantiene relaciones extramatrimoniales, lo que enfrenta al chico a un terrible dilema: contárselo a su madre y conducir a su familia a una ruptura segura, o silenciar el secreto de su padre y mantener así una falsa estabilidad en su hogar. Ignorando el consejo de su hermano Barry, finalmente confesará ante la madre para llevarse una sorpresa aún mayor: ella lo sabe y vive con ello, asumiéndolo en favor de sus hijos. La aparición de este tipo de conflictos adultos perturba y confunde al grupo de niños, incapaces de entender los problemas sentimentales de sus mayores (aunque traten de explicárselo, como en la hilarante escena de Sam en la consulta odontológica del padre de Neal).

Es imposible abarcar en tan poco espacio otras muchas tramas interesantes, así como profundizar más en estos y otros de los extraordinarios personajes secundarios que conforman el universo del instituto Mckinley, como Alan, el clásico abusón que acosa a los niños débiles (siendo él mismo un *geek* frustrado); Gordon, un orondo chico con problemas de olor corporal que se une habitualmente al grupo de marginados, al igual que Harris, otro *geek* más mayor y sabio que ha superado los problemas de sus compañeros; Millie, la infantil y religiosa amiga *nerd* de Lindsay que pretende ser la voz de su conciencia; o el anteriormente citado Mr. Rosso, el consejero escolar ex-hippie, que cree conectar con los alumnos pero acaba chocando con las mismas barreras de entendimiento que los padres de estos.

A diferencia de lo que ocurre en muchas otras series de adolescentes, durante una única temporada se puede apreciar una gran evolución de los personajes (algo proporcional a lo que ocurre en esos vertiginosos años de adolescencia), en un proceso de maduración agrí dulce y complicado, retratado con gran verosimilitud.

Para finalizar, es preciso resaltar la importancia que tiene dentro de la serie el incesante magma de referencias a la cultura popular de finales de los setenta y comienzos de los ochenta, que más allá de situar la acción en una época acaban por sumergir al espectador en un universo

particular, el de los personajes, que es en realidad en el que se movieron sus creadores durante su infancia y adolescencia. En cada episodio hay constantes citas musicales (de la resaca hippie de Fleetwood Mac y Grateful Dead al *hard rock* de Led Zeppelin o Rush, pasando por el *hardcore* de Black Flag), cinematográficas (el fanatismo *geek* por *Star Wars*, los Monty Python y las películas de Bill Murray y Steve Martin) y televisivas (las innumerables series de las que hablan también los *geeks*, destacando especialmente el programa *Saturday Night Live*), sin dejar de lado muchos otros detalles como revistas (*Mad Magazine*), personajes populares por sucesos de la época (el asesino Ted Bundy), la moda (del punk a la estética disco) y hasta la política (haciéndonos testigos del paso de Carter a la era Reagan). Toda esta amalgama de influencias, que dejó una indeleble huella en Apatow, Feig y muchos otros compañeros de profesión y generación, sirve para describir sutil pero minuciosamente a los personajes (incluidos los padres, que también tienen su universo referencial, resaltando así la diferencia con los jóvenes).

***Freaks and Geeks* en contexto. La Nueva Comedia Americana y la nostalgia de la inmadurez**

La aparición de *Freaks and Geeks* tiene lugar en un panorama de renovación de la comedia yanki. Por un lado, desde ese mismo año tiene lugar una temprana revitalización de las *teen movies* auspiciada por el éxito de *American Pie* (*American Pie*, Paul Weitz, 1999). Esta vertiente de comedia gamberra ambientada en universidades o institutos, género que había alcanzado gran popularidad en los años ochenta, con su origen en *Desmadre a la americana* (*Animal House*, John Landis, 1978), aunque el modelo concreto a seguir por la saga *American Pie* se encontraría más cerca de *Porky's* (*Porky's*, Bob Clark, 1982). Así, el contexto podía parecer proclive a la aparición de una serie de sus características, pero su ambientación “de época”, su tempo lento y su poso dramático la situaban al margen del “cine de espinillas y erecciones” (en afortunada expresión de Jaime Pena) que se estaba poniendo de moda.

Tras la traumática cancelación de *Freaks and Geeks*, Apatow lo intentó de nuevo con *Undeclared* (Judd Apatow, 2001-2002), una nueva serie creada y producida por él, esta vez situada en el tiempo actual y en el ámbito universitario, con un tono predominantemente humorístico, adaptándose al modelo convencional de *sitcom* de corta duración. Se trataría, por tanto, de una continuación en versión *light* de su anterior serie, aprovechando tanto el favorable caldo de cultivo como lo aprendido de su reciente fracaso para elaborar un producto más comercial, con posibilidades de perdurar y hacerse un hueco en antena. Nuevamente falló en su empeño, siendo cancelada tras una única temporada al igual que su antecesora, lo que no desanimó a Apatow para seguir presentando nuevos proyectos para series televisivas, aunque con ninguno más pasaría del episodio piloto.

En *Undeclared* no sólo reaparecen actores de *Freaks and Geeks* como Rogen o Segel, sino que varios de sus personajes pueden leerse como versiones universitarias y contemporáneas de los añorados *geeks*: el protagonista, Steven Karp (interpretado por Jay Baruchel, nuevo descubrimiento para el clan *apatowiano*) es un trasunto de Sam Weir, mientras que Marshall

(Timm Sharp) guarda un cierto parecido con Bill Haverchuck y Ron (Seth Rogen) bien podría ser una evolución de Neal Schweiber. Por no hablar de Jason Segel, que interpreta una versión esperpéntica del Nick Andopolis obsesionado por su novia.

Por otro lado, en esta serie abundan los cameos de famosos amigos de Apatow como Adam Sandler, Will Ferrell o Ben Stiller, lo que nos lleva a otro de los hitos de esta década en la renovación de la comedia estadounidense: la consolidación de un nuevo *star system* de actores cómicos, especialmente del denominado Frat Pack, formado por los anteriormente citados y otros como Jack Black, Vince Vaughn, Owen Wilson, Steve Carrell o Paul Rudd. Esta nueva generación -a la que también pertenecen Apatow y directores como Adam McKay o Todd Phillips-, dentro de su diversidad y los distintos tipos de humor que maneja cada uno, tiene en común sus influencias, sus orígenes televisivos y, por supuesto, el haber crecido en la década de los 80.

Conviene retomar ahora el aspecto referencial, ya que llama la atención en las películas de la Nueva Comedia Americana (NCA) la profusión de citas y alusiones a muchos de los elementos que veíamos antes en *Freaks and Geeks*, lo que refuerza la idea de un universo común a toda esta generación de cómicos forjado en la cultura popular de los años ochenta. Desde veladas alusiones hasta comentarios explícitos, en la mayoría de estas películas se suceden las citas visuales, verbales o musicales a un conjunto de referentes muy amplio, pero a la vez bastante concreto. Pese a tratarse de películas ambientadas en la época actual, es habitual encontrar grupos tan ochenteros como Journey o los inevitables Rush en las bandas sonoras de las cintas de Adam Sandler, o detalles tan entrañables como ver a uno de los chavales de *Supersalidos* (*Superbad*, Greg Mottola, 2007) vistiendo camisetas de un cómico hoy tan pasado de moda como Richard Pryor, por poner un par de pequeños ejemplos. También se puede citar, dentro de la misma tónica, el sentido homenaje que supone la aparición de Harold Ramis interpretando al padre de Seth Rogen en *Lío embarazoso* (*Knocked up*, Judd Apatow, 2007) vendría a confirmar la veneración por sus maestros, aquellos surgidos del *Saturday Night Live* y la *National Lampoon*. Mención aparte merece la consideración a la saga *Star Wars*, una de las piedras angulares de la cultura pop, cuya omnipresencia en el mundo de la comedia [inundando conversaciones en innumerables títulos, como el memorable enfrentamiento entre fans de “los anillos” y “las galaxias” en *Clerks II* (*Clerks II*, Kevin Smith, 2006)] llega al punto de originar toda una película alrededor de su mitología, como es *Fanboys* (*Fanboys*, Kyle Newman, 2008), en la que Seth Rogen tiene un pequeño cameo como malvado líder *trekkie*.

Y es que, tras la mala imagen y el desprecio al que fue condenada su estética en los noventa, durante los últimos años empieza a sentirse cada vez más intensamente un *revival* ochentero. Un retorno al pasado que comienza por la vuelta de la música electro y su influencia en los sonidos actuales, pasando por el rescate de series y películas en forma de continuaciones o *remakes* y llegando hasta el mundo de la moda. En cierto modo, este tipo de fenómeno de revisitación, que cada vez ocurre con más rapidez y cercanía en el tiempo, parece guardar relación con la

negación a envejecer de unas generaciones crecidas en la era pop de la cultura de masas, que progresivamente van añorando las etapas que acaban de quemar. Tras ello parece estar el deseo de recuperar el tiempo perdido, la juventud y los años de juerga y desparrame; asunto que, como veremos más adelante, está muy presente en las películas de la NCA.

Volviendo a la evolución de la comedia durante esta década, es momento de abordar la figura de Judd Apatow. Desde su debut cinematográfico como director con *Virgen a los 40* (*The 40 year old virgin*, Judd Apatow, 2005), y especialmente con la avalancha de películas vinculadas a su nombre que llegan entre los años 2007 y 2008, tiene lugar su definitiva entronización como gurú de la NCA. En tan sólo cinco años, este director, guionista y productor, aglutinando a su alrededor a una nueva generación de jóvenes actores, no sólo ha cosechado numerosos éxitos, sino que ha llamado la atención de buena parte de la crítica cinematográfica, dentro y fuera de su país.

Habiendo dirigido tan sólo tres largometrajes ha conseguido crear un sello reconocible. Y es que, en la NCA, el concepto de “autor” no puede entenderse en su sentido clásico, adquiriendo el papel de productor un destacado lugar, en ocasiones de tanta o más importancia que los guionistas y directores. Pero muy especialmente hay que prestar atención a la importancia de los actores, verdaderos motores del humor alrededor de los cuales se desarrollan las películas, muchas veces vehículos de lucimiento a su servicio. Por tanto, es inevitable tener muy en cuenta la “vocación autoral” de algunos actores, fuertemente involucrados en los proyectos en los que se embarcan, como es el caso de Adam Sandler o, sobre todo, Will Ferrell.

En este sentido, hay que destacar otro de los valores de Apatow que anteriormente hemos citado de pasada, como es su carácter de descubridor de nuevos talentos cómicos (ya sean actores o escritores), muchos de los cuales surgieron de la cantera *Freaks and Geeks*. Entre ellos podríamos destacar al omnipresente Seth Rogen, que ya desde *Undeclared* comienza a compaginar la interpretación con la escritura, hasta llegar a ser en los últimos años protagonista principal, guionista o productor de varios éxitos. Pero también a Jason Segel, otro de los más activos y visibles actores [sobre todo por su participación en la conocida serie *How I met your mother* (Carter Bays, Craig Thomas, 2005-)] que también ha dado el paso a la escritura, o al guionista Nicholas Stoller, que ya trabajó con Apatow en *Undeclared* y *Dick y Jane, ladrones de risa* (*Fun with Dick & Jane*, Dean Parisot, 2005), para después saltar a la dirección con *Paso de ti* (*Forgetting Sarah Marshall*, 2008, con guión de Segel) y *Todo sobre mi desmadre* (*Get him to the Greek*, 2010).

Entrando ya en las características de su cine, en el apartado formal el estilo visual de Apatow es plano, poco llamativo, sin ningún tipo de alarde en la puesta en escena: lo que importa es la interpretación de actores, su dominio de la fisicidad y el *timing*, y la comunicación directa con el espectador. Por tanto, el estilo de Apatow se encuentra más en su temática recurrente y en el tono con que la aborda.

Como observa Tonio L. Alarcón, en *Freaks and Geeks* ya estaban presentes una serie de temas que conforman, en buena medida, el supuesto “toque Apatow” rastreable en sus posteriores producciones, en las que “sigue hablando sobre las dificultades de hacerse adulto, sobre la incomprensión social hacia el diferente y sobre la imposibilidad de que hombres y mujeres hablen el mismo lenguaje, entre otros temas” (Alarcon, 2008: 68).

Lo que resulta realmente llamativo es comprobar cómo esos temas, encarnados antes en personajes adolescentes, han evolucionado a la par que ellos, para convertirse ahora en los problemas de una generación de treintañeros inmaduros con síndrome de Peter Pan, que se niegan a asumir por completo las obligaciones de la vida adulta. Este tipo de historias, protagonizadas por hombres de treinta o cuarenta años con nostalgia de la adolescencia que renuncian a abandonar su lado irresponsable e infantil, que en no pocas ocasiones les empuja a volver [incluso en el tiempo, caso de *Jacuzzi al pasado* (*Hot tub time machine*, Steve Pink, 2010)] al espíritu de su añorada década de los 80, son una constante no sólo en el cine de Apatow sino en el de muchos de sus compañeros generacionales, como Sandler o Ferrell. De eso tratan, en el fondo, una gran mayoría de las películas adscritas a la NCA: desde las fundacionales *Billy Madison* (*Billy Madison*, Tamra Davis, 1995), *Movida en el Roxbury* (*A night at the Roxbury*, John Fortenberry, 1998) o *Zoolander, un descerebrado de moda* (*Zoolander*, Ben Stiller, 2001) hasta las recientes *Te quiero, tío* (*I love you, man*, John Hamburg, 2009), *Resacón en Las Vegas* (*The hangover*, Todd Phillips, 2009) o la mencionada *Jacuzzi al pasado*, dejando entre medio otros grandes ejemplos como *Aquellas juergas universitarias* (*Old School*, Todd Phillips, 2003), *Superfumados* (*Pineapple Express*, David Gordon Green, 2008), *Hermanos por pelotas* (*Step Brothers*, Adam McKay, 2008) o, por supuesto, los tres films realizados por Apatow.

En gran parte de las películas enumeradas arriba Apatow no participa de ninguna manera; no obstante,

mantienen estrechos lazos con su cine, bien por sus actores o bien por un sentido del humor en el que los chistes sexuales y escatológicos conviven con un progresivo sentimentalismo, como por un timing con raíces en el sketch televisivo o por una temática centrada en ese peterpanismo al que aludíamos (Pena, 2009: 79).

Al igual que Jaime Pena en el citado artículo, utilizaremos también *Te quiero, tío* como ejemplo de película ajena fuertemente influida por la personalidad de Apatow, ya que contiene un rasgo inaudito: la constante presencia del grupo Rush, que aquí va más allá de la simple referencia a un elemento de la adolescencia de los protagonistas o del guiño al personaje de Segel en *Freaks and Geeks*, donde también estaba obsesionado por el grupo, para pasar a constituir un elemento importante dentro de la trama. La supuesta broma culmina cuando finalmente asisten a un concierto de Rush (con la propia banda realmente tocando en la película), en un explícito acto de rechazo a la madurez y recuperación del espíritu juvenil, teniendo lugar una verdadera comunión entre los personajes, que incluso relega a la prometida de uno de ellos a un humillante segundo plano, ignorada ante la reconquistada amistad masculina.

Este otro tema, el de las relaciones de camaradería entre hombres, es otra de las constantes de las películas de la NCA, fácilmente visible en films como *Superfumados*, con su redescubrimiento de la amistad masculina en la edad adulta, o *Supersalidos*, con su melancólica visión de la separación de dos amigos de toda la vida en su paso a la universidad, cuya casi romántica mirada de despedida en la escena final ha sido vista por algunos como el anuncio de una posible homosexualidad latente.

Como hemos visto, las similitudes o influencias estilísticas y temáticas pueden llegar en ocasiones a identificar con Apatow una película en la que este no tenga nada que ver. Sin embargo, dentro de esos territorios comunes, se pueden encontrar grandes diferencias entre el modelo apatowiano, de aire más conservador, y otros como el que viene pregonando Will Ferrell, mucho más políticamente incorrecto. Mientras que las películas del primero, como *Virgen a los 40* o *Lío embarazoso*, están construidas como un camino de maduración para sus infantiloides personajes, que acaban inevitablemente integrándose en la vida adulta con una incipiente amargura, el humor terrorista del segundo suele evitar las moralejas para mostrar a postadolescentes rebeldes que se resisten a amoldarse a la sociedad, manteniendo su inmadurez hasta el final, caso de los personajes de *Aquellas juergas universitarias* y *Hermanos por pelotas*.

En conclusión, queda en evidencia cómo en *Freaks and Geeks* ya se encuentran muchos de los síntomas que la NCA ha desarrollado como auténtica enfermedad a lo largo de la década, situándolos en su pertinente origen: la ambiguamente feliz adolescencia vivida por sus autores en los años ochenta.

Epílogo. Desencanto en el parque de atracciones

De todas las películas surgidas alrededor de la NCA, la más cercana al espíritu de *Freaks and Geeks* y la única capaz de articular un verdadero discurso sobre la adolescencia en los ochenta será un drama -no podía ser de otra manera- disfrazado de comedia romántica: *Adventureland* (*Adventureland*, Greg Mottola, 2008). Su realizador, principal director de la serie *Undeclared* y responsable del gran éxito de la factoría Apatow, *Supersalidos*, se desmarca con esta personal película (el libreto es suyo) de las constantes de la NCA para sumergirse en profundidad en esa juventud que precisamente tanto ha marcado a sus componentes.

Ambientado en Pittsburg en el verano de 1987, el film narra las tribulaciones de James (Jesse Eisenberg), quien recién acabado el instituto ve suspendido su soñado viaje de graduación a Europa por los problemas económicos que atraviesa su familia, viéndose obligado a pasar el verano trabajando en un parque de atracciones para costearse sus planeados estudios de periodismo en una universidad de Nueva York. En dicho parque, *Adventureland*, habitan peculiares personajes como Frigo (Matt Bush), su insoportable amigo de infancia; Joel (Martin Starr), una clarísima evolución de Bill Haverchuck; o la provocativa Lisa P. (Margarita Levieva), el sueño húmedo de todos los trabajadores del parque. En cambio, será Em (Kristen Stewart) la

que arrebatará el corazón a James, que acabarán involucrados en un triángulo amoroso cuyo tercer vértice es Mike (Ryan Reynolds), el mecánico del parque, un farsante que engaña a su mujer y se precia de haber tocado con Lou Reed.

Es en esta película en la que más importancia cobra la banda sonora; tanto el *score* compuesto por Yo La Tengo, una ambientación sonora que crea todo un estado emocional, como las canciones que nos acompañan durante todo el metraje, que en muchos momentos ilustran los sentimientos de los personajes e incluso condicionan la acción. El director se recrea en hermosas escenas nocturnas, viajes en coche con acompañamiento musical y miradas románticas llenas de inocencia que rompen con el tono amargo de forma voluntaria, buscando una idealización de dichos momentos por parte de sus personajes. Por otro lado, frente a la música de The Replacements, Lou Reed, David Bowie o Big Star, grupos de cabecera de los protagonistas, también encontramos las horteradas de la época que soportan a duras penas cada día de trabajo, con la terrible *Rock me, Amadeus* de Falco a la cabeza, en un acto de desmitificación que nos devuelve a la dura realidad (musical, en este caso) de aquella década.

Para los aficionados quedan algunos detalles cómplices, como la cazadora que luce Kristen Stewart en algunos momentos de *Adventureland*, que recuerda a la guerrera que vistió Linda Cardellini prácticamente en todos los episodios de *Freaks and Geeks* y, como guiño inequívoco, por si cabía duda alguna sobre la conexión Joel-Bill Haverchuck, el instante en que Martin Starr exclama: “Wallnuts? You want to see me going into anaphilactic shock?”, en claro homenaje a Bill y su alergia a las nueces.

Pese a su final feliz, *Adventureland* resulta una desoladora visión de esa añorada adolescencia que, en el fondo, no fue tan feliz. Frente a muchas otras películas que abordan de manera nostálgica e inocente ese mítico verano del cambio del instituto a la universidad, el tránsito a la madurez que conlleva el paso de la tutela paterna a la autonomía, el de *Adventureland* es un verano amargo y decepcionante, en el que las esperanzas de James quedan atascadas en un parque lleno de paletos.

La crítica visión de la era Reagan es mostrada con sutileza (al igual que en *Freaks and Geeks*, se nos muestran noticias en televisión, aludiendo al tema de la venta de armas), centrándose en los efectos de su política económica sobre las familias de los personajes. Así, en dos magníficas escenas se nos muestra que el padre de Jesse, al verse degradado de su puesto de trabajo con la consiguiente reducción de sueldo, se ha dado a la bebida (el descubrimiento de Jesse de una botella de alcohol en el suelo del coche; la triste mirada del padre, guardando silencio mientras la madre reprende al joven por dicha botella). Los problemas familiares son evidentes en otros personajes como Joel, a quien sus padres cobran alquiler en su propia casa; Lisa P., cuyo padre no consigue encontrar empleo; o Mike, que debe cuidar de su madre, enloquecida desde que su padre les abandonó.

Tal vez, por eso mismo, Mottola nos regala con ese final feliz, optimista, aunque posiblemente nos esté dando falsas esperanzas.

La conexión entre *Freaks and Geeks* y *Adventureland* es evidente. La película muestra el lado oscuro de la frecuentemente idealizada adolescencia en la América de los años ochenta, reflejado en los problemas económicos y familiares y la impotencia de los jóvenes menos afortunados para superar sus obstáculos y labrarse un camino. Aunque ambas elaboran un mismo retrato generacional, este a su vez deriva en un fresco universal sobre la adolescencia y sus problemas: la incomunicación, los problemas afectivos, la incompreensión paterna, la dificultad de encontrar un lugar propio...

Mientras que la serie de Apatow se erige como el primer *revival* de los ochenta con una mirada incisiva, la película de Mottola cierra el círculo con una reflexión decididamente crítica, hecha desde la madurez de quien sabe que la comedia no siempre tiene que ser algo divertido.

Referencias bibliográficas

Libros:

Apatow, Judd; FEIG, Paul, (2004): *Freaks and geeks: the complete scripts*. Vols. I-II. Newmarket Press. New York.

Feig, Paul, (2002): *Kick me: adventures in adolescence*. Three Rivers Press. New York.

Feig, Paul, (2005): *Superstud, or, How I became a 24 year old virgin*. Three Rivers Press. New York.

Artículos de revistas:

Alarcón, Tonio L. "Judd Apatow. Sentido (del humor) y sensibilidad", *Dirigido por...*, nº 384, diciembre 2008, p. 68.

de Fez, Desirée "Informe Nueva Comedia Americana. Muchos, brillantes y revueltos", *Rockdelux*, nº 270, Febrero 2009, pp. 23-27.

Garmar, Javier "¡Te quiero, tío!", *Cahiers du cinéma España* nº 24, junio 2009, p. 38.

Garson, Charlotte "Cuestión de cojones: ¿Apatow sexista?", *Cahiers du cinéma España*, nº 28, noviembre 2009, pp. 81-83.

Losilla, Carlos "Elogio del barroco. Superfumados, de David Gordon Green", *Cahiers du cinéma España*, nº 18, diciembre 2008, p. 38.

Losilla, Carlos "Hermanos por pelotas", *Cahiers du cinéma España* nº 17, noviembre 2008, p. 36.

Losilla, Carlos "Madurez de la comedia, melancolía de la madurez", *Cahiers du cinéma España*, nº 28, noviembre 2009, pp. 84-85.

Pena, Jaime "Adventureland", *Cahiers du cinéma España*, nº 23, mayo 2009, p. 34.

Pena, Jaime "Defensa de Judd Apatow", *Cahiers du cinéma España*, nº 28, noviembre 2005, pp. 78-80.

Pena, Jaime "El actor como autor. Paso de ti, de Nichollas Stoller", *Cahiers du cinéma España*,

nº 14, julio-agosto 2008, p. 38

Pena, Jaime “El toque Apatow”, *Cahiers du cinéma España* nº 5, octubre 2007, p. 41-42.

Rosenbaum, Jonathan “Raíces autobiográficas. Hazme reír de Judd Apatow”, *Cahiers du cinéma España*, nº 26, septiembre 2009, p. 39.

Internet:

Granda, Moisés, “Adventureland”, en *Lumière*, nº 2, [Consulta 12.12.2010]: http://www.elumiere.net/lumiere_num2.html

Losilla, Carlos, “Contra Judd Apatow...Elegimos cuerpos: ¡viva el cine de actor!” en *Letras de Cine*, 25 de julio 2008 [Consulta 12.12.2010]: <http://letrasdecine.blogspot.com/2008/07/contra-el-fachero-cuerpos-contra-judd.html>

vv. aa., “Dossier Nueva Comedia Americana: Esto no es otro estúpido estudio...”, en *Miradas de Cine*, nº 85, abril 2009 [Consulta 12.12.2010]: <http://www.miradas.net/2009/04/estudios/nca.html>

vv.aa.: “Nueva comedia americana. Miedo a un planeta adulto”, en *Ladinazo*, nº 28, junio-agosto 2008 [Consulta 12.12.2010]: <http://www.ladinamo.org/ldnm/articulo.php?numero=28&id=734>

Life on Mars: Negotiating the Quality Generation Gap

Derek Johnston

Writing in 1996, Robert J. Thompson defined a period when American television was seeing an increase in “quality television”, terming it, in his book’s title, *From Hill Street Blues to E.R.: Television’s Second Golden Age*. This conceptualisation of a new golden age of television, focussing on the idea of a resurgence in “quality television”, was set in an exclusively American context, and the discourse around “quality television” has remained largely focussed around American television ever since. For example, *Quality Popular Television*, published by the British Film Institute in 2003, dealt almost exclusively with American productions and co-productions, albeit in a number of different reception contexts. Similarly, Janet McCabe and Kim Akass’ *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond* (2007) indicates this American focus in its very title.

However, the concepts that Thompson uses, together with the idea of a “Golden Age” of television, are applicable internationally, even if the exact “ages” differ from country to country, and even from genre to genre. Where Thompson defines the first Golden Age of US television as “stretching roughly from 1947 to 1960 when serious people could take TV seriously”, (Thompson, 1996: 11) Lez Cooke, writing about British television, refers to ‘the so-called “golden age” of the 1960s and 1970s’. (Cooke, 2003: 1) Writing about a specific genre, Jonathan Rigby places the Golden Age of British television horror as being “bookended, more or less, by *Mystery and Imagination* [ABC Weekend Television, then Thames Television, 1966-1970] and *Supernatural* [BBC, 1977]”. (Rigby, 2004: 309) Cooke also notes that “Golden ages” are always partly illusory, seen through the nostalgic rose-tinted spectacles of hindsight’, (Cooke, 2003: 66) thereby emphasising the importance of the connection between the perceived “Golden Age” some time in the past and the comparatively corrupted present.

This article focuses on a particular British example of the negotiation between one “Golden Age” and the next. The first “Golden Age” is that of the 1970s *Law and Order* show, a genre which includes British domestic productions such as *The Sweeney* (Euston Films, 1975-1978), *Target* (BBC, 1977-1978) and *The Professionals* (London Weekend Television / Mark 1 Productions, 1977-1983). However, the genre was also informed by American import series such as *Starsky and Hutch* (Spelling-Goldberg Productions, 1975-1979, with UK transmission from 1976) and by films, with Lez Cooke identifying Clint Eastwood’s title role in *Dirty Harry* (Warner Bros., 1971) as the epitome of the ‘rogue cop’ figure that Regan filled in *The Sweeney*. (Cooke, 2003: 116) The second “Golden Age” under consideration is that of the recent development of sophisticated dramas which share many of the attributes which Thompson identified as characteristic of “quality drama”: something “not “regular” TV”, with “a quality pedigree”, a “blue-chip” but often small audience, internal continuity, mixed genres but an aspiration towards “realism”, complex writing, self-consciousness and intertextuality, frequently controversial subject matter and a degree of acclaim. (Thompson, 1996: 13-16)

In particular, the focus is on the police series *Life on Mars* (Kudos Film and Television / Red Planet Pictures / BBC, 2006-2007). This series not only shows its awareness of its generic predecessors, while also mixing genres in the manner identified by Thompson as indicative of “quality television”, but it also engages with them in a way which encourages the audience to consider the ways that society and media have changed between the previous generation of the Law and Order show in the 1970s and the early 21st Century viewing context of *Life on Mars*. It depicts the generational conflict between 1970s and 2000s police programming through the interaction of its characters. This article examines this dramatisation of the relationship between the different approaches of different generations of television production through the relationships depicted on screen, and suggests that this is part of a conscious attempt by television producers and writers to reinvigorate apparently tired genres in order to expand their appeal in the television market.

‘Hooked to the Silver Screen’: Inspiration and Repetition

Asked to create a new television series, writers Ashley Pharoah, Matthew Graham and Tony Jordan went on a retreat where, Graham has noted:

One of us said, «Is there any way we can just do *The Sweeney* in the Seventies?» *The Sweeney* is terminally sexist, terminally racist, all the things you just can’t do, and yet we also thought there was almost an odd innocence about it. We just had a feeling it wouldn’t turn out to be a vile piece of offensive drama but might end up being quite cool and fun, and probably the only way to do that it is to take someone with our sensibilities and plonk them right in the middle of it, so that any time Gene Hunt says, «All right luv, go and make us a cup of tea and [bring] a Garibaldi biscuit,» someone can roll their eyes. Somehow that lets us off the hook. (Graham quoted in Smith, 2007)

The series that resulted from this retreat, and eight further years of development, was *Life on Mars*, which concerns a policeman from 2006, Sam Tyler, who is involved in an accident and finds himself in 1973, in what turns out to be a fantasy that he is creating within a coma. Tyler gives the creators of the series the ‘out’ that the quote from Matthew Graham acknowledged they needed. But the tensions that Graham noted between 1970s and early 21st century sensibilities are also what drives the show. This process of negotiation between the 1970s Law and Order drama like *The Sweeney* and the police drama of the early 2000s is dramatised throughout the text of *Life on Mars* as a generational connection, primarily between parents and children, but also as a link from what went before to what is happening “now”.

This return to the recent past can be understood as part of a ‘retro’ sensibility, one which “focuses on the recent past, even if it might seem to have slipped out of sight only yesterday.” (Guffey, 2006: 17) Elizabeth E. Guffey has argued that this sensibility should be considered as separate from its associated sense of nostalgia. She writes that: “Where nostalgia is linked to a romantic sensibility that resonates with ideas of exile and longing, retro tempers these associations with a heavy dose of cynicism or detachment; although retro looks back to earlier periods, perhaps its

most enduring quality is its ironic stance.” (Guffey, 2006: 20) In other words, while nostalgia is largely about the emotions associated with the past, particularly emotions of loss, retro is more about revelling in the style of the past. For the creators of *Life on Mars*, returning to the style of *The Sweeney* was attractive, something ‘cool and fun’, with the presence of a 21st Century character providing the necessary detachment to retain an ironic, retro stance. However, for the character of Sam Tyler, the appeal of the 1970s is one of nostalgia, focussing on a sense of loss and longing rather than an obsession with look.

The series is also interesting as an appropriation of material primarily from commercial television for use by a public service broadcaster. The use of ITV’s “low” culture as a loved but criticised source for a multi-layered, critically-respected BBC narrative illustrates some of the tensions between the cultures and the expectations surrounding the different broadcasters. Similarly, it is interesting to note that *Lost in Austen* (Mammoth Screen, 2008), an ITV drama involving an individual who finds themselves somehow within Jane Austen’s novel *Pride and Prejudice*, was complimented as being not the sort of thing to be expected from the channel, with Nancy Banks Smith in *The Guardian* calling it “Amazingly good for ITV” (Banks Smith, 2008) while Janine Gibson wrote that the production was “the sort of thing we’ve come to expect of BBC1.” (Gibson, 2008) These comments and associations suggest that it is the implied “cleverness” of the metatextuality of both productions that marks them as more appropriate as BBC product than as commercial. Rather than taking the simple route to successful television with a straightforward Jane Austen adaptation or an action-driven police show, these productions looked for ways to reinvigorate and comment on those successful models.

Such considerations of the relationships between the past and the present can also be perceived in other police and detective programmes with a historical setting. What *Life on Mars* does differently is to dramatise that relationship through characters on screen. Where *Inspector George Gently* (BBC / Company Pictures, 2007-) or *Foyle’s War* (Greenlit Productions / Paddock Productions, 2002-) can raise issues about how society has developed from the period of the setting to the present day, the character of Sam Tyler in *Life on Mars* can point out these connections directly, making the relationship an explicit part of the narrative. Alan Clarke has noted the particular usefulness of the police series in helping people to reflect on the changes in policing, finding that the use of televisual examples in a teaching context meant that “[t]he discussion of change suddenly came alive”. (Clarke, 1992: 232) While the viewer is free to make their own conclusions about the type and degree of change from period police and detective dramas, *Life on Mars* directly engages with those changes, pointing out changes and encouraging debate around them.

The police / detective series and historical settings can be seen to be well-suited to each other, regardless of any time-slip plotlines. Part of the detective’s role is to examine, to see and to hear, which allows for an inspection of the minutiae of the setting, and the historical details of props and locations. This can serve the desire associated with heritage drama of the viewer immersing

themselves in certain kinds of details, which Andrew Higson has termed “the pictorialist museum aesthetic [...] the ideal showcase for the visual splendour and period richness of the carefully selected interiors and locations [...] crammed with period artefacts plundered from the nation’s heritage archives”. (Higson, 2003: 39-40) However, the detective series is frequently about the “wrong” sort of details from the heritage drama viewpoint. While period-correct clothing and cars and brands are frequently displayed, the detective drama is about disruption of this setting, this historical idyll, although it is also about the restoration of the idyllic, or at least of the status quo. *Life on Mars* subverts this heritage approach to drama by making all of the apparently authentic details part of a coma-fantasy, personal memories twisted by the passing of time and the influence of the nostalgia industry, all serving the demands of a nostalgia-driven television drama. While this serves as a useful production device, whereby any anachronisms, including unintentional ones, can be explained away by it all being part of Tyler’s fantasy, narratively it functions to emphasise the constructed nature of our televised images of the past.

The series uses this nostalgic appeal to underline the falsity and the desire for the past that is part of nostalgia. Unlike the cynical, slightly mocking approach of retro, nostalgia embraces the emotional resonance of the details of the past and expresses a desire to live or relive those moments. Thus, when Tyler reawakens from his coma in 2006, he finds himself distanced from the present because he cannot ‘feel anything’, he has lost his engagement with what he is doing. The nostalgic appeal of his reconstructed Seventies, based around his memories of his childhood as activated by media representations of the period, has far more emotional connection to him. What also has a connection is his ability to change things, to make a difference, and thus to deal with the frustrations that he is shown experiencing in his day job, dealing with meetings and bureaucracy and procedure rather than directly engaging in catching criminals. The coma-fantasy Seventies allows him to make a direct difference, to solve a different crime every week, to bring in useful parts of later policing, such as recorded interviews, which satisfy his desire for due process, while retaining the freedom to act of the Seventies television Tough Cop. He can still remain superior, and show them a ‘better’ way of doing things, but it is the woman and the cars and the cops he stays for. In doing so, he accepts a demotion, from the rank of Detective Chief Inspector that he held in 2006 to his 1973 rank of Detective Inspector, signalling that he had something to learn from the past, from his DCI, Gene Hunt, a construct generated from Tyler’s media experience of Seventies policing. And it is to this media experience that we turn next.

“Take a Look at the Lawman”: *Life on Mars* and Police Television

As has already been noted, one of the key texts to consider in relation to *Life on Mars* and its inspiration is *The Sweeney*. *The Sweeney* itself bore some of the markers of «quality television» as defined by Thompson. It was derived from “Regan”, a single play in the *Armchair Thriller* anthology written by Ian Kennedy Martin, who also wrote eight episodes of the *Sweeney* series. His brother, Troy Kennedy Martin, creator of *Z-Cars* (BBC, 1962-1978) and later writer of *Reilly, Ace of Spies* (Euston Films / Mobil Oil, 1983) and *Edge of Darkness* (BBC, 1985), wrote 6

episodes of *The Sweeney*. Cooke notes the series' debt both to the 'rogue cop' sub-genre and the 'buddy-movie', (Cooke, 2003: 116) indicating the multi-genre aspect of the programme. This use of multiple genres meant that the series also managed to incorporate an appearance by comedians Morecombe and Wise who derail the villains' plans in a chase sequence which includes Morecombe throwing frozen fish from a van at the pursuers.

Anthony Clark has claimed that "*The Sweeney* was more than just a hugely successful TV series - it also acted as a catalyst for change across the entire police genre. With the arrival of Regan and Carter the innocent world of Dixon was no longer believable." (Clark) The deepest change was that the police were now being portrayed as being on a par with the criminals in their brutality, with the excuse that their violence was, like that of a Wild West lawman, on behalf of civilisation and ultimately guided by morality. This particular concept is displayed explicitly in *Life on Mars*' Gene Hunt, who not only decorates his office with posters for Western films, but who also explicitly refers to himself as "the sheriff". The connection of *The Sweeney* with the notion of 'quality television' as being socially relevant is reinforced by Toby Miller's understanding of the show as combining "British social realism with US-style violence in a bitter account of working-class strife." (Miller, 2001: 17)

Clark's reference to *Dixon of Dock Green* as 'innocent', in much the same way that Matthew Graham referred to *The Sweeney* as "innocent", illustrates the shifting interpretations of these productions between generations. While the creators of *Life on Mars* can see the Seventies as an innocent time, Clark sees the Seventies as replacing an innocent time in television police shows. Compared to *Life on Mars*, *The Sweeney* may be innocent, but compared to *The Sweeney*, *Dixon of Dock Green* was innocent. This innocence is associated with concepts of 'realism', with the belief that real life is "gritty", "dirty", corrupt, and that each new series becomes more "realistic" in its portrayal of the world (with a tendency towards 'realism' also being one of Thompson's markers of "quality television"). Morality is questionable in these less innocent productions, where it is a less complex matter in the more innocent. Like Matthew Graham, John E. Lewis and Penny Stempfelfel have described *The Sweeney* as having "an innocence under its bruiser exterior" because 'episodes concerned the apprehension of professional villains ... security van robbers, lorry-hijackers and the like - all bad boys but not murdering psychopaths.' (Lewis and Stempfelfel, 1997: 112) The criminals in these series may have chosen to take on a life of crime, but the programmes stay away from the complexities of the role of psychology and particularly psychopathology in the examination of the role of law and order in society; that aspect of policing and the criminal system would emerge later, in the late-1980s and the 1990s, as psychological profiling became a more regular part of television crimefighting.

"Innocent" also means pre-lapsarian, that the characters in *The Sweeney*, and by extension characters like Gene Hunt, know no better. They have not had the full revelations of racial and sexual equality, of the second wave feminist movement, and so on, and so cannot be criticised for behaving in a way which was considered appropriate to their society in that time and place.

They have no worries about the way that they behave because they do not know that they are doing wrong. To accept and even embrace this as an explanation of the behaviour of Hunt and his colleagues is to take the retro approach to the series, while to look to it as a set of character traits and opinions to be emulated is to take the nostalgic approach, one which James Chapman has noted is taken by the readership of “men’s magazines such as *FHM* and *Maxim*, whose thirty- and forty-something readership had grown up with *The Sweeney*.” (Chapman, 2009: 15)

Leon Hunt has also discussed the issue of 1970s nostalgia in relation to this concept of ‘innocence’, suggesting that:

1970s nostalgias construct the period as both ‘golden age’ and ‘Fall’, sometimes simultaneously. In the first version, the period is more ‘Fall’ within a ‘structure of progress’ (the 1960s were more ‘hip’, the present more ‘enlightened’), recuperable only from a position of irony. In the second, 1970s gaucheness is a signifier of innocence before a Thatcherite, style-obsessed Fall. In the third, we find a pre-politically correct ‘golden age’, and embedded within this is a kind of male heterosexual *fin de siècle*. (Hunt, 1998: 5)

These nostalgias, at once both competing and complementary, resonate within *Life on Mars*. Of particular interest with regard to the television series is the comment on the way that the 1970s ‘innocence’ preceded ‘a Thatcherite, style-obsessed Fall’, considering that the sequel series *Ashes to Ashes* is set explicitly in a 1980s which places issues of big business and big crime over the individual, together with the downsides of hedonism, alongside New Romantic and yuppie style and flash cars. The colour of *Life on Mars* is bronze or beige like the colour of Hunt’s Ford Cortina, while that of *Ashes to Ashes* is the rich red that features in all of lead character Alex Drake’s costumes for the first and second season, together with the paint job of the Audi Quattro that Gene Hunt drives. *Life on Mars* is subdued and domestic, concerned with family, while *Ashes to Ashes* loses its focus on family after the first series to concentrate on the self of Alex Drake and her perception of her time-slip.

‘But her mummy is yelling «No» and her daddy has told her to go’: *Life on Mars* and Family

The parental connection of *The Sweeney* to *Life on Mars* was regularly commented on during publicity and commentary on the series by creators, production staff, cast and journalists. Other significant and regularly cited inspirations, or relatives if we continue the generational metaphor, for *Life on Mars* included *Starsky and Hutch* and *Get Carter*, programmes and films that centred on a certain macho, direct and physical approach to resolving problems. These were the productions which inspired the creators of *Life on Mars*, but in doing so they also create the coma-fantasy world of Sam Tyler within the fiction of *Life on Mars*. Tyler is using these media inspirations to comfort himself and to work through some of his own psychological and emotional issues, while the creators of *Life on Mars* use Tyler and his reactions to his created 1973 to work through some of their issues with these fictional progenitors. The importance of this media origin for the series and for Tyler’s fantasy is clearly emphasised in the text by the way that Tyler is

contacted by both psychological guides and his real world of 2006 through televisions, radios, a projected film. In the very first episode, Tyler is left hugging a television and crying 'Please don't leave me!' because the Open University lecturer who appeared on the screen had diverted from their lecture to clearly talk about Tyler's coma, providing him with a link to his real world. This clearly shows the strong emotional link to 1970s media, particularly television, that the creators of the show acknowledge.

The use of technology as a medium between Tyler's internal fantasy and his external world has a number of obvious reasons. There is the uncanny aspect of hearing a radio talking about you or to you, or seeing a character on a television programme do the same, approaching the camera as if to examine you more closely. The appearance of a character from the television, the Test Card Girl, within Tyler's fantasy, apparently leaving her place on the television screen to talk to him directly, is particularly unsettling, breaching the boundaries between the screen world and the everyday. This particular breach is one that also carries echoes of films such as *Ringu* (1998), *Videodrome* (1983) and *Poltergeist* (1982), where the television apparatus acts as a supernatural link to a frightening but greater reality, leading to an expanding of the characters' understanding of the universe. The technology also gives a focus for the voices, rather than having Tyler simply "hear voices", while the one-way nature of the media shows Tyler's entrapment within his comatose mind and his isolation from the sources of those voices. This technological mediation can also be understood as a rationalisation within Tyler's comatose mind of those things which he is aware of in the outside world, but the fact that it is television and radio through which he predominantly rationalises them, rather than through, for example, other characters, shows that the medium itself is important.

But it is in the focus on changes and relationships between generations, between predecessors and successors, that *Life on Mars* really works through its issues with its own predecessors. Of the sixteen episodes produced, only two have no obvious use of the concept of generations and how they influence each other. Episodes feature parents who commit, or admit to, crimes for the sake of their children, often violent crimes which will earn money to support a family. Other crimes are performed by parents and mentors to maintain social coherence, such as the acceptance of bribes by Hunt from a gangster which helps maintain the gangster's control over criminal activity in the city. In this respect, there is an element of what Leon Hunt has identified as a key aspect of "the 1970s "Law and Order" show in which hard men do unpopular things to protect the "national interest"." (Hunt, 2001: 129) The criminal parent or mentor is forging the way or ensuring the future for their successors, performing illegal or immoral acts so that those who follow them will not have to.

The issue of coming to terms with the "sins" of 1970s Law and Order programming is most strongly dramatised in the last episode of the first season of *Life on Mars*. Tyler's mother had already featured in the series, and his family life had been built up as one which was essentially happy, but with a largely absent, travelling salesman father. This episode depicts Tyler's father

as a gangster, looking to move into the void in Manchester left by the arrest of the ganglord by Tyler and Hunt in an earlier episode. Tyler has to come to terms with the idea of his father as a pornographer and organised criminal who is willing to kill to get what he wants. In other words, his father deals explicitly in sex and violence. This dramatises the conflict with the violent and exploitatively sexist 1970s Law and Order programmes which the creators of *Life on Mars* had to face. The way that Tyler finally lets his father go, because for him to be imprisoned would destroy his family, can be understood as another way of expressing the desire to accept the pleasures of these earlier dramas while “letting go” of their worst crimes against modern tastes. To unravel the Law and Order programmes too far would be, from this viewpoint, to reveal not only the problems with the dramas themselves, but also to unravel their television ‘family’ and the structures that connect these earlier dramas with current ones. To reveal that the use of violence in 1970s Law and Order programmes is an essentially authoritarian response to changes in the wider culture, for example, would lead to a questioning of the legacy of finding pleasure in that violence, and the way that modern police shows, including *Life on Mars*, have grown out of that tradition.

Nevertheless, this sort of questioning is exactly what occurs all the way through *Life on Mars*, negotiating the difficult boundary between nostalgia and kitsch. Tyler’s continued emphasis on the consequences of the behaviour and methods of fictional 1973 policing is intended as a counterpoint to the nostalgic pleasures of gold Cortinas ploughing through piles of cardboard boxes or sending newspaper spinning across the road, or of a van full of police engaging in a fistfight with a gang. Without this critical voice and the desire to change the fictional world to better fit with modern mores, we are left with what Andy Medhurst has termed:

the dispiriting voice of depoliticized kitsch, where giggling at a pair of flared trousers takes precedence over questioning an attempt to turn sexual brutalization into comedy, and where there is a palpable nostalgia for a pre-feminist world in which sexual liberation meant the chance for men to earn status by screwing around as much as they liked. Kitsch strategies [...] can all too easily drift from an attempt at wrong-footing the stuffier, more humourless end of ‘political correctness’ to an endorsement of those reactionary worldviews which ‘PC’ set out, quite rightly, to challenge. (Medhurst, 2001: 185)

Tyler is only able to accept his father’s criminality (which may only exist in Tyler’s coma-fantasy) because it has first been revealed to him, just as the creators of *Life on Mars* had to first unravel the strands of violence, corruption and misogyny in the 1970s Law and Order series for them to establish an enjoyable, genre-conscious modern drama complete with action and characterisation, and just the right kind of nostalgic pleasure.

‘Beating Up the Wrong Guy’: Questions of Violence and Corruption

This is clearly not an unproblematic relationship, that the harshness of 1970s society had to be met, at least in the media, with tough action, that unlawful behaviour was required to create a safer, more stable and affluent society. Hunt’s corruption and violence is frequently depicted as

a problem for Tyler, the representative of 2006 society, not just for its failure to match Tyler's morals but for the way that it caused problems for Tyler's generation. Hunt's acceptance of self-governing organised crime is seen as representative of the whole police force, and when he and Tyler arrest the gangster who had ruled the city, it is seen as affecting every police officer, with Hunt commenting that they are all 'walking a bit taller' as a result of the arrest. But there are other consequences, with the opening up of organised crime in the city to new and different organisations, and its fragmentation amongst factions unknown to the police.

Similarly, Hunt's use of implied and actual violence against suspects is shown to be of some use, gaining leads, while not being completely accepted. The use of violence by Ray Carling, Hunt's right-hand-man before Tyler 'arrived', leads to the death of a suspect; he claims that he was just doing what Hunt would do, but Hunt confides to Tyler that he is scared by his successors like Carling, because they do not understand where to draw the line the way that he, Hunt, does. Again, Hunt is clearly the media tough cop of the 1970s, whose violence is justified by its role in preserving society at large, while other violent police, like Carling, are representative of the real problems of violence in policing. Hunt is essentially a good man who does what has to be done by any means necessary, while Carling does not consider the deeper needs, he merely does. The issue of violence within *Life on Mars* is a complex one, as the series accepts fights amongst the police as part of the retro fun of the programme, acting often as a form of male bonding and with no lasting consequences. In this, the programme fits with Lucy Lippard's description of "retro" as the work of "those artists who embraced socially unacceptable attitudes as libertarian gestures [... and as] a symbol of resistance to the political and social certainties of the mainstream". (Guffey, 2006: 15) However, violence enacted by criminals or by the police against each other or their victims is shown as having consequences, often devastating, such as the shootings of June the cleaner in season one, episode two, or of Ravi in season two, episode six.

This apparent contradiction, or confusion, around the use of violence in the show makes more sense when it is considered not as it affects the characters, but as "a vehicle through which meanings are transferred: one technically suited to the television medium with visual, active face-to-face (or fist-to-face) contact that fills the optimum mid-shot / close-up range of the television camera frame." (Fiske and Hartley, 2003 :145) The fist fights between police officers are all about the maintenance of status and power within the Force, or within the group of characters, and their "ritual condensation of social conflicts" (Ídem: 147) does not ultimately do violence to the status quo of society, the programme, or to the expectations of a retro 1970s police show developed from accepted concepts of what such a show would, or should, be like. Other violence, criminal violence, is depicted as having stronger consequences because its root meaning is not one that has been translated by an understanding of the tropes and cliches of the 1970s *Law and Order* show. Instead, it retains the same meaning that it had in those programmes: the demonstration of illegal and antisocial activity and its subdual by the superior forces of dominant power and sensibilities.

PREVIOUSLY ON

This is reflective of the way that the creators of *Life on Mars* used the series to remake the 1970s Law and Order show into something more acceptable to modern sensibilities. A bit of freewheeling action is perceived as retro fun, but the realities of the historical situation are acknowledged and must be dealt with. There must be consequences. There also has to be a possibility of change and redemption, which largely happens through Tyler introducing more modern policing ideas which protect witnesses, maintain evidence, focus on detection and community, and the maintenance of legality within the police force. In effect, Tyler begins to reshape this fantasised 1973 into a more comfortable ideal of policing, combining modern techniques of deduction and profiling and gathering evidence with the appeal of immediate action and avoidance of red tape.

Tyler's reshaping of the police of his imagined 1973 carries with it echoes of what Alan Clarke has identified as the development of post-*Sweeney* British police television through series such as *Juliet Bravo* (BBC, 1980-1985), *The Gentle Touch* (London Weekend Television, 1980-1984) and *The Bill* (Thames Television, 1984-2005; Talkback Thames, 2005-2010). This development was the increased presence of female characters and the return to concerns about community and 'the routine and mundane crimes of everyday life'. (Clarke, 1992: 249) In *Life on Mars* this development is represented by the character of Annie Cartwright, who begins as a WPC primarily providing office support to Hunt's detectives, but who is immediately brought into CID's work by Tyler drawing upon her psychology degree in attempting to profile a criminal, and who ultimately becomes a detective constable. Even the character's name serves to point towards its inspirations in previous television police programmes, being reminiscent of 'Anna Cartaret', the name of the second actress to play the lead role in *Juliet Bravo*. The character of Cartwright serves as an emotional contact with Tyler, enabling him to talk about his feelings and experiences in a way that would appear artificial with the other CID characters, while also providing an opportunity for the show to directly engage with the issue of the treatment of women as professionals in the 1970s police show. Clarke also notes that these post-*Sweeney* series carry 'a greater emphasis on due process and proper procedure' a concern which is central to Tyler's interaction with his 1973 counterparts. (Clarke, 1992: 250)

The 1970s police series' treatment of crime as part of an action show, devoid of consequences, has been seen as something new to that period. As Clarke has pointed out:

An important element of the police series prior to the 1970s had been the sense of social conscience that the series had portrayed. Quite often the crime which formed the subject matter for an evening's episode would be treated in complex ways, considering the underlying causes of the action, the criminal's individual problems as well as the police response which was deemed to be most appropriate. (Clarke, 1992: 236)

Unlike the community-based officers of *Dixon of Dock Green* or even *Z-Cars*, *The Sweeney* presented a situation where "the policeman no longer enjoys any sense of belonging." (Clarke, 1992: 237) This sense of disconnection is clearly one that is emphasised by Tyler's particular predicament in *Life on Mars*, a situation that his mind has created in an attempt to understand

his feelings of detachment from everyday life and everyday policing in 2006. Yet for him, and in his created 1970s, Hunt and his officers are connected to the community, are concerned with individuals, in a way that Tyler feels has been lost. This is another example of the way that nostalgia re-interprets the past, particularly when refracted through memories of the media and childhood associations. Tyler's memories of 1970s media are associated for him with ideas of family and belonging, ideas which he then projects onto policing in his imagined 1970s.

'It's About to be Writ Again': Conclusions and Continuations

Life on Mars has now produced its own offspring. Most obviously, there is the direct sequel-cum-spinoff *Ashes to Ashes*. This series particularly complicates the issues raised in this chapter by providing a different explanation for the time-shift aspect of the show. No longer are we watching the coma fantasy of a particular individual; instead, we are privy to a kind of police afterlife, with the characters being explained as all dying before their time in different time periods and coming together in this purgatory to come to some sort of terms with this and to move on. The shift in perspective is signalled by the fact that *Ashes to Ashes* does not have the main point-of-view character, Alex Drake, in every scene, as was done with *Life on Mars*.

This is clearly a reimagining of the central concept, not entirely compatible with *Life on Mars*, but not entirely incompatible either. If we followed Tyler's perspective in *Life on Mars*, that could be seen as merely his contribution to this purgatory, and his interpretation of it, while *Ashes to Ashes* shows the perspectives of more of the other characters. It could be significant that one of the creators of *Life on Mars*, Tony Gordon, did not continue on to *Ashes to Ashes*. All of this indicates that, despite their links, the two series can be considered and interpreted separately. Indeed, the final shot of the series implies that at least one other series can be pulled into the continuity of *Life on Mars / Ashes to Ashes*, as it closes with a characteristic sign-off from *Dixon of Dock Green* (BBC, 1955-1976), a series developed around the character of PC George Dixon, who had been introduced and killed in the film *The Blue Lamp* in 1950, but whose television adventures showed him enjoying a career which extended into the mid-1970s. This extends the set of potential connections to be found in previous media as inspirations for *Life on Mars / Ashes to Ashes* as well as suggesting that these are not the first programmes to chart the experiences of a policeman in this afterlife.

Other "offspring" of *Life on Mars* can be found on other channels and in other national contexts. As discussed above, ITV has shown *Lost in Austen*, described by one reviewer as "a shameless blending of *Pride and Prejudice* with *Life on Mars*", (Walton, 2008) in which a 21st Century woman finds herself in Austen's novel, disrupting narratives and relationships. And, most interestingly, as far as this article is concerned, there are the American and Spanish versions of *Life on Mars*, and the ways that they interact with their British parent and with their own equivalent of the British 1970s Law and Order series. The American series rejected the coma-fantasy element as too restricting, (Rawson-Jones, 2008) ultimately presenting the 1970s setting as part of a virtual reality programme entertaining Sam Tyler on his voyage to Mars, as part of the first

manned mission there. Tyler's need to feel, to engage emotionally, that drives the British original, becomes more of a search for a father figure, a "gene hunt". Meanwhile the Spanish version, *La Chica de Ayer* (Ida y Vuelta P.F., 2009), was set in 1977, to avoid having to deal with Franco's regime. (Sherwin and Catan, 2008) Even in the realm of direct sequels and direct remakes, it appears that it is now essential to identify elements of the predecessor programme which need to be changed, because they do not fit the sensibilities or the times of the new production. The process of renegotiation between generations continues.

Works Cited

- Banks Smith, N. (2008): "Last Night's TV" in *The Guardian*, 11 September 2008, accessed 21 September 2010, <http://www.guardian.co.uk/culture/2008/sep/11/television.television>
- Chapman, J, (2009) "Not Another Bloody Cop Show": *Life on Mars* and British Television Drama", *Film International*, vol.7, no.2, April 2009
- Clark, A, "The Sweeney", *BFI Screenonline*, accessed 19 July 2008, <http://www.screenonline.org.uk/tv/id/473709/>
- Clarke, A. (1992): "'You're nicked!'" Television police series and the fictional representation of law and order' in Strinati D and Wagg S (eds), *Come on Down? Popular Media Culture in Post-War Britain*, London, Routledge
- Cooke, L (2003): *British Television Drama: A History*, London, BFI Publications
- Fiske, J and Hartley J (2003): *Reading Television*, London, Routledge
- Gibson, J (2008): "Creative Revival is Not Enough to Reverse ITV's Historic Low", *The Guardian*, 15 September 2008, accessed 21 September 2010 <http://www.guardian.co.uk/media/2008/sep/15/itv.television>
- Guffey, E E (2006, *Retro: The Culture of Revival*, London, Reaktion Books
- Higson, A (2003): *English Heritage, English Cinema: Costume Drama Since 1980*, Oxford, Oxford University Press
- Hunt, L (1998): *British Low Culture: From Safari Suits to Sexploitation*, London, Routledge
- Hunt, L (2001): "'Drop Everything ... Including Your Pants" *The Professionals* and 'hard' action TV' in Osgerby, B and Gough-Yates A (eds) 2001, *Action TV: Tough Guys, Smooth Operators and Foxy Chicks*, London, Routledge
- Jancovich, M and Lyons, J (eds) (2003): *Quality Popular Television*, London, BFI Publishing
- Lewis, J.E. and Stempfel, P (1997): *Cult TV: The Essential Critical Guide*, London, Pavilion Books
- McCabe, J and Akass, K (eds) (2007): *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*, London, I.B.Tauris
- Medhurst, A (2001): "King and Queen: Interpreting sexual identity in *Jason King*" in Osgerby, B and Gough-Yates A (eds) 2001, *Action TV: Tough Guys, Smooth Operators and Foxy Chicks*, London, Routledge
- Miller, T (2001): 'The Action Series' in Creeber G (ed.) 2001, *The Television Genre Book*, London, Bfi
- Rawson-Jones, B (2008): "'Life on Mars" Remake Changes Tyler Story', *DigitalSpy*, 19 July

PREVIOUSLY ON

2008, accessed 21 January 2009 <http://www.digitalspy.co.uk/cult/a112699/life-on-mars-remake-changes-tyler-story.html>

Rigby, J (2004): *English Gothic: A Century of Horror Cinema*, London, Reynolds & Hearn

Sherwin, A and Catan T (2008): 'Senor Gene Hunt Deals Out Pain in Spain in Remake of BBC Drama Life on Mars', *The Times*, 28 February 2008

Smith, D (2007): "£1,500 in a carrier bag? What planet are you on?", *The Observer*, 8 April 2007, accessed 22 July 2008 <http://www.guardian.co.uk/media/2007/apr/08/broadcasting.uknews>

Thompson, R J (1996): *From Hill Street Blues to E.R.: Television's Second Golden Age*, New York, Syracuse University Press

Walton, J (2008): 'Last Night on Television: Lost in Austen', *The Daily Telegraph*, 12 December 2008

Mad Men: where the truth lies

Francisco Cabezuelo Lorenzo

“Si las cosas fueran realmente aquello que se percibe inmediatamente de ellas, entonces estaría de más toda investigación y toda ciencia” (Sloterdijk, 1983: 106).

Mad Men: los orígenes.

Casi sin pena ni gloria, el 19 de julio de 2007, a las diez de la noche –hora local en la Costa Oeste norteamericana- el canal de televisión por cable *American Movie Classic* (AMC) emitió el episodio número uno, “Smoke Gets in Your Eyes”, de su primera serie dramática: *Mad Men*. La primera entrega de la serie de la hoy aclamada producción apenas logró un 1,4 de *share* en los índices de audiencia de Nielsen, equivalente aproximadamente a un millón y medio de espectadores. Aunque esa cifra supuso un aumento del 75 por ciento (McLean, 2010: 36) para el minoritario canal AMC en esa franja horaria, no dejaba de ser una cifra pequeña para las grandes audiencias norteamericanas de Estados Unidos y Canadá. Afortunadamente, el número de espectadores fue creciendo poco a poco con cada nueva entrega, sobre todo gracias a elogios de la crítica y la repercusión mediática de la misma.

La serie, creada por Matthew Weiner, guionista de la famosa *Los Soprano* y producida por *LionsGate TV*, ha sido emitida en España en *Canal Plus* y en *Cuatro*. Nada más empezar, con su primera temporada, la serie obtuvo numerosos galardones, entre ellos, dos Globos de Oro y seis premios Emmys, entre los que destaca el “Emmy Award for Outstanding Drama Series” y el premio al mejor actor protagonista para Jon Hamm, intérprete del protagonista de la serie, Don Draper, un alto ejecutivo de éxito del mundo de la publicidad y las relaciones públicas. La serie ya va por su cuarta temporada y sigue cosechando premios y galardones, manteniendo las buenas críticas, y además, aumentando sus audiencias e ingresos. De hecho, “*Mad Men* es un caso singular por la enorme desproporción existente entre su minúscula audiencia y los premios acumulados” según algunas analistas como la profesora Concepción Cascajosa Virino (2010: 11). Hasta el propio Barack Obama llegó a reconocer en una entrevista que era seguidor de la serie (El País, 21/07/2010). Pocas voces se han oído contra la serie. “O se era seguidor de *Mad Men* o se estaba fuera del consenso cultural del momento” (Cascajosa, 2010: 20), Pero, ¿de qué va *Mad Men*? La serie cuenta la vida de Draper y la gente con la que trata tanto dentro como fuera de su oficina en la ficticia agencia *Sterling Cooper* en la Avenida Madison, en la isla de Manhattan, en Nueva York, epicentro de las grandes agencias internacionales de publicidad en los años cincuenta y sesenta. De este modo *Mad Men* es la mirada a los hombres y mujeres que dieron origen y forma al moderno sueño americano, a la época dorada de la cultura contemporánea norteamericana. El propio título *Mad Men* es una anfibología. Al mismo tiempo significa “hombres locos” y a la vez hace referencia a los “hombres de la calle Madison”, que eran los ejecutivos más envidiados de la pujante sociedad de consumo americana que resurge con fuerza tras la II Guerra Mundial y va en aumento durante los primeros años de la Guerra Fría, en los que se consolida un modelo social, moral y familiar típicamente norteamericano, por

contraposición a modelos sociales y políticos del momento. Al mismo tiempo, a través de una excelente reconstrucción de escenarios, vestuarios y detalles, junto con un brillante guión, la serie muestra los cambios sociales, estéticos y morales que sufrió la sociedad norteamericana desde 1962.

Pero, poco a poco, nos daremos cuenta de que la serie no retrata sólo la América de esos años, retrata el germen de la sociedad actual, por tanto también es un retrato de nuestros orígenes, de nuestras raíces, de nosotros mismos, con nuestros vicios y virtudes. La serie no es sólo un retrato histórico estupendo de la América de esos años. Es un retablo en el que las sociedades contemporáneas occidentales pueden verse perfectamente reflejadas, pues muchos de los posos de aquellos años quedan de manera residual en el vaso del presente.

La serie se anuncia en Norteamérica con un “*tagline*” que dice “*Mad Men. Where the Truth Lies*”. La traducción literal sería “Donde la verdad miente”, pero en las campañas promocionales en España se ha traducido como “Nada es lo que parece”. Y así es. La verdad miente y nada es lo que parece. Parece que nos cuentan historias del pasado, pero son tan actuales que nos sentimos enganchados a ellas como si fueran historias de hoy en día. Parece que nos cuentan historias del pasado, pero podrían ser perfectamente del presente. Es nuestra sociedad y nuestras vidas en un espejo bajo el formato de la ficción audiovisual. Pero no nos dejemos engañar: en esa ficción hay mucho más de verdad que de mentira. Según las teorías freudianas, con tantos seguidores en el siglo XX, las personas viven de un modo cuando en realidad piensan lo contrario. Es el mayor ejemplo del cinismo. La serie refleja el cinismo de la sociedad contemporánea. Se muestra “un mundo desarraigado, amargo y sin esperanza”, es decir, “un cinismo de quien ya ha asumido que la realidad es así y se convence de que no existe solución posible” (Moreno, 2010: 325).

Las claves del éxito de *Mad Men*.

El gran problema a la hora de analizar y estudiar pormenorizadamente una serie como *Mad Men* consiste en acotar el objeto de estudio. En este caso, a diferencia de muchas otras series analizadas en este libro, el problema radica en estudiar una serie que está emitiéndose y que no ha terminado. La serie cuenta ya con cuatro temporadas en Norteamérica. En España sólo se han estrenado tres. Los productores continúan trabajando en nuevos episodios. Por tanto, este trabajo no puede ser entendido como el análisis de una serie completa, puesto que la serie no ha terminado. La serie y sus capítulos semanales nos permiten sólo hacer de momento un análisis temprano de la serie, no de un conjunto completo y finalizado. Lo importante, por tanto, de este análisis es el estudio de las razones del éxito de la serie hasta el momento, en un contexto de mucha competencia en el sector audiovisual que coincide con un momento de oro para las series de ficción. En pleno apogeo y éxitos de muchas series, *Mad Men* ha conseguido distinguirse con luz propia.

Vivimos una época dorada para series. Tal y como afirma el profesor de la Universidad

Complutense de Madrid Fernando Ángel Moreno (2010: 327), las series han conseguido arrasar y vencer a las novelas “en cuanto alcance mediático, interacción (gracias a medios como Internet) y, sobre todo, en “terquedad simbólica y rítmica: la serie transmite durante años una misma idea”. “Pocas novelas son leídas por los lectores durante cinco, seis, siete años, como ocurre con las series. Por tanto, para la crítica de una sociedad cínica y paródica, contar con esta estructura implica añadir un factor esencial: el tiempo”, añade este mismo autor (2010: 327).

Sirva para contextualizar el éxito de *Mad Men* la reflexión sobre el actual panorama de la industria audiovisual y la buena racha que viven las series hecha por los sociólogos Mario Ortí y Miguel Ángel Durán:

Seguramente, y en un nivel un tanto más inmediatamente mundano, un amplio conjunto de factores materiales e históricos contribuyen también al actual éxito de estas nuevas “series cinematográficas. Desde aquellas relativas a la evolución de la hegemonía de los canales de distribución (retroceso de la industria del cine, auge de Internet y dificultades para mantener el negocio de la televisión por cable) hasta la decisión estratégica de invertir en unas series con una realización y un guión cada vez más cuidados como mecanismo para la promoción de las cadenas que las producen, antes de que como medio para captar abonados de pago para las mismas. Sin embargo, quizás este retorno del folletín “*socialmente realista*” producido desde el corazón del sistema capitalista, constituya también un síntoma ideológico significativo de nuestros tiempos, capaz de marcar una cierta diferencia a corto o medio plazo con respecto a la corriente dominante de la narrativa audiovisual (Ortí & Durán, 2010: 368).

La repercusión cultural de una serie como *Mad Men* ha sido inmediata y profunda. Muchos analistas coinciden en señalar que, como ocurre con algunas otras series de culto, *Mad Men* es “un producto que marca un estilo: el de aquellos que no gustándoles la televisión han encontrado un pretexto para verla” según el profesor de Sociología de la Universidad del País Vasco, Iñaki Martínez de Albéniz (2010: 298). Es decir, es el producto audiovisual favorito de aquellos que odian los programas actuales de televisión, especialmente los shows de telerrealidad y otros productos del género. Podríamos decir que si de algo intentan huir los espectadores de series de calidad como *Mad Men* es del arquetipo o estereotipo convencional de televidentes o consumidores asiduos de televisión.

De hecho, como han constatado sus bajas audiencias iniciales, la serie está teniendo un gran éxito en ventas *a posteriori* en formato DVD, más allá de su emisión en televisión. Está funcionando el boca a boca, la venta de cofres con temporadas completas y el consumo online. Para analistas como Martínez de Albéniz, el público que consume *Mad Men* se considera a sí mismo “un público de teleseries inteligentes (que no lo mismo que un público inteligente de teleseries”. De este modo, el hecho de ver la serie es ante todo y fundamentalmente un ejercicio de distinción “*Mad Men* es un solipsismo: una serie selecta para aquellos espectadores que tienen una autoconciencia de ser espectadores de series selectas” (Martínez de Albéniz, 2010: 298).

Para otros analistas, *Mad Men* es el final de su género. Es un producto que explota todas las potencialidades del medio y se convierte así en un producto ideal. “Es la serie perfecta. A condición de que entendamos esta palabra en su sentido primigenio. Lo perfecto remite a lo que se encuentra “completamente hecho y acabado”, al pasado y a la muerte”, afirman Jesús Alonso López y Pablo Marínez Samper.

Mad Men es la que da muerte a todos sus congéneres, esto no significa que no se sigan produciendo ni consumiendo (en el Arte los muertos suelen ser los creadores más activos del momento, ya sea por su capacidad de atravesar el tiempo o por la falta de activos del presente), ni tan siquiera porque no surja un cadáver con un mayor esplendor. Señala que ya no se podrá ir más lejos en este formato, que este marco ya no puede contener otros cuadros. *Mad Men* es el espejo donde todas las series de televisión se habrá de mirar porque precisamente eso es lo que refleja y cuenta: la historia de la publicidad y sus entrañas, la propaganda, el olvido del cine” (Alonso López & Marínez Samper, 2010: 403-404)

Sin duda alguna, *Mad Men* es un producto de alta calidad audiovisual. Su éxito se basa en buenos guiones, una excelente ambientación y buen gusto notable. Además, este éxito de un producto de calidad da pie a muchos analistas a hablar de una nueva tendencia metacomunicativa: la alta calidad como elemento constructor de la calidad de marca para la cadena y de distinción para sus públicos. La calidad cinematográfica de las apuestas de ficción de algunas cadenas de televisión como HBO y la propia AMC las convierte en referentes a la hora de hablar de la época dorada de las series de televisión.

Para Concepción Cascajosa, el caso de *Mad Men* y la AMC, es un buen ejemplo para estudiar cómo “la calidad convierte a las series en favoritas de los críticos y garantiza los premios, que dan a conocer el canal y sus contenidos”. De este modo, el prestigio “atrae espectadores y su estilo cinematográfico los fideliza, llevando a los que ven las series hacia las películas, pero también funcionando en sentido inverso” (Cascajosa, 2010: 14). Surge así un nuevo modelo de negocio para las televisiones que apuestas por las series de ficción. Consiste en llegar a audiencias especializadas, de clase media y media alta, y “crear una identidad de marca para sus cadenas, aunque ello sólo ofrezca un beneficio económico a medio plazo” (Cascajosa, 2010: 11). *Mad Men* es uno de los mejores exponentes de cómo una serie de televisión se puede convertir en el elemento clave de la identidad de marca para una cadena de televisión. Así hoy por hoy, AMC es ante todo conocida como la cadena que emite *Mad Men*. Es su mayor logro. Igualmente, el éxito de *Mad Men* es uno de los grandes fracasos de la cadena HBO, famosa por emitir otras grandes series, pero que en su momento, no aceptó emitir *Mad Men*.

Y, sin duda alguna otro de los grandes éxitos de *Mad Men* es el estupendo retrato que realiza del mundo de la publicidad. “En la sociedad en la que vivimos, la publicidad es explícitamente rechazada pero inconscientemente adorada” afirma el publicista David Corominas (2010: 373). Si les preguntamos a diferentes profesionales tanto internacionales como españoles del mundo de la publicidad y las relaciones públicas, que hayan visto la serie, todos ellos coincidirán

en que el rigor a la hora de retratar este sector profesional es total. Tal y como afirma David Corominas (2010: 374) “después de tragarse varias temporadas con mirada crítica y bisturí en mano” resulta difícil encontrar “un solo pero en lo que a la exposición de la labor publicitaria se refiere”. Y es que el retrato que se hace del mundo de la comunicación comercial y sus orígenes es realmente interesante. Sirva como ejemplo el episodio en el que Dan Draper es capaz de convertir un carrusel de diapositivas de la casa *Kodak* en una máquina del tiempo generadora de emociones. Es, sin duda, uno de los momentos más recordados de la serie. *Mad Men* retrata el lado oscuro del “American Dream” o “sueño americano” y lo hace a través del mundo de la publicidad, entendida como el gran exponente de la sociedad de consumo en el mundo occidental..

Para Iñaki Martínez de Albéniz, “probablemente en los sesenta, década tan entusiasta como ingenua, sería impensable programar una serie que destapase, como lo hace *Mad Men*, los secretos de la publicidad. Habría sido lo mismo que explicar el truco de magia nada más empezar el espectáculo”. Sin embargo, para este autor, “en tiempos de descreimiento como los actuales, en cambio, conscientes como somos de que toda autenticidad es una autenticidad escenificada (construida) y asumida ya la condición de simulacro del relato publicitario, nada hay que nos sorprenda del gesto reconstructivo de mostrar el *back-stage* de la publicidad” (Martínez de Albéniz, 2010: 291)

***Mad Men* y el retrato sociológico de la América de los años sesenta**

Algunas de las claves del éxito de *Mad Men* es su excelente retrato sociológico de la sociedad norteamericana como exponente de las sociedades occidentales y el rastreo de la historia como excusa para el desarrollo de sus personajes. La serie nos muestra a través de sus trabajados guiones el día a día de una agencia de publicidad y sus empleados, pero al mismo tiempo, intenta retratar todo un país en una época considerada “dorada” para los americanos.

La serie es una bandeja con excelentes manjares para abrir el banquete de la discusión sobre el cambio social y cultural de las sociedades contemporáneas. “La serie está plagada de referencias culturales listas para ser analizadas, temas de debate para ser discutidos y glamour para ser admirado” por las élites del país lectoras de *The New York Times*. (Cascajosa, 2010: 18). *Mad Men* nos muestra los brillos y sombras de aquellos años. Así, la serie habla de la “década de los sesenta en Nueva York y compara el espíritu aperturista de la sociedad de la época bajo el paraguas de la Presidencia de los Kennedy frente a la etapa anterior del presidente Eisenhower” (Gimeno, 2010: 303).

Para algunos, “el mundo que la serie nos plantea es un mundo en transición” (Sánchez Usanos, 2010: 405) y para otros *Mad Men* es “una serie sobre los sesenta que ha pasado previamente por el diván del siglo XXI” (Martínez de Albéniz, 2010: 297). “El mundo que se está fraguando en los pasillos de la agencia *Sterling, Cooper, Draper & Pryce* es el nuestro, el de las sociedades “tardocapitalistas” afirma el sociólogo y profesor de la Universidad Complutense Antonio Agustín

García García (2010: 381), quien considera que “los conflictos que sus personajes viven en sus propias carnes nos permiten entrever algunas de las aristas y tensiones” actuales de nuestras sociedades occidentales.

Esta profunda labor de investigación histórica sobre los usos y costumbres sociales de la América de los años sesenta, junto con la incorporación al relato de ficción audiovisual de acontecimientos históricos del momento, como los asesinatos del presidente John F. Kennedy o del activista afroamericano Medgar Evers, el accidente aéreo de la compañía American Airlines en Jamaica, la carrera espacial, las crisis diplomáticas y políticas de la Guerra Fría, entre otros ejemplos, sirven para dar mayor credibilidad al relato, lo que mejora la sensación de calidad en la recepción del producto, por parte del espectador.

La década en la que se ambienta la serie “da motivos para fascinarse por la forma y repudiar el contenido” y es que *Mad Men* es capaz de “retratar con fortuna la estilización de la época, pero también las lacras de una sociedad al borde de profundos cambios socioculturales” (Cascajosa, 2010: 17). *Mad Men* nos ofrece el retrato de un tiempo de la historia americana en la que se sentaron las bases de nuestra social actual. El momento que nos cuenta es crucial para entender la vida de las denominadas sociedades tardocapitalistas. Para algunos historiadores y sociólogos, en los años sesenta, “la inocencia empieza a quebrarse” y el sistema social que se había tejido tras la II Guerra Mundial comienza “a mostrar tímidamente sus fisuras” (García García, 2010: 389).

Las primeras tres temporadas nos llevan de 1960 a 1963, un periodo en el que los personajes aún se mueven desde el alegre escenario de la década de los cincuenta a la creciente ansiedad colectiva que llegó como resultado de la Guerra de Vietnam y el asesinato de JFK. Mientras que los sesenta trajeron un significativo progreso social, también es el tiempo en el que EEUU comenzó a cambiar el modo de comprenderse a sí mismo. Desde la fundación del país como un seguro refugio de prosperidad para un tropel de masas hasta salvador de los nazis al mundo, los sesenta comenzaron a ser el tiempo en que cada vez era más difícil enorgullecerse de la intachable América” (Hammer, 2010: 286)

Para Martínez de Albéniz, la serie es “la contundente crónica sociológica de una sociedad opulenta en la que asistimos al paso de la lucha de clases al enfrentamiento incruento, a través del consumo generalizado, entre diversos estilos de vida”. Para este autor, esta competencia “propicia desde individuales conspicuas, incluso geniales, hasta –las más de las veces– mimetismos gregarios, dependiendo de cuál sea la posición que cada cual ocupe en el juego de las apariencias”. De este modo, “unos cuantos, los más, tratarán de tener estilo, estar en la onda; otros, los menos, lo acuñarán” (2010: 290).

En su retrato de la América de los años sesenta, la serie presta una atención especial a las cuestiones de género. La serie establece paralelismos con tres modelos de mujer reproducidos en la serie y que sirven de inspiración para los modelos estéticos y de belleza. Se trata de

Jackie Kennedy, Tippi Hendren y Betty Friedan. La serie muestra mujeres bellas, elegantes, guapas, modernas, coquetas y femeninas que tiene ante sí el nuevo reto de ocupar puestos de responsabilidad en el mundo laboral y al mismo tiempo de llevar una familia hacia delante como ama de casa y esposa. Son los diferentes roles desarrollados por personajes como Joan, Peggy o Betty. En los años sesenta, en el mundo de la publicidad, se utilizaban amas de casa porque eran jóvenes. Por aquel entonces la gente acostumbraba a tener hijos antes, a una edad más temprana. Juventud, belleza y familia se ofrecían como un conjunto en el mensaje publicitario.

Pero *Mad Men* es sobre todo una serie de hombres, con un protagonista masculino y un coro de hombres que representa un mundo de hombres, una sociedad en la que los negocios son cosas de hombres y en las que las mujeres, salvo un par de excepciones, están en un segundo plano, aunque poco a poco se van posicionando. En la serie, se refleja esta lucha de sexos en la que los varones se enfrentan a un cambio en los modos en los que se entienden las relaciones de género.

En la serie ya se muestra como el hombre debe replantearse las relaciones de pareja, las relaciones con las mujeres, e incluso su propia hombría y su papel social. La sociedad cambia. Se viven nuevos tiempos, nuevos aires. Así, las sociedades de consumo explotan y el disenso comienza a convertirse en norma. Parece que las nuevas generaciones de jóvenes empiezan a vivir de un modo diferente a como lo habían hecho sus padres. Tienen nuevas respuestas y concepciones ante la vida. Piensan y viven de forma diferente a sus padres, que les habían explicado cómo sería la vida, pero que en el fondo es una vida diferente a la suya, puesto que son generaciones diferentes en contextos históricos y sociológicos diversos. “La masculinidad no es ajena a estas transformaciones”, afirma Antonio Agustín García García (2010: 389). “Y lo interesante es que de un modo u otro, los personajes de la serie parecen ser conscientes de que, efectivamente, algo está cambiando”, añade.

Un protagonista único para un retrato de grupo.

El actor John Hamm protagoniza la serie a través del papel de Don Draper, el creativo publicitario a través del cual gira todo el guión. En verdad, tal y como afirma el *tagline* de la serie, “nada es lo que parece” y “la verdad miente”, pues nuestro protagonista no se llama en verdad Don Draper. Es un nombre que él ha elegido para huir de una vida anterior. Draper es “una mezcla de ingenioso creativo publicitario y ejecutivo “playboy”, un escurridizo superviviente nato salido de los estratos sociales más humildes de la América profunda a través de una suplantada identidad que comienza en la Guerra de Corea” (Ortí & Durán, 2010: 359-360). Se trata de un nombre y una identidad robados, que el espectador descubrirá poco a poco en la primera temporada. Estos elementos de intriga y misterio son muy útiles para crear un personaje único, atormentado por una vida al filo de la apariencia, pero que al mismo tiempo se convierte en el líder de un equipo de gente, en el héroe para algunos, a pesar de su conducta poco ética y moral en muchos casos. Capítulo tras capítulo, el espectador sigue los pasos de Don Draper, cuyo auténtico nombre es Dick Whitman, y su exitoso ascenso en la que comienza siendo una pequeña pero

glamourosa agencia publicitaria situada en Madison Avenue, de la que pasa de ser empleado a ser socio y copropietario, y que termina trabajando para grandes clientes internacionales.

Para analistas de la serie como Martínez de Albéniz, al igual que ocurre en el mundo de la publicidad, las relaciones públicas y el marketing, “Draper hace pasar su vida por lo que no es y es así como vida y profesión se (con)funden”. De este modo, únicamente alguien que “ve la sociedad desde la distancia virtual de saberse un producto de marketing puede hacer anuncios para quienes carecen de esa distancia respecto de sí mismos”. Se puede decir por tanto que “Draper está en la posición de quien, por no saberse un extraño, entiende los resortes ocultos de la sociedad” (Martínez de Albéniz, 2010: 295). Y es que la identidad del personaje protagonista parece levantarse cuidadosamente de acuerdo con los cánones publicitarios que nos dicen cómo seremos capaces de construirnos a nosotros mismos una y otra vez, es decir, “a través de elegir entre varios estilos de vida que están todo el tiempo a nuestra disposición como consumidores” (Hammer, 2010: 277) cada vez que elegimos o compramos un producto o servicio.

Para Santiago Gimeno (2010: 301), el personaje de Don Draper “refleja al publicista Draper Daniels, protegido de Leo Burnett y autor de la campaña del *“Hombre Marlboro”*. Por su parte, para analistas de la serie como Mario Ortí y Miguel Ángel Durán, Draper aparece “en mayor medida ligado a su carácter de genio publicitario en extremo atormentado por su pasado, asiduo practicante del deporte del disimulo y la infidelidad compulsiva”. Además, destacan sus giros agresivos. Para ellos, el personaje de Don Draper “no duda en desatar una cierta violencia cuando ve traspasadas las barreras de contención de su personaje” (Ortí & Durán, 2010: 363).

Al mismo tiempo, el personaje de Don Draper es el mejor ejemplo de un hombre hecho a sí mismo y que ha comenzado su carrera y su vida desde casi la nada, desde unos orígenes muy humildes. Es lo que literalmente algunos podrían considerar el ejemplo por antonomasia del éxito y el logro del sueño americano. “Esto es América. Consigue un trabajo y haz de ti una de esas personas que consiguen lo que buscan”, se dice una vez en la serie, tal y como recuerda Hammer (2010: 277). Es evidente que Draper es “la pura encarnación del *self-made man*, una de las mejores traducciones del modelo de masculinidad de la modernidad occidental”, según Antonio Agustín García (2010: 386). Para este autor, en Draper, “los gestos de masculinidad exitosa y convencional se suceden sin descanso”. Es el hombre al que todos quieren parecerse. Es el líder de la oficina. Y así es visto por todos.

Hasta los que más le envidian, como es el caso del personaje de Pete Campbell, interpretado por Vincent Kartheiser, le imitan y le respetan, puesto que quieren ser como él, un triunfador en el trabajo y un hombre atractivo de éxito con las mujeres. De este modo, aunque el personaje de Don Draper cuenta con un pasado turbio, lo que la gente ve y conoce es solamente un presente de éxito, de vida de lujos y triunfos, que los demás adoran y que él se encarga de mostrar orgullosamente para olvidar el pasado. “Su éxito como creativo de publicidad y referente para

sus colegas, tanto su joven y bella esposa como sus ejemplares hijos, su capacidad para seguir triunfando entre las mujeres no son más que modos en los que reafirmar su identidad masculina” (García García, 2010: 386). Esta dualidad hace que nadie nunca termine de saber “de saber qué sucede en el interior de ese ser tan seductor como opaco” (González Requena, 2010: 28).

Más allá del simple y trabajado desarrollo psicológico del personaje, para algunos analistas, el protagonista de la serie encarna la representación de la filosofía pragmatista americana como vehículo de forma política y cambio social. De este modo, el profesor Erlend Hammer lo relaciona con el libro “*Achieving Our Country*” (Forjando nuestra nación) de Richard Rorty. Si en este libro se nos dice que Estados Unidos es el “primer experimento a fondo de una nación creada a sí misma”, vemos en el caso de Dick Whitman y su conversión en el exitoso Don Draper el ejemplo de un hombre hecho a sí mismo.

A través de este retrato del proceso de auto-recreación de Don Draper y su creciente (y relativo) desarrollo moral en la serie, debemos ver *Mad Men* como un ejemplo inspirador de lo que EEUU es todavía capaz de hacer. El arco de la transformación de Draper representa un intento “rortiano” de hacer uso de un vergonzante pasado (tanto del familiar que rechazaba como del robo de identidad que le permitió llegar a ser lo que es) en lugar de dejar que esa vergüenza le pacifique y dificulte el cambio. Es una cuestión de no dejar que el pasado tome el lugar del futuro” (Hammer, 2010: 287).

El personaje de Don Draper vive en la exclusiva zona residencial de Ossining, en el condado de Westchester, junto con su esposa Betty, papel genialmente interpretado por la actriz January Jones. Capítulo tras capítulo, el personaje de Betty va tomando más peso en la serie y vemos la evaluación en su personalidad. La serie muestra el distanciamiento, hasta el divorcio, de la separación de la pareja. Para Martínez de Albéniz, tanto el personaje de Betty como el de Don son “dos héroes trágicos de una sociedad atrapada en las exigencias de la subjetividad”. Los dos personajes “coinciden en la intensidad de sus desórdenes, pero difieren de la patología: Don es el hombre que no pudo ser niño y Betty la niña que nunca dejó de serlo.” (Martínez de Albéniz, 2010: 297). La crisis que sufren nos recuerda, salvando las distancias, el contexto y ambiente de otras obras como “*Revolutionary Road*”. Y es que en ambos casos se muestra un país de gente que no encaja con el sueño americano y en el que hay una férrea división entre géneros, problema que se presenta, en ocasiones, como barrera infranqueable y que imposibilita la resolución de conflictos.

A pesar de los problemas con su mujer, Draper es un triunfador con las mujeres. En la serie se le conocen diferentes romances con varias amantes. Del mismo modo, Draper guarda una relación muy especial con la coprotagonista Peggy Olson, rol interpretado por Elisabeht Moss. Para Santiago Gimeno (2010: 301), el personaje de Peggy Olson “está inspirado o se basa en parte en Shirley Polykoff, quien con su slogan *Does She... Or Doesn't She?* Para una campaña de tinte de pelo, aumentó las ventas anuales de Clairol (Procter & Gamble)”.

Peggy Olson no es la amante de Don Draper, pero sí es su confidente en muchos casos. De

hecho, para algunos analistas, “Don sólo se muestra como es delante de Peggy” (Martínez de Albéniz, 2010: 294). Aunque comienza siendo su secretaria, termina siendo su mando derecha en la oficina e incluso una fiel aliada en situaciones ajenas a la oficina. Esta relación no se conoce en la serie en un primer momento. No es explícita. Se manifiesta poco a poco a lo largo de las temporadas con el recurso del recuerdo a momentos anteriores de la historia no narrados en su momento, pero que se van conociendo *a posteriori*.

Para Martínez de Albéniz, la buena relación entre Draper y Olson se fundamenta en “la idea de genio creativo” puesto que ambos personajes “son dos perfectos arribistas” y “dos triunfadores”. Mientras que Don ha llegado a socio siendo en un principio un creativo, por su parte, Peggy es capaz de llegar a ser redactora siendo mujer. Es la única mujer de la agencia que logra esta posición y reconocimiento. Ella también empezó de secretaria, pero el resto de mujeres de la oficina parecen ser incapaces de romper “ese techo de cristal que las tiene acogotadas, junto con un repertorio de actitudes machistas, por parte de sus compañeros de trabajo” (2010: 294).

La riqueza argumental de *Mad Men* viene alimentada por la complejidad de los personajes. No son arquetipos simplones. No son héroes ni villanos. Son personajes que no representan valores, representan miserias humanas. He ahí la facilidad para identificarnos con ellos y he ahí una de las claves de su éxito. La serie nos pone un espejo delante y nos recuerda que aunque algunas cosas han cambiado en los últimos cincuenta años, son más las cosas que nos unen que las que nos separan. Y ahí otra de las claves de su éxito, el retrato psicológico, moral y social de las miserias y grandezas humanas. Por eso nos vemos retratados y reflejados en la serie. La serie nos engaña estupendamente. Finge retratar una sociedad de hace cincuenta años, pero en el fondo nos pone delante de nuestros ojitos situaciones y conflictos universales, atemporales y que perfectamente tienen cabida en el siglo XXI.

La ficción audiovisual funciona como un espejo en el que se refleja la sociedad actual a través de imágenes de historias de hace supuestamente cincuenta años, pero que son tan reales como las que vivimos hoy en día. Para entender este reflejo, es preciso hacer una reflexión sobre el pensamiento, sociedad y la moral de la Norteamérica de los años dorados. Veremos que no estamos tan lejos ni nos diferenciamos tanto de ellos.

En la sociedad actual, al igual que hacen los personajes de *Mad Men*, en historias ambientadas hace medio siglo, seguimos creyendo en el mito del progreso, mirando sólo hacia delante e intentando huir de nuestros fantasmas del pasado. Es una eterna huída hacia delante. “Tengo mi vida, y sólo va en una dirección: hacia delante”, afirma el protagonista, Don Draper, al ser descubierto usando una personalidad ficticia que podría acabar con su carrera de éxito profesional y con su matrimonio. En la serie, “la huída es en todo caso la mejor receta” para casi todo. (Ortí & Durán, 2010: 360)

De este modo, a diferencia de otros personajes de otras serie que “buscan la salvación mediante

la superación del “pathos” inicial, como McNulty en *The Wire* o Sawyer en *Lost* (Perdidos)”, para Fernando Ángel Moreno (2010: 335), los personajes de *Mad Men* “no pueden salvarse de sí mismos, porque ya son profundamente conscientes de sus miserias” y “el caso más cínico, sin duda, es el de Draper”.

La reconstrucción estética: una apuesta históricamente fiel

Toda la crítica coincide en señalar que una de las claves del éxito de la producción de Matthew Weiner está en la mirada del público que aprecia y entiende la serie por su rigor, calidad y fidelidad. “*Mad Men* ofrece un cóctel burbujeante de guiones inteligentes, un vestuario y unos decorados embriagadores y un toque de dulce ironía que permite analizar tanto el pasado lejano como nuestro mundo actual” (McLean, 2010: 43).

La serie nos trae a nuestra retina imágenes del pasado, de los dorados y pujantes años sesenta. No podemos olvidar que las imágenes poseen una doble naturaleza. Por un lado, está su naturaleza física, gracias a la cual existen, se hacen visibles, circulan y se conservan. Pero, por otro lado, está la naturaleza semiótica de las imágenes, como símbolos. Es lo que en las imágenes es representado o evocado, lo que significan y nos transmiten. Ahí está el poder social de las imágenes. Y ahí también radica el éxito de la serie. Igualmente, este texto parte de la idea de que el significado que una imagen u otra creación audiovisual transporta es compartido, al menos en teoría, entre el autor del mensaje, que diseñó el mensaje con una intencionalidad comunicativa, transmisora de emociones, información, sentimientos o simplemente datos, y el receptor que contempla esa imagen que la acepta de su propia subjetividad (Costa, 2008: 82).

De acuerdo con el propio Matthew Weiner, “el sentido del detalle se plasma con tal grado de sofisticación que el hiperrealismo se adapta como un guante”. Matthew Weiner ha reconocido estar obsesionado por los detalles estéticos de la serie. Y así lo demuestran diferentes testimonios de sus colaboradores que se pueden ver en los vídeos que acompañan a los capítulos de la serie en los diferentes DVD que se venden temporada tras temporada.

Según Scott Buckwald, responsable de atrezzo de la serie, este trabajo “va más allá de las cosas que tocan los actores”. “En muchas ocasiones hay que prestar especial atención a los detalles. Es lo que hacemos nosotros. Cuando empezamos la serie, llenamos metros y metros de mesas de cigarras, puros, radio transistores, cámaras, cualquier cosa que pudieras encontrar en las casas de la época o que esperases encontrar en los sesenta”, recuerda Buckwald.

En cierto momento, Matt nos pidió que pusiéramos un muñeco para que los niños jugaran en la parte trasera del coche. Cuando hice mi búsqueda y aunque la serie tiene lugar en abril de 1960, ese juguete salió a la venta en verano de ese año. Matt quería ser fiel a la época así que quitamos ese trozo. Esto nos permite mantenernos fieles a la época y el ambiente que trabajamos. Mantener la verosimilitud histórica permite desarrollar los personajes como Matt los ideó”.

De hecho para algunos críticos como Santiago Gimeno (2010: 299), Weiner un “freak controlador” al que “le gusta verse rodeado de perfeccionistas incorregibles como él”. El creador de la serie, que saltara a la fama por ser uno de los guionistas de *Los Soprano*, es “un maestro de la alegoría, un excéntrico prestidigitador con un respecto cuasi fetichista por las referencias a la cultura popular y el arte de la precisión”, según Gimeno.

Sin embargo, otros analistas valoran más positivamente esta manía y obsesión por el detalle histórico y estiman que “tiene una primera causa en la ratificación del pacto de ficción”. Así, se consigue que un espectador informado no reniegue de los hechos o los personajes por un dato inexacto. Además, por otro lado, los errores históricos podrían crear un nuevo problema: confundir un producto de ficción audiovisual con un documental histórico. Aunque cabe el peligro de que “los guionistas se obsesionen tanto con la recreación que fueran capaces de sacrificar valores estéticos a cambio de la fidelidad histórica” (Fernando Ángel Moreno, 2010: 339), afortunadamente, la serie no peca en este sentido y rigor histórico e interés argumental se complementan idealmente.

Desde una perspectiva psicológica y filosófica, para David Sánchez Usanos, la estética de la serie *Mad Men* puede llegar “a ser interpretada, no sin justicia, como un larguísimo anuncio de trajes y muebles *vintage*. Pero ello no la agota”. “¿Qué significa nuestro contemporáneo deseo de consumir el pasado? ¿Puede una serie de televisión de estas características ser más actual –y realista- que el último docudrama al uso?”, se pregunta Sánchez Usanos (2010: 412).

De hecho, para muchos, la combinación de fragmentos y detalles, con historias de interés, hacen de la serie un producto con “un discurso entre la novedad y el rigor”, tanto histórico como estético. Para Marina Domínguez Garachana y Leticia García Guerrero (2010: 353), el éxito “proviene no de una mirada –en apariencia fiel- hacia el pasado, sino de saber cómo éste se ve desde el presente, en un discurso en que la eficacia pasa por el reconocimiento”. Para estas autoras, la serie ha sido capaz de generar un “*revival*”, entendido como “un movimiento en espiral que reformula el pasado siempre mirando al futuro”, lo que hace que una serie tan fiel a la época sea capaz de convertirse en fuente de inspiración de nuevas colecciones”. A su vez, estas dos analistas describen la evaluación de la moda femenina de los años sesenta a través de la serie:

A la hora de hablar sobre cómo se perciben las variaciones propias de la moda a nivel externo, *Mad Men* reproduce con gran fidelidad aquellas tendencias que son hoy hitos en cuanto a vestuario. Si Sterling Cooper es una empresa donde las mujeres se mueven entre los vestidos “*babyjane*” y las licras seductoras, del brazo de ejecutivos estrictamente trajeados –sean o no creativos; Sterling Cooper Draper Price, en menos de una década, adapta su dresscode a las exigencias de la época, con un estilo casual para ellos –en el que convive la estética “*mod*” de una nueva generación de creativos con anacrónicos trajes de chaqueta –y tendencias futuristas en el vestido de ellas- cortes trapecio y estampados geométricos- que profetizan a las chicas de la Factoría Warhol” (Domínguez Garachana & García Guerrero, 2010: 352)

Para Domínguez Garachana y García Guerrero (2010: 350), una de las paradojas de la serie es el peso del vestuario sobre los personajes. “Hace que aparentemente el rol social se fundamente en la indumentaria, en definitiva: soy lo que llevo”. De este modo, “esa correlación tan marcada entre imagen y acción –que nos hace pensar que la apariencia externa es un fiel reflejo de la condición interna- permite elaborar la tesis inversa: no soy lo que llevo”, añaden estas expertas en moda.

A modo de conclusión: el espejo y el reflejo de una sociedad cínica.

Para terminar este análisis de la serie, simplemente quedémonos con la imagen de la cabecera de inicio y la sintonía “*A Beautiful Mind*”, que incluso se llega a parodiar en un episodio de *Los Simpsons* en el que el propio Homer Simpson imita a Don Draper, tal y como podemos ver en *YouTube*. En la cabecera de *Mad Men* vemos como una figura –que parece ser la del propio protagonista- cae desde lo alto de un edificio hacia el vacío. Esa caída libre amoral, torpe, ese tropiezo tras tropiezo, es lo que hace que nos sintamos identificados con unos personajes sobre los que sabemos que sus vidas –al igual que las nuestras- no son perfectas.

Para el profesor Fernando Ángel Moreno (2010: 326), *Mad Men* es la constatación del “cinismo” y de la “superestructura del simulacro”. “La manera de retratar ambas vertientes de la cultura audiovisual actual tiene tanto que ver con lo sociológico como con las estrategias audiovisuales que configuran dicho cinismo y con la que representan dichos simulacros paródicos” (Moreno, 2010: 326). Este desasosiego fruto de una sociedad cínica se simboliza en varios elementos, como el alcohol.

El vaso vacío queda sobre la mesa. Esta desasosegante imagen de los cubitos de hielo, que apenas sí han podido enfriar la bebida, derritiéndose en un vaso a tempranas horas de la mañana, imagen que, dicho de paso, encierra un poder de síntesis y seducción sólo alcanzable por la poesía y el lenguaje de la publicidad, se me antoja una metáfora perfecta de la serie *Mad Men*, concretamente de uno de sus subtextos: la relación entre el discurso, tan voraz como veloz, de la publicidad y el tipo de subjetividad necesariamente urgente y superficial que se estaba gestando en Estados Unidos durante la década de los sesenta del siglo pasado”. (Martínez de Albéniz, 2010: 289).

De la misma manera, la imagen del “*advil*”, una pastilla efervescente para el dolor de cabeza contra la resaca, que los personajes de la serie toman a menudo es otro símbolo o metáfora perfectamente adecuada a la serie y su reflejo de las sombras del estilo de vida “*Made in the USA*” exportado al resto del mundo, en el que tratar los síntomas es siempre preferible a prevenir los males. Como afirma Hammer, “hay píldoras que curan la acidez de estómago en lugar de comer menos comida pesada, los coches se hacen cada vez más grandes para que una colisión sea segura en lugar de prevenir los accidentes” y lo más importante, “la terapia y los antidepresivos ocultan el hecho de la necesidad de romper con los propios hábitos para evitar, en primer lugar, caer en la depresión” (2010: 277).

Para otros autores, el cinismo se manifiesta en la serie no sólo con estos símbolos, sino sobre todo a través del propio ejercicio de la actividad publicitaria en sí misma. De este modo, la publicidad se convierte en la máscara cínica de la sociedad. Si la “publicidad es la identificación buscada” y el “consumo es la identificación conseguida” (Ferrerías, 2000: 96), la publicidad es también una gran generadora de mensajes sin sentido para muchos. En la serie tenemos varios ejemplos. “Ver a Peggy dando vueltas en la moto en el estudio “para nada” es, como ver derretirse en un vaso el hielo que apenas sí ha enfriado el whisky, un indicio de que la publicidad se construye sobre significantes vacíos”, estima Martínez de Albéniz (2010: 292). Para este autor, la publicidad se cocina “a espaldas del consumidor, por más que su destino final sea entrar en la intimidad de sus hogares”, por tanto, “la publicidad es la ciencia de las apariencias”, concluye.

El comportamiento de los personajes también es cínico y sin sentido en muchas ocasiones. Otro ejemplo lo tenemos en Betty Draper, que aunque se nos presenta en un principio como una perfecta ama de casa con un físico de muñeca *Barbie*, una mañana sale al jardín en camisón, con un cigarrillo en la boca y un rifle, y con absoluta frialdad, dispara contra las palomas del vecino y se queda tan ancha. Pero, sin duda alguna, el cinismo está encarnado en el personaje principal, en el propio Don Draper y su eterna caída al vacío, tal y como se ve capítulo tras capítulo en los créditos iniciales de la serie. Don Draper es a veces un canalla, a veces es un héroe, es una persona con sus defectos y virtudes, por eso nos vemos reflejados en él y nos identificamos con él. Más allá del reflejo de una época, que es también nuestra época, la serie muestra un complejo entramado de hilos y personajes con los que es muy fácil identificarse. Nuestras miserias nos acercan a las suyas y sus alegrías son las nuestras. Al fin y al cabo, aunque *Mad Men* simule ser un espejo que nos muestra la América los años sesenta, nos refleja a nosotros mismos.

Referencias bibliográficas.

- Alonso López, Jesús & Marínez Samper, Pablo (2010): “Todo queda en casa: Mad Men y el cine”, en VV. AA: *Guía de Mad Men. Reyes de la Avenida Madison*. Editorial Capitán Swing. Madrid.
- Bryant, Janie (2010): *The Fashion File. Advice, tips and inspirations from the costume designer of Mad Men*. Gran Central Life & Style. Hachette Book Group, New York.
- Cabezuelo Lorenzo, Francisco (2009). *Reproducción de los modelos de belleza norteamericana de los años 50 y 60 en Mad Men*. Libro de actas del I Congreso Internacional “La ilusión de la belleza”. Universidad del País Vasco-Euskal Herriko Unibersitatea. Bilbao.
- Cabrera García-Ochoa, Yolanda; Fanjul Peyró, Carlos & Cabezuelo Lorenzo, Francisco (2010): *Sane Women versus Mad Men, Arquetipos de género en la ficción audiovisual norteamericana*. Congrés Internacional Congènere 2010. Universitat de Girona.
- Cascajosa Virino, Concepción (2007) [Ed.]: *La caja lista: Televisión norteamericana de culto*. Barcelona. Laertes. Pp. 99-116.

- Cascajosa Virino, Concepción (2010): “Enmarcando Mad Men: elogio del contexto televisivo”, en VV. AA: *Guía de Mad Men. Reyes de la Avenida Madison*. Editorial Capitán Swing. Madrid.
- Corominas, David (2010): “Retrato de altura sobre nuestra profesión”, en VV. AA: *Guía de Mad Men. Reyes de la Avenida Madison*. Editorial Capitán Swing. Madrid.
- Costa, Joan (2008). *La Forma de las Ideas. Cómo piensa la gente: Estrategias de la imaginación creativa*. IED-USJ-UJI. Barcelona.
- Della Femina, Jerry (2010): *From Those Wonderful Folks Who Gave You Pearl Harbour: Front-Line Dispatches from the Advertising War*. New York, Simon & Schuster Publishers.
- Domínguez Garachana, Marina & García Guerrero, Leticia (2010): “No es sólo ficción televisiva, no es sólo historia, no es sólo moda. Sólo es Mad Men”, en VV. AA: *Guía de Mad Men. Reyes de la Avenida Madison*. Editorial Capitán Swing. Madrid.
- El País (2010): “Obama, el más importante fan de Mad Men”. Noticia publicada el 21 de julio de 2010. Accesible en el enlace: <http://www.elpais.com> (Consultada el 10 de diciembre de 2010).
- Ferreras, Juan Ignacio (1999): *Por(contra) la (pos)modernidad*. Madrid. Editorial Endymion.
- García garcía, Antonio Agustín (2010): “Hombres al borde de un ataque de nervios: las diatribas de la masculinidad en Mad Men”, en VV. AA: *Guía de Mad Men. Reyes de la Avenida Madison*. Editorial Capitán Swing. Madrid.
- Gimeno Alonso, Santiago (2010): “Mad Men y el arte de la exactitud”, en VV. AA: *Guía de Mad Men. Reyes de la Avenida Madison*. Editorial Capitán Swing. Madrid.
- González Requena, Jesús (2010): “Crónicas del vacío”, en VV. AA: *Guía de Mad Men. Reyes de la Avenida Madison*. Editorial Capitán Swing. Madrid.
- Hammer, Erlend (2010): “El hombre del traje de franela gris: el nuevo conformismo, la ropa de caballero y las políticas de consenso”, en VV. AA: *Guía de Mad Men. Reyes de la Avenida Madison*. Editorial Capitán Swing. Madrid.
- McLean, Jesse (2009): *Kings of Madison Avenue*. ECW Press. Toronto.
- Martínez De Albéniz, Iñaki (2010): “Mad Men: el sueño americano on the rocks”, en VV. AA: *Guía de Mad Men. Reyes de la Avenida Madison*. Editorial Capitán Swing. Madrid.
- Moe, Dyna (2010): *Mad Men. The Illustrated World*. Penguin Books USA. New York.
- Moreno, Fernando Ángel (2010): “Sutileza de la razón cínica: el lenguaje narrativo de Mad Men”, en VV. AA: *Guía de Mad Men. Reyes de la Avenida Madison*. Editorial Capitán Swing. Madrid.
- Ortí, Mario & Durán, Miguel Ángel (2010): “Cuéntame otra vez ... la década prodigiosa: Mad Men y el discreto encanto del realismo cínico”, en VV. AA: *Guía de Mad Men. Reyes de la Avenida Madison*. Editorial Capitán Swing. Madrid.
- Sloterdijk, Peter (2003): *Crítica a la razón cínica*. Madrid. Editorial Siruela.
- Vargas-Cooper, Natasha (2010): *Mad Men Unbuttoned. A Romp Through 1960's America*. Collins Design-Harper Collins Publishers. New York.
- Zunzunegui, Santos (1997): *Pensar la imagen*. Editorial Cátedra. Madrid.

Política renacentista televisada. Las relaciones internacionales en *Los Tudors*

Ángela Bermúdez Enríquez

Ese es el peso que me ha derribado. ¡Oh Cromwell! El rey me ha vuelto la espalda. Ha perdido para siempre toda mi gloria por esa mujer. Ningún sol anunciará ya mis dignidades ni dorará las nubes de cortesanos que codiciaban mis sonrisas. ¡Anda, apártate de mí, Cromwell; soy un pobre hombre caído, indigno ahora de ser tu dueño!
Wolsey
Enrique VIII
Acto tercero, escena segunda

Historia televisada para un nuevo público

Si el éxito de la serie televisiva en general no ha hecho más que crecer en las últimas décadas gracias en gran medida a las producciones americanas y a la nueva edad dorada que viven, las series dramáticas, con una calidad notoria, han pasado a ocupar un puesto referencial en cuanto a ficción televisiva dentro de este universo. Numerosos ejemplos confirman el nuevo impulso que ha elevado el drama a una nueva categoría artística, caso de la más que premiada *Mad Men* (HBO, 2007-2010), de *Dexter* (Showtime, 2006-2010) o de *El ala oeste de la Casa Blanca* (NBC, 1999-2006), todas ellas series de reconocido éxito y prestigio.

Este renacimiento en los últimos años de la ficción dramática ha obedecido a diversos factores, impulsados en cierta medida por el nuevo concepto creativo de la cadena estadounidense HBO y asimilado rápidamente por algunas de las grandes empresas televisivas. Una apuesta por la calidad narrativa y estética y un formato diseñado para un espectador fiel a la trama, se han convertido por tanto en parte de la receta de éxito de estas producciones: “El drama televisivo ha vivido un notable desarrollo que se ha traducido en un número muy elevado de programas de calidad cada vez más arriesgados y satisfactorios a nivel narrativo, estilístico y temático” (Cascajosa, 2006:25).

Por otra parte, la recuperación del gusto común por la trama histórica, ha llevado a las nuevas series basadas en personajes o acontecimientos reales a ganar espacio a otro tipo de producciones, hasta alcanzar una pequeña parcela propia, tras algunos años de escasas obras de ficción de dicha naturaleza. El auge reciente que ha experimentado dicho género pasa por un nuevo enfoque mucho más realista de la historia y por la preocupación de sus creadores en ofrecer una versión menos *light* de los hechos retratados, y por tanto, un retrato mucho más crudo y menos idealizado, como sucede en el caso de *Roma* (HBO/BBC, 2005-2007) o la miniserie *John Adams* (HBO, 2008).

Estas series, que reivindican el sexo y la violencia y los convierten en parte intrínseca de la trama, se han visto favorecidas por este nuevo enfoque “sin paños calientes” de los acontecimientos históricos, obteniendo un repunte importantísimo en cuanto a materia de audiencia. Este intento de absoluta fidelidad por los acontecimientos, ha tocado de igual forma, aunque en algunas de

las producciones más que en las otras, el resto de detalles de la obra de ficción, encontrándonos en el caso de *John Adams*, con un protagonista entrado en peso, de baja estatura, que envejece mal y con una dentadura que finalizará completamente ennegrecida por la costumbre, común en la época, de mascar tabaco. Unas características estéticas que pueden provocar desagrado en el espectador al encontrar a un personaje de tal importancia para la trama caracterizado de dicha forma.

Estos tabúes son tratados, junto con el de la muerte, en la serie de Showtime, *Los Tudors* (*The Tudors* 2007-2010), que no duda en hacer partícipe al espectador de cuantiosas escenas de sexo y violencia, y que en cambio, nos acerca a un Enrique VIII rejuvenecido y embellecido por la exigencia de la idealización actual en cuanto a la apariencia física. El interés por el renacentista monarca inglés, retratado en más de una ocasión tanto para la gran como para la pequeña pantalla, ha favorecido indiscutiblemente el acercamiento del espectador, no sólo a la personalidad controvertida de un rey que no dudó en romper las relaciones que lo unían a la Iglesia de Roma, sino también, a una idea general de la política y las relaciones de poder en la Europa del siglo XVI.

A pesar de esta aproximación general bastante realista de *Los Tudors* a un convulso período histórico marcado por la ruptura de la unidad de la fe que había unido hasta ese momento al Viejo Continente y que había corrido como la pólvora tras la reforma de Lutero, el trato otorgado a los diversos personajes se aleja en ocasiones de la perspectiva real de la época, para enfrentarlos a un público actual que acepta mejor la implicación en la trama cuando ésta se nutre por ejemplo, de mujeres y hombres que presumen de gran atractivo físico desde lo que la sociedad de hoy considera estético y bello.

Por otra parte, en la ficción de Showtime, las intrigas políticas palaciegas propias de todas las monarquías absolutas que vendrían a continuación en Europa, así como las diferentes tramas amorosas, aparecen tratadas en profundidad, ocupando en numerosas ocasiones espacios que con toda certeza se correspondieron en mayor medida con acciones directas en cuanto a la política de la época y al establecimiento de relaciones con el resto de países relevantes en el siglo XVI, así como, a las alianzas que entre ellos pudiesen haberse promovido.

La serie, que parece partir exactamente del mismo punto en el que da comienzo la obra de Shakespeare que lleva por título el propio nombre del monarca, retratará por tanto a un Enrique Tudor cuya vida no ha dejado de ser objeto de interés para la sociedad occidental. Las consecuencias de su política internacional, acaecidas por la naturaleza soberbia de esa puntera realeza que atisbaba el verdadero alcance de su poder, han perdurado hasta la actualidad en Inglaterra, que aún mantiene a su monarca como cabeza de la Iglesia Anglicana, y en el imaginario de toda Europa, que no pierde jamás el interés en la historia ya lo considere un déspota guiado por sus pasiones carnales o un príncipe renacentista que propició algunas de las grandes reformas del continente.

Es precisamente ese deseo por conocer los detalles de su personalidad y de su vida íntima, lo que ha conducido a varias productoras desde el siglo XX a intentar acercar el personaje al público adaptándose a los gustos concretos de cada momento, como es el caso de *Las seis esposas de Enrique VIII* (1970), una serie de seis episodios en el que cada una de las partes se dedica a una de las seis esposas que tuvo el monarca.

La revisión que *Los Tudors* hace del rey inglés demuestra como con ingenio puede conseguirse que se siga con sumo interés una trama basada en una narración con eje político, que se observa especialmente a partir de la tercera y la cuarta temporada de la serie y que dejando en un segundo plano la vida amorosa del monarca (especialmente presente en las dos primeras temporadas de la ficción), se aferran a un guión mucho más obstinado en mostrar los acontecimientos políticos del período histórico.

El rey de la polémica. Mujeres, crudeza y despotismo

Enrique VIII de Inglaterra se ha convertido probablemente en uno de los reyes europeos más conocidos de la actualidad. Una vida amorosa agitada, la obsesión por tener un hijo varón y un carácter marcado por el nuevo homocentrismo del pensamiento renacentista, convirtieron a un rey con una dinastía aún sin asentar tras la Guerra de las Dos Rosas, en uno de los impulsores del lugar privilegiado que ocupa hoy Gran Bretaña en el mundo, y en el responsable de la conversión de toda una Nación a una nueva religión apartada del catolicismo de Roma, con el propio monarca como cabeza visible de ésta:

The origins of Henry's Reformation lay in the perennial problem of the succession to the throne. In the fifteenth century political chaos and civil war devastated England as the result of a series of disputed successions; Henry VIII was the first king of England to inherit the crown peacefully since the infant Henry VI in 1422 (Stater, 2002:96).

La cultura política inglesa evolucionó enormemente desde el final de la guerra civil hasta la muerte de Enrique VIII en 1547, tal y cómo pasaría en el resto del mundo en la primera mitad del siglo XVI, donde la concepción medieval del buen gobierno dio paso, gracias a la influencia del humanismo, a una nueva imagen de lo que debía ser un rey renacentista, completamente alejado de hábitos anteriores y con el acceso a un poder como jamás se había visto en la historia. Esta transformación sentará las bases para los sistemas de gobierno que regirán Europa durante buena parte de los siglos venideros, y basará sus acciones en la voluntad absoluta de un monarca: “La théorie du droit divin des rois et l'idéologie impériale qui voulait que le roi fût empereur en son royaume, donc indépendance de tout autre pouvoir, ont été adaptées à un monarque qui venait de se proclamer chef de son Église » (Lebecq, 2007:352).

Será precisamente esa ambición de Enrique VIII por asegurarse de que su voluntad se realizase siempre en los territorios que administraba, una habilidad que más tarde heredará su hija Isabel, y que caracterizará a los soberanos ingleses del siglo XVI. La ambición por el poder absoluto

convertirá la persona de Enrique Tudor en una figura referente de su tiempo y de enorme interés para los siglos venideros en una amplia gama de sentidos.

Parece indiscutible el hecho de que el carácter del monarca inglés, que lo llevó a pasar por el altar en seis ocasiones y a repudiar o decapitar a sus esposas, se ha convertido por sí mismo, al margen de las relaciones políticas y tratados internacionales que llevase a cabo durante su reinado, en jugoso material para historiadores, artistas y directores cinematográficos, quienes han sabido dar buena cuenta de las desventuras amorosas del que es considerado en Inglaterra como uno de los reyes más importantes de su historia.

El interés en las consecuencias de la conducta voluble del rey en materia del afecto que llegó a sentir (y después a olvidar) por las mujeres que convirtió en sus reinas, va por tanto mucho más allá de los rumores surgidos en las cortes europeas de la época o del favoritismo que el propio monarca pudo prestar a unas familias u otras en la corte según la estirpe de la que descendiese su nueva reina. Estas decisiones del rey en función de su propio interés, presentan un enorme interés aún hoy en la actualidad, ya que determinaron, y en cierta medida lo siguen haciendo, las políticas religiosas y relacionales del Reino Unido y del resto de Europa.

Es a partir de la década de 1520, cuando las políticas reales se centralizarán en la anulación del matrimonio del rey con Catalina de Aragón, hija de los Reyes Católicos, y como consecuencia de ello, con la ruptura con Roma. El cardenal Wolsey, que durante la primera temporada de la serie *Los Tudors* ocupará un papel protagonista bajo la figura del actor Sam Neill, organizará entonces la política externa de Inglaterra con este nuevo fin conforme al deseo del rey, que ya anhelaba desesperadamente casarse con Ana Bolena. Este nuevo posicionamiento de Enrique VIII, que hasta entonces había sido considerado por toda la sociedad de la época como un ferviente defensor de Roma, cambiará definitivamente la historia de Inglaterra y la situará a partir de entonces, como un ente independiente.

El rey irá por tanto alejándose inevitablemente de la Iglesia Católica para adaptar la Nueva Reforma a Inglaterra, una Reforma que, si bien conocidos personajes influyentes del período como Cromwell o la propia sexta esposa de Enrique, Catalina Parr, un convencido luterano y una ferviente calvinista respectivamente, verán como un paso decisivo a la hora de implantar una completa reforma en el país, terminará no siendo más que una religión prácticamente idéntica a la católica con la excepción de la carencia de poder del obispo de Roma sobre ella: “The King, Henry VIII (1509-1547), was one of the most fervent Catholic monarchs in Europe, and in 1521 had been awarded the title ‘Defender of The Faith’ by the pope for writing a book that denounced Lutheran teaching” (Rosman, 1996:22).

Por otra parte, el enorme problema que supuso la imposición del rey para que se anulase su matrimonio con Catalina, fue tratado por numerosos autores y eruditos de la época, que desde diferentes partes de Europa alzaron su pluma para tratar el divorcio del monarca, auspiciados

en cierta medida por la demanda del rey a los obispos que habían jurado guardarle obediencia por encima de la que debían al Papa, y que produjo irremisiblemente una respuesta por parte del resto de eclesiásticos, atemorizados por el avance de las ideas luteranas también en Inglaterra. Tratados como el de Fray Luis de Carvajal *Tratado de vero matrimonio regum Angliae* (1531): (Manchón, 2004:532), intentarán demostrar por tanto la validez del matrimonio, que será finalmente roto en mayo de 1533 por Thomas Cranmer zanjándose definitivamente la cuestión y dando paso al cisma anglicano.

La diplomacia de Enrique VIII estuvo por tanto sumida en los años 1530 bajo las consecuencias religiosas de la anulación de su matrimonio con Catalina de Aragón, que en *Los Tudors*, salvo por leves imprecisiones históricas, se trata con bastante afinidad a los hechos reales. Precisamente será a consecuencia de la separación de Roma y a causa del deseo de convertir a toda una población tradicionalmente católica en reformista, por lo que Enrique VIII permitirá el saqueo a los monasterios y firmará la orden de disolución de una innumerable cantidad de reducidos conventos y lugares de culto, en un intento por demostrar la corrupción de la Iglesia de Roma y asegurarse la fidelidad de todos los miembros conversos de la nueva Iglesia.

Esta forma de actuar, heredada de su padre, fundador de la dinastía Tudor, según la cual se recompensaba generosamente a los adeptos y se imponía rigurosos castigos a los opositores, coincide temporalmente con el breve reinado de Ana Bolena como esposa del monarca inglés, y será tratada aún superficialmente en la segunda temporada de *Los Tudors*, cuyo interés real en hacer girar la producción sobre un eje político, no se reflejará hasta el paso de la segunda reina por el cadalso.

La rebelión que recibió el nombre de “La Peregrinación de Gracia” que se abre paso al inicio de la tercera temporada de la serie, marcará un nuevo ritmo en la ficción, que comenzará a centrarse en los importantes asuntos políticos que vendrán a perturbar la paz, que en el fondo Enrique VIII tanto despreciaba, y que condicionó su carácter desde la juventud: “Henry VIII, saw himself as a warrior king. In his early years, he devoted most of his energy to the highly competitive international relations of the period, a form of conspicuous display and dynastic pride rather than national interest” (Black, 2003:102).

La Peregrinación de Gracia, cuyas causas principales fueron una serie de agravios económicos contra la nobleza del norte, el total desacuerdo con el comportamiento del rey en relación a Catalina de Aragón, a quienes los súbditos nortehños consideraban la única y verdadera soberana y la afrenta contra la Iglesia por la confiscación de los bienes y la contrariedad que suponía para sus costumbres la nueva religión del estado, no sólo supuso para Enrique VIII una enorme molestia, sino que pretendió ser utilizada desde Roma para destronar a un monarca que había demostrado, una vez muerta Catalina, no tener ninguna intención de volver bajo los brazos de la Iglesia Católica.

La cruenta represión contra los líderes de la rebelión, tras un nuevo levantamiento debido al

incumplimiento de la palabra del rey, permitió sofocar definitivamente el levantamiento. El Duque de Norfolk, y no Charles Brandon, Duque de Suffolk, fue el encargado de las negociaciones y más tarde de la represión contra Robert Aske y el resto de líderes sentenciados a morir por traicionar al rey. Este tipo de intercambio de personajes en los acontecimientos históricos se dará también en otros momentos de Los Tudors, como la unión de las dos hermanas de Enrique VIII, María y Margarita, en una sola mujer, o la trágica muerte por suicidio de Wolsey mientras este se encuentra en prisión y que realmente le llegó de forma natural mientras se dirigía a Londres a dar respuesta por los cargos de traición recibidos.

Finalmente, la Peregrinación de Gracia, a pesar de haber sido disuelta, influyó poderosamente en el respeto al hábito de recibir los sacramentos en la redacción del libro del obispo en 1537, el documento que marcaría el fin de la doctrina oficial hacia el protestantismo y convertiría el Anglicanismo, muy a pesar de Cromwell, en un catolicismo con sede en Londres: "The dissolution of the monasteries was very unpopular. Despite individual abuses, they still played a major role in the spiritual life of the population and were important in local economics" (Black, 2003:104).

Será la actitud del rey y no tanto las decisiones tomadas en sí misma, lo que se terminará convirtiendo en el principal problema de la corona inglesa, especialmente a raíz de su separación con la Iglesia de Roma y más tarde con la represión contra La Peregrinación de Gracia, ya que su propio convencimiento sobre el derecho por nacimiento a regentar un poder absoluto, lo llevó en ocasiones a provocar en su pueblo cambios drásticos y traumáticos para los que la población inglesa no se hallaba en absoluto preparada:

El segundo de los Tudor no se amilanó ante obstáculos morales, pero con una soberbia inagotable le llevó a negligir las coartadas que hubiesen aminorado el impacto emocional de los abusos, repudios desaires o sentencias sumarísimas ejecutadas sobre sus seis esposas y sus dos herederas, a las que su mismo padre ilegitimizó, aunque luego corrigiese aquella humillación que devaluaba a la carne de su carne en el mercado de los pactos por la vía de los casorios (Lanero Fernández, 2009:200).

Esta creencia en su absoluto poder, recibido directamente de Dios, lo justificará ante sí mismo respecto a la validez de sus matrimonios con Catalina y Ana, que sólo le habían dado hijas, María e Isabel Tudor respectivamente, y que por tanto, debían ser enlaces no válidos y no deseados por el propio Dios. Enrique VIII, que sentaría efectivamente con su ruptura religiosa las bases de lo que serían a partir de ese momento las monarquías europeas hasta bien entrado el siglo XIX, no dejaba de responder hasta cierto punto a las consecuencias lógicas del humanismo, que descansaba de nuevo sobre el hombre, y que partía de la base de la existencia de líderes a los que se debía respeto y amor.

Su despotismo, en cierta forma no era más que el resultado lógico de su propia educación y de las características especiales de su carácter, que no dejaron de tentar al mundo de la época con

medidas, que resultaban en numerosas ocasiones, incomprensibles para la sociedad: « En fait, la situation a évolué au fur et à mesure que le jeune prince athlétique, séduisant, cultivé et pieux céda la place à un monarque vieillissant, égoïste, suspicieux et violent » (Lebecq, 2007:351).

Política principesca televisada

Desde el arranque de la serie *Los Tudors*, aproximadamente hacia 1520, año en el que se celebró el encuentro diplomático entre Francisco I y Enrique VIII conocido como el *Campo de Tela de Oro*, el monarca inglés mostrará algunas de las características personales que históricamente se le han atribuido. Enrique Tudor, que ansiaba desde el inicio de su reinado intervenir en los acontecimientos importantes europeos, ya fuese a través de la guerra o de la diplomacia, verá como a pesar de los numerosos tratados, rupturas de compromisos y reconciliaciones entre los principales agentes de poder del momento, no tendrá que enfrentarse a ningún suceso real.

Enrique VIII, que aparece como el prometedor príncipe que la mayoría de la sociedad creyó que sería, comienza pronto a dar muestras de un carácter egoísta, que en opinión de algunos historiadores, obedecía a una mezcla de soberbia y cierto complejo de inferioridad, que lo inducía, con demasiada frecuencia, a intentar demostrar su valor ante terceros. Estas características de su personalidad, bien reflejadas en la ficción, marcarán decididamente algunas de las políticas más importantes del período, que obedecerán casi exclusivamente a la mezcla formada por los deseos momentáneos del monarca y por la idea que no dejaba de acudir a su pensamiento acerca de la creación de un príncipe perfecto en su propia persona: “His character was fascinating, threatening, and sometimes morbid. His egoism, self righteousness, and capacity to brood sprang from the fusion of an able but second-rate mind with what looks suspiciously like an inferiority complex” (Guy, 2000: 20).

El hecho de que en la Inglaterra de los Tudor el poder residiese por completo en una sola persona vendrá a traer algunas importantes consecuencias. Por un lado, tener todo un sistema que gira en torno a los centros de interés del rey, por otro, la nula representación de cualquier agente que quedase al margen de la Corte, entendida como la vida junto al rey y la alta nobleza, y cuya exclusión suponía una absoluta desgracia debido al despegue inmediato de cualquier tipo de vida pública o política, tal y como sucede en la serie con Margarita Tudor y Charles Brandon tras su matrimonio en secreto. Por último, la centralización del poder en un solo individuo provocaba que quienes llegaran a tener acceso a la persona real, entrasen en un juego de manipulaciones cuyo objetivo era favorecer los intereses propios complaciendo al monarca.

Estas manipulaciones que se producían con frecuencia, también podían hacer caer a otros miembros de la Corte, como vino a suceder en el caso del cardenal Wolsey, que si bien pasó casi veinte años en la primera línea de servicio de Enrique VIII, no dejó de ganarse un número cuantioso de enemigos, que intentaron encontrar constantemente el momento preciso para hablar al rey en su contra y obtener el gran poder que el cardenal ostentaba desde hacía dos

décadas: “While Wolsey was the sole interpreter of the king’s will things were in the hands of a man whose capacity for business was almost unlimited, and his personal supervision might be depended upon to control the governmental system in the way that Henry VII had done”(Newton, 1917: 369).

Estas intrigas palaciegas serán comunes en las casas monárquicas europeas durante algunos siglos más, y verán subir y caer a algunas de las figuras históricas de mayor relevancia en la historia de occidente.

Thomas Cromwell, que sustituirá a Wolsey como hombre de confianza del rey, tras un breve período en el que Tomás Moro se encargará de los asuntos del monarca hasta su propia muerte por decapitación, será en cierta medida verdugo y víctima de estas intrigas, que lo llevarán al mismo destino que su antecesor en el cargo.

La política religiosa desarrollada por Cromwell, y sólo conocida hasta cierto punto por el propio monarca, terminará siendo el detonante de su caída, ya que olvidando por completo la máxima que había seguido siempre con anterioridad y que pasaba por no llevar la contraria ni descontentar al rey, fuerza un matrimonio en interés de la religión protestante luterana, que él mismo practica, con Anna de Cleves, un matrimonio que desagrada por completo a Enrique VIII y que coloca a Cromwell en el punto de mira de quienes permanecían a la espera para ver su caída en desgracia.

Por otro lado, el propio Enrique VIII nunca había tenido intención de realizar una reforma en materia religiosa y no acepta la mayoría de las nuevas formas luteranas, tal y cómo el propio Thomas Cromwell afirma en la serie, cuando indica que Enrique nunca dejó de ser un ferviente católico que se había visto abocado a aceptar el protestantismo por no poder aceptar que nadie, ni siquiera el Papa, le dijese que debía hacer y cuál era el comportamiento adecuado en cualquier situación. Es precisamente por esta tendencia católica del monarca, por lo que la nueva religión terminará siendo una especie de amalgama de ideas, que intentaba aunar las preferencias personales del rey y su propia necesidad por adaptar la fe al nuevo reino que debía componer y que se resentía terriblemente de algunas de las medidas más violentas tomadas contra sus edificios religiosos. Para alcanzar tal fin, el rey no dudó en utilizar un nuevo recurso que se había convertido en la herramienta básica de difusión de las nuevas tendencias religiosas, la imprenta, y que en *Los Tudors* apenas aparece durante unos minutos maravillando a un Cromwell que ve en aquella máquina el camino a la ‘liberación’ del pueblo de Inglaterra:

Henry VIII usa de médias qui se diversifiaient dans un monde où l’essor de l’imprimerie facilitait la circulation de l’image et du texte. Les monnaies, les sceaux, les médailles, les drapeaux, les portraits et les gravures ou encore les différents palais royaux rendirent l’autorité du roi plus présente dans son royaume (Lebecq, 2007:352).

Este nuevo sistema de propaganda basado en la imprenta, se complementará con

representaciones teatrales que terminarán especializándose en denigrar la imagen del Papado, como bien indica el propio Cromwell, responsable en gran medida de la proliferación de estas obras, y es completamente consciente de la importancia de dar al pueblo una imagen negativa de Roma: “It was Cromwell, not Henry, who directed the course of the propaganda campaigns” (Elton según Sowerby, 2010:41).

La caída en desgracia de Cromwell dejará vía libre, para plantearse una campaña armada, a un rey mucho más cansado, que anhela la vitalidad de la juventud y que sufre enormemente debido a la herida infectada de su pierna que debe ser drenada cada poco tiempo. Es en este momento cuando *Los Tudors* cobra una mayor profundidad, permitiendo por fin a la producción dedicarse con mayor entusiasmo al seguimiento político de un Enrique VIII que comienza a plantearse también la relación de Inglaterra con Escocia y con los condados irlandeses, reacios a las que habían sido algunas de las políticas fundamentales del gobierno de Enrique Tudor.

Los años 1540, supondrán por tanto una vuelta a la guerra exterior que centrará su preocupación en la victoria militar mientras vive el desencanto por las infidelidades de su quinta esposa, la joven Catalina Howard y la única alegría de un hijo varón, nacido del matrimonio del rey con Jane Seymour, que parecía crecer con un buen estado de salud.

Las políticas de Enrique Tudor cambiará por tanto hacía una actitud mucho más agresiva en un intento de recuperar todo aquello que el rey había siempre admirado en un monarca y que el propio Enrique VIII estaba convencido que hacía grande a un soberano, es decir, la conquista de territorios. Esta idea que rondará la cabeza del rey, queda perfectamente reflejado en la producción de Showtime, que embellece la imagen de un hombre que siente los años pero que sigue siendo consciente del papel que ocupa en el mundo.

Por otra parte, y dejando al margen de pequeños detalles que son mostrados al espectador de *Los Tudors* de manera errónea, cómo el título de “rey de Irlanda” con el que el propio Jonathan Rhys Meyer se llama a sí mismo diez años antes de que dicha disposición fuese adoptada o la ya citada muerte trágica del cardenal Wolsey bajo su propia mano, el Enrique VIII crudo, déspota y seductor, que Rhys Meyer lleva con gran agilidad, se mueve, gracias a un criterio de calidad estilística y de guión, en un equilibrio satisfactorio entre ficción y realidad, basado en una preocupación constante por no alejarse en exceso de los hechos que tuvieron lugar realmente en el decimosexto siglo inglés.

Si bien el eje temático central en la serie, gira por tanto en torno a la vida amorosa del monarca y la importancia que ésta tendrá en las relaciones internacionales del país durante las primeras temporadas, progresivamente va enfocándose hacía las relaciones internacionales del momento, tratadas con frecuencia con enorme dureza, aunque siempre bajo las pautas del ideal actual de belleza. La evolución de la trama en *Los Tudors* y el escaso hincapié que se otorga a algunas de las políticas de mayor calado e importancia en la Inglaterra del siglo XVI durante las

primeras temporadas de la serie, termina resultando básico para una comprensión global de los acontecimientos que marcaron el futuro de Inglaterra, y que si bien aparecen *a priori* desligadas de la trama amorosa de cualquiera de las reinas del rey Tudor, termina siendo evidente la conexión de los cambios realizados por Enrique VIII en su vida personal con los realizados en sus relaciones a nivel político.

Uno de los casos importantes que son escasamente tratados en *Los Tudors* es la unión entre Inglaterra y Gales, que planteada por Cromwell, fue llevada a cabo legalmente por el Parlamento en 1536 y 1543 y tuvo importantes consecuencias, entre ellas, la pérdida prácticamente completa de la lengua y las costumbres galesas, completamente influenciadas por la nueva lengua impuesta, el inglés.

El posicionamiento respecto a Irlanda y las políticas de Enrique VIII en relación a la isla vecina, aparecen tratadas del mismo modo con ligereza, a pesar de la importancia crucial que tendrían en las relaciones entre ambos países en los siglos venideros. Si bien es cierto que las decisiones del Parlamento inglés se aplicaban en Irlanda desde el gobierno de Enrique VII, no es hasta 1534 y debido a la introducción de la Reforma, cuando comienzan las revueltas rebeldes en contra de la nueva política inglesa, y que culminará con el ya citado cambio de título del monarca Tudor, que pasará de ser “señor de Irlanda” a llamarse “rey de Irlanda”, como consecuencia a la desobediencia de sus súbditos, y dará pie, en términos ideológicos, a la concepción del nacionalismo irlandés, promovido por continuos movimientos liderados por jefes insurgentes contra el gobierno de Inglaterra.

Por otra parte, una de las piezas clave en la política de Enrique VIII, el deseo de controlar Escocia, apenas se presenta durante la trama de la serie de Showtime, que sólo alude de pasada a la preocupación del monarca inglés por el país gobernado por el hijo de su hermana Margarita, Jacobo V. La cuarta temporada de la ficción, que junto a la tercera se aleja en cierto modo de la vida sentimental del rey para afrontar las consecuencias políticas de las acciones llevadas a cabo por el monarca, se aproxima con bastante exactitud al enfrentamiento con Escocia tras la ruptura total de los lazos entre ambos países, detonada por la muerte de Margarita y el deseo de Jacobo V de alejarse del gobierno reformista de su tío. Esta guerra, que comenzará en 1541, verá su fin en 1542 con la victoria inglesa sobre las tropas escocesas, y la muerte de Jacobo en el mismo año, tras conocer que su único descendiente vivo era una mujer.

La importancia real que la muerte del sobrino de Enrique Tudor tendría para la época, así como el nacimiento de la que se convertiría en un personaje fundamental del período Isabelino, María Estuardo, se trata en la serie con premura pero con agilidad, mientras un Enrique VIII, que ya ha comenzado su decadencia, bromea junto a sus “Gracias” acerca del único heredero de Jacobo V y de su propia muerte. El anuncio jocosos de la alianza matrimonial entre el heredero al trono inglés, el futuro Eduardo VI, y la princesa escocesa, María, no deja de reflejar la ironía de los que terminarán siendo los verdaderos acontecimientos históricos, la muerte prematura de Eduardo y

la sucesión al propio trono de los Tudor, tras un breve reinado de la hija de Catalina, de la menor de las hijas de Enrique VIII, Isabel, llamada a jugar uno de los papeles más importantes en la historia de Inglaterra, a pesar de la falta de confianza inicial del pueblo en su condición de mujer.

Por otra parte, el fin del conflicto escocés dará paso a la lucha contra Francia, largamente ansiada por un Enrique que cambiaba con frecuencia sus alianzas. Este conflicto, que supondrá para el rey una nueva forma de resucitar la juventud que conocía perdida, será tratado en *Los Tudors* con mayor atención, ofreciendo una visión acortada pero realista del devenir de los acontecimientos que marcarían la difícil conquista de la ciudad de Boulogne y su obligada devolución a Francia ocho años más tarde, tras la traición del emperador Carlos I al monarca inglés al firmar a sus espaldas la paz con Francia. El desastre financiero que supuso el hostigamiento y asedio de la ciudad para las tropas inglesas, así como la humillación de la devolución a plazo determinado de la conquista, merman las fuerzas de un ya envejecido Enrique, que a pesar de sus expresiones y su cabello blanco, no deja de aparecer en *Los Tudors* como un hombre apuesto, alejado completamente, en su representación idílica para la ficción, de la obesidad y el verdadero aspecto del auténtico rey de Inglaterra.

Los Tudors de Showtime trata con fluidez y soltura uno de los reinados más controvertidos de la historia de Inglaterra y del continente europeo. La vida de un Enrique VIII idealizado a nivel estético, mucho más cercano al ideal de belleza actual que a las verdaderas características de su fisionomía y de las propias preferencias de la época, pero tratado en profundidad y sin demasiadas concesiones en cuanto a su carácter y a las decisiones que conformaron su reinado, componen un retrato crudo que induce en innumerables ocasiones al disgusto personal en contra del protagonista de la historia, y en otros momentos, a la incomprensión total de sus decisiones a nivel personal y político, apenas aclaradas por el conocimiento que pueda llegar a tenerse del período histórico y el carácter que determinó las monarquías renacentistas.

El interés inacabable a través de los siglos por la figura Enrique VIII, responde precisamente a ese carácter imprevisible del monarca en el contexto en el que apareció, y que llevó a un hombre convencido de su poder, en un sentido egoísta y magnánimo, a cambiar completamente el país que regía por una mezcla de argumentos en los que predominaba un enorme interés por satisfacer el deseo que provocaban en él mujeres como Ana Bolena.

La volubilidad de los monarcas absolutos europeos ha sido objeto de estudio en incontables ocasiones, pero es acaso en la persona del Enrique VIII de *Los Tudors* en quien más presente se hace, al capacitarlo para ordenar una ejecución y llorar al mismo tiempo suplicando para sí mismo que no se llevase a cabo. Este tipo de comportamiento, que en la serie se convierte en un rasgo más de los que diferencian una personalidad inacabada por un exceso de privilegios, como es la del rey inglés, resultan un auténtico regalo al espectador, que alcanza a conocer, a despreciar y a sentir compasión al mismo tiempo, por un personaje histórico que agregaba o se desprendía de los afectos con una facilidad sorprendente, dañando incluso a los seres nacidos

de su propia estirpe, las princesas María Tudor e Isabel Tudor, que más tarde se convertirían en reinas de Inglaterra y serían las últimas descendientes de una dinastía comenzada por su abuelo. Esta volubilidad del monarca inglés se convierte muy especialmente en una obra maestra a manos de Michael Hirst en la escena que cierra la segunda temporada de la serie, y en la que un inspirado Jonathan Rhys Meyer come sin moderación uno de los cisnes que nadaban previamente en el lago del palacio.

Enrique VIII, al igual que su hija Isabel I, pasarán a ser en el imaginario colectivo, dos de los reyes más influyentes de toda la historia británica, y a nivel particular, dos de las vidas más interesantes a retratar y con un mayor número de matizaciones a realizar, pero sin duda también, dos de las figuras de mayor calado en la historia europea e internacional, tal y como el propio Enrique VIII deseaba. *Los Tudors*, relata todo un período de enormes cambios bajo el gobierno de uno de los principales miembros de la realeza inglesa, que favoreció y potenció un giro completo en la política del país respecto al siglo anterior y se convirtió en una de las figura clave del comienzo de la era moderna en una nueva Europa insuflada por el humanismo.

Referencias Bibliográficas

Arnold, Jonathan (2007): *Dean John Colet of St. Paul's*. Londres, I. B. Tauris

Black, Jeremy (2003): *A History of the British Isles*. Nueva York, Palgrave Macmillan

Cascajosa Virino, Concepción Carmen (2006): “No es televisión, es HBO: La búsqueda de la diferencia como indicador de calidad en los dramas del canal HBO”, en *Zer*, nº 21, pp. 23-33

Guy, John (2000): *The Tudors: A Very Short Introduction*. Oxford, Oxford University Press

Jiménez Sureda, Montserrat (2003): “La Inglaterra de los Tudor”, en *Manuscrits*, nº 21, pp. 195-210

Kearney, Hugh (2006): *The British Isles*. Cambridge, Cambridge University Press

Lanero Fernández, Juan (2009): “Pretextos y contextos olvidados: Arte, ciencia y técnica en algunos tratados contables de la Inglaterra Tudor”, en *Pecunia*, nº 8, pp. 149-181

Lebecq, Stéphane (2007): *Histoire des Îles Britanniques*. Paris, Quadrige Manuels/PUF

Morris, T. A. (1999): *Tudor Government*. Londres, Routledge

Nielsen, Tober Hviid (1986): “The State, the Market and teh Individual. Politics,

Economy ande the Idea of Man in the Works of Thomas Hobbes, Adam Smith and in Renaissance Humanism”, en *Acta Sociologica*, nº 29, pp. 283-302

PREVIOUSLY ON

Rosman, Doreen (1996): *From Catholic to Protestant: Religion and the People in Tudor England*. Londres, UCL Press

Ryrie, Alec (2008): *The Sorcerer's Tale*. Oxford, Oxford University Press

Sowerb, Tracey A. (2010): *Renaissance and Reform in Tudor England*. Oxford, Oxford University Press

Stater, Victor (2002): *The Political History of Tudor and Stuart England*. Londres, Routledge

XI. Global representation.

“Live together, die alone”. La audiencia global(izada) de *Perdidos*

Carlos Menéndez Otero

Hubo un tiempo en que la ficción televisiva, aun sin excluir elementos propios del serial, era mayoritariamente episódica. En que los capítulos de mayor audiencia eran vistos en prime time en más del 20% de hogares con televisión de Estados Unidos, y el más visto de todos podía superar el 50% de *share* y reportar grandes ingresos por publicidad. En que los derechos de emisión de las series pertenecían a sus productores y, además, podían venderse años después de su estreno a televisiones regionales y de otros países. Hubo un tiempo, en fin, en que la pantalla de televisión era única y analógica, la televisión a la carta suponía grabar y reproducir en VHS, y el ordenador personal era un dispositivo aislado e incapaz de reproducir audio y vídeo.

Este tiempo todavía no ha desaparecido totalmente; pero la multiplicación de plataformas audiovisuales, fijas y móviles, que ha traído la revolución digital ha acelerado el proceso de fragmentación de audiencias que, hace ya casi cuatro décadas, inició la televisión por cable. Acostumbradas a un modelo de negocio asentado en la venta de espacios publicitarios para una audiencia masiva, pasiva y *territorializada*; muchas televisiones comerciales generalistas no han sabido adaptarse a un paisaje audiovisual donde la audiencia, a pesar de continuar aumentando su consumo de contenidos televisivos, tiene un poder creciente sobre cuándo, cómo, dónde y en qué dispositivo realiza ese consumo y, en consecuencia, comienza a vaciar de significado conceptos hasta ahora esenciales para determinar la economía del medio como, por ejemplo, prime time, parrilla, contraprogramación, pausa publicitaria o ámbito territorial.

En un paisaje audiovisual de prime times mucho menos masivos que hace sólo unos años y anuncios evitados con el botón de avance rápido, la supervivencia económica de las televisiones comerciales generalistas depende cada vez más de su capacidad para crear contenidos con ubicuidad geográfica y tecnológica, y capitalizar con ellos los múltiples grupos en que se ha fragmentado la audiencia. Éste es, en fin, el paisaje audiovisual de producción y distribución de las seis temporadas de *Perdidos* (2004-2010). En los párrafos siguientes analizaremos algunas de las estrategias narrativas, tecnológicas y publicitarias que ABC Studios y el equipo creativo de Bad Robot Productions, con los productores ejecutivos Carlton Cuse y Damon Lindelof a la cabeza, implementaron para garantizar la rentabilidad de la serie en el citado paisaje, comenzando por su deliberada aproximación narrativa a otros formatos de éxito reciente.

Es muy probable que el lector sepa que la génesis de *Perdidos* se encuentra en una idea de Lloyd Braun, presidente de ABC entre 2002 y 2004, para una serie de alto presupuesto que, inspirándose en la película *Náufrago* (Robert Zemeckis, 2000) y el programa de telerrealidad de CBS *Supervivientes* (2000—), pudiese revertir el descenso de espectadores que había dejado al canal generalista de Disney muy por detrás de sus competidores. Es también probable que ese mismo lector sepa que J.J. Abrams y Damon Lindelof modificaron y añadieron elementos

sobrenaturales a una primera versión del guión literario de Jeffrey Lieber, que a su vez tenía una notable influencia de la novela de William Goldman *El señor de las moscas* (1954) (Lostpedia, 2010d; 2010e). Lo que tal vez no sepa es que, si la serie *24* (2001-2010) hubiese sido un fracaso, *Perdidos* quizá nunca habría llegado a ser producida o, de serlo, habría sido radicalmente distinta.

Entre las numerosas razones por las que *24* ha sido crucial en la historia reciente de la televisión, la que más nos interesa al hablar de *Perdidos* es que la serie de Fox rompió la convención episódica imperante en la ficción televisiva de 2001 para adoptar un claro carácter seriado. Los episodios de *24*, contruidos sobre la recreación de 24 horas consecutivas de tiempo real de actividad antiterrorista del agente de la CTU Jack Bauer (Kiefer Sutherland), son partes de un todo que, si el espectador ha visto todos los episodios en orden, adquiere sentido al final de la temporada.

Aunque la fidelidad espectral sin precedentes que *24* exigía, la controvertida temática y constantes giros de la trama, el uso de un lenguaje audiovisual poco convencional, los altos costes de producción y, sobre todo, la media de 8,6 millones de espectadores por episodio parecían anticipar una temprana cancelación; las ventas de la caja de DVD aseguraron la producción de una segunda temporada con el formato narrativo de la primera, que promedió casi 12 millones de espectadores semanales en 2002-2003 y más de 10 en 2003-2004 (Wikipedia, 2010a).

El éxito de *24* fue decisivo para que otras cadenas se embarcaran en la producción de ficción seriada de alto presupuesto en las temporadas siguientes. Presionada por la urgencia de recuperar espectadores, ABC fue de las primeras en hacer una apuesta en firme por el formato seriado; fruto de la cual *Mujeres desesperadas* (2004—), *Anatomía de Grey* (2005—) y la propia *Perdidos* se incorporaron a su prime time en la temporada 2004-2005. Por suerte para ABC, la cuantiosa inversión realizada en la producción de estas tres series se vio recompensada de inmediato con el favor de crítica y público —en especial, el de la franja de edad comprendida entre los 18 y los 49 años, la más valorada por los anunciantes en la adquisición de espacios publicitarios—, así como una rápida venta de derechos de emisión internacionales.

Aun siguiendo el formato seriado de *24*, las series de ABC se distinguieron desde un principio de la de Fox por, entre otras cosas, estar protagonizadas por repartos corales y, en el caso específico de *Perdidos*, dilatar la resolución de la trama hasta el final de la serie.

Si bien se ha señalado la influencia que la diversidad de los concursantes de los programas de telerrealidad ha tenido en el predominante carácter coral de los repartos de series de ficción recientes; lo cierto es que unos y otros derivan en gran medida de la necesidad de la televisión comercial generalista de construir audiencias masivas canalizando hacia un mismo contenido segmentos diversos de esa audiencia fragmentada que, sin embargo, Internet y la televisión por cable pueden capitalizar de forma individual mediante modelos de negocio basados en la *larga estela* (Anderson, 2004). Si tenemos en cuenta que, al igual que ocurre en el cine del MRI (Burch, 1998), el éxito de la ficción televisiva depende de que un doble sistema de

identificación espectral (cámara y personajes) quiebre el distanciamiento entre espectador y relato (Aumont et al., 1993: 262); podemos comprender cómo un reparto coral multiplica las posibilidades de lograr esa identificación al dar relevancia dramática a personajes de edades, etnias, razas y estatus socioeconómicos similares a los de la audiencia (Keveney, 2005).

La adición a los quince protagonistas de *Perdidos* de rasgos de caracterización nacionales, religiosos y lingüísticos introdujo un potencial de identificación global ausente en otras muchas series, preocupadas sólo por atender la diversidad étnica y racial norteamericana. Así, aunque el mantenimiento de esa audiencia local como *target* primario garantizó el estatus del inglés como lengua vehicular de la isla; el carácter plurinacional de los supervivientes y el *target* de audiencia secundario se reflejó, por una parte, en que el inglés de *Perdidos* ofrece una variedad de acentos (*General American, British English, Australian English, Southern American English, Mancunian, Ebonics, Scottish English, Nigerian English* y *Irish English*) inédita en la televisión norteamericana y, por otra, en una circunstancia aún más inédita, en que algunos episodios incluyen diálogos en otros idiomas (coreano, español, francés, árabe, turco, latín, alemán, japonés y ruso) que, de hecho, carecen en ocasiones de subtítulos en inglés y, por tanto, son sólo accesibles para la audiencia extranjera.

La condición de *no man's land* del espacio diegético principal de la serie, la recurrente ambientación de los *flashbacks* en países de todo el mundo y, sobre todo, la construcción del aspecto emocional de la trama sobre una idea universal de redención individual a través de las demás personas terminan de perfilar una dimensión global que, no obstante, no excluye una notable presencia de la cultura, geografía e historia norteamericanas y, en particular, de un presente post-11S marcado por el miedo paranoico al Otro (Said, 1978), el recuerdo de la Guerra Fría, y la polarización social en torno al conflicto de Iraq y el neoliberalismo de la Administración Bush. Fruto de esta interacción narrativa entre lo local y lo global, la primera temporada de *Perdidos* consiguió en Estados Unidos una notable media de audiencia de 15,69 millones de espectadores semanales (ABC Medianet, 2005), y sus derechos de emisión fueron adquiridos por televisiones de 183 territorios. Por otra parte, un año y medio después, una encuesta realizada en 20 países situó a *Perdidos* como el segundo programa televisivo con mayor popularidad internacional, sólo precedido por *CSI: Miami* (2002—) (BBC News, 2006).

Permítanos el lector realizar a continuación un salto temporal como introducción al análisis de las estrategias tecnológicas y publicitarias con que *Perdidos* se ha adaptado al paisaje audiovisual de la era digital. Este salto temporal nos conduce al 23 de mayo de 2010, fecha elegida por ABC para emitir los dos últimos capítulos de *Perdidos*; a su vez objeto de la primera emisión simultánea (*simulcast*) de una serie de ficción en la Costa Oeste y seis países europeos (Reino Unido, Italia, España, Portugal, Israel y Turquía) (Deans, 2010).

Aun cuando los 13,5 millones de espectadores norteamericanos (Gorman, 2010c) que vieron *en directo* el final de *Perdidos* resultan ridículos en comparación cuantitativa con los de los finales de *M.A.S.H.* (106 millones), *Cheers* (80,4 millones), *Seinfeld* (76,3 millones) y *Friends* (52,5 millones) o, incluso, los 20 millones que siguen semanalmente *Dancing with the Stars* (2005—),

American Idol (2002—) o *CSI* (2000—); la prominencia del segmento de edad 18-49 entre los espectadores de *Perdidos* y, sobre todo, el elevado nivel de *engagement* con que éstos han seguido sus seis temporadas fueron suficientes para convertir los espacios publicitarios de *The End* en objeto de deseo para los anunciantes, que abonaron a ABC entre 850.000 y 950.000 dólares —cinco veces superior a la media de la temporada (Gorman, 2010b)— por la inserción de patrocinios y anuncios de 30 segundos (Steinberg, 2010). Como veremos a continuación, los ingresos publicitarios generados por el final de *Perdidos* demuestran que, cuando los sistemas de medición de audiencia se adaptan al actual paisaje audiovisual digital, Internet y los Personal Video Recorders (PVR) contribuyen de forma decisiva al retorno de la inversión televisiva.

En marzo de 2007, las mediciones de The Nielsen Company indicaban que la audiencia media de la tercera temporada de *Perdidos* había caído casi un tercio respecto a la primera, y los elevados costes de producción de la serie hacían presagiar un futuro sombrío. Como principales razones para esta caída de audiencia, se apuntaba el escaso interés dramático de la temporada en curso, la propia naturaleza seriada de la serie, las crecientes sospechas de que los misterios se improvisaban sobre la marcha, una inadecuada distribución de pausas durante la temporada y, sobre todo, la llegada al prime time de los miércoles del programa de telerrealidad de Fox *American Idol*, con cuotas de pantalla próximas al 25% y, como hemos dicho, audiencias superiores a los 20 millones.

Apenas un mes después, la incorporación a las mediciones semanales de Nielsen de las grabaciones en PVR visionadas el mismo día y/o los siete siguientes mostró, sin embargo, que el descenso de audiencia no había sido tan dramático; sino que cerca del 30% de los espectadores —uno de los mayores porcentajes entre los contenidos de ficción (Cuse, 2008; Levin, 2009; Young, 2009)— llevaba tiempo siguiendo la serie grabada y, más aún, entre el 30% y el 50% de esa audiencia (Seidman, 2008) la visionaba la misma noche para no quedarse rezagado en el desarrollo de la trama y neutralizar los *spoilers* de días posteriores.

A pesar de las dificultades de las cadenas para capitalizar los espacios publicitarios de los visionados tardíos; los PVR han sido fundamentales para la continuidad en antena de producciones seriadas como *Perdidos*, pues sólo gracias a este dispositivo una parte significativa de la audiencia ha podido realizar, en un prime time cada vez más saturado, el seguimiento atento y ordenado que exige este tipo de series. Asimismo, la visibilización de esa audiencia *tardía* en las mediciones de Nielsen fortaleció ante las cadenas la posición de las producciones seriadas como potenciales generadoras de ingresos por vías alternativas a la pausa publicitaria; en especial, la publicidad por emplazamiento, los productos licenciados y las cajas de temporadas en DVD. En otro orden de cosas, en el caso concreto de *Perdidos*, la capacidad y facilidad de acceso, transformación y exportación de contenidos audiovisuales de los PVR, así como sus posibilidades de conexión a ordenadores personales —de hecho, algunos son en realidad tarjetas de televisión— y acceso a Internet, han sido cruciales en la construcción y fidelización de la audiencia *de culto* que, como veremos más adelante, hizo rentable el proyecto de expansión multiplataforma de la serie que ABC y Bad Robot emprendieron a finales de 2005.

Buena parte del placer estético y cognitivo que proporcionó *Perdidos* a lo largo de sus seis temporadas estuvo basado en una invitación explícita al espectador para que se convirtiera en partícipe de un gran juego de misterio que, utilizando las pistas dejadas por los creadores bajo la premisa de que todo en la serie “ocurre por una razón” (Askwith, 2009: 169-170), debía resolver los dos grandes interrogantes que, tras sugerir en el episodio piloto que la isla ocultaba algún oscuro secreto, aquéllos pusieron en boca de Charlie Pace (Dominic Monaghan): “How does something like that happen?” y “Guys, where are we?”. Como afirma Stacey Abbott (2009: 15): “These two questions, what (or who) is on the island with them and what is the island’s secret, fuel the cult mythology of *Lost*.”

Inspirándose en el modelo de *gran misterio* establecido por series de culto como *Twin Peaks* (1990-1991) o *The Prisoner* (1967-1968) y los *Easter eggs* de muchos videojuegos, bastantes pistas consistieron desde un primer momento en ambiguas referencias *intertextuales* (Wikipedia, 2010b) que el espectador sólo podía: 1) descubrir mediante el visionado atento y el uso de herramientas de edición de vídeo (*freeze-frame*, *zooms*, *frame-to-frame*...); 2) decodificar su significado original mediante la investigación y, sobre todo, la colaboración activa con otros miembros de la audiencia, apoyándose en citas multimedia (fotografías, textos, clips de vídeo...) de los capítulos de la serie y enlaces a los elementos referenciados, y 3) tratar de *recontextualizar* (Wikipedia, 2010c) dicho significado en el universo diegético de *Perdidos* y sus dos grandes interrogantes mediante el debate con el resto de una audiencia que, merced a las descargas y streams ilegales —asimismo creados a partir de grabaciones en PVR—, la rápida adquisición de los derechos de emisión en televisiones internacionales y las numerosas herramientas de comunicación horizontal de la web 2.0 (wikis, blogs, foros, tweets...), pronto se transformó en una gran comunidad global.

Aunque hemos de reconocer el indudable mérito de los creadores de *Perdidos* a la hora de incitar esta práctica de *forensic fandom*; es preciso admitir también que Cuse, Lindelof y la propia ABC estuvieron *perdidos* durante algún tiempo respecto a la capitalización de toda esta actividad. Como ha ocurrido con muchas otras empresas mediáticas, sus primeras estrategias se centraron en utilizar Internet para, por un lado, conocer de primera mano la respuesta de la audiencia a los episodios y, por otro, combatir la piratería digital ofreciendo, desde octubre de 2005, al día siguiente de su emisión televisiva y sólo para IP norteamericanas, la descarga de capítulos desde ABC.com y su adquisición en iTunes por 1,99 dólares. Asimismo, en mayo de 2006, ABC.com añadió a las opciones anteriores el visionado gratuito en streaming de sus series estrella con varios bloques publicitarios de entre 30 y 75 segundos de duración; una práctica que desde entonces se ha generalizado entre las televisiones y conseguido una importante reducción de la piratería televisiva en Estados Unidos.

La repercusión del streaming legal ha sido, no obstante, limitada en el resto del mundo por el intento de ABC y la mayoría de cadenas norteamericanas de preservar un sistema de venta de derechos de emisión por territorios insostenible frente a la inmediatez global de Internet. De hecho, aunque el carácter ilegal de los *torrents* dificulta su auditoría, existen datos que

confirman que *Perdidos* fue, tras *Héroes* (2006-2010), el segundo programa más pirateado en el popular sistema P2P BitTorrent durante 2009, con una media de 6,31 millones de descargas por episodio (Ernesto, 2009), en su mayoría procedentes de países cuyas televisiones demoran más tiempo la emisión de los episodios y/o lo hacen en canales de pago minoritarios. Con todo y con eso, la creciente preocupación respecto a la piratería y los *spoilers* han llevado a una rápida reducción de la distancia temporal entre las emisiones americanas y las de otros países, que en el caso de *Perdidos* se redujo a unos pocos días en 2007 y desapareció en el *simulcast* de mayo de 2010.

Volviendo a los streams legales, éstos también asentaron la popularidad de *Perdidos* al margen del prime time televisivo tan pronto como Nielsen comenzó a medir el tráfico de los sitios web de las televisiones. Tomando como referencia la visita única de más de treinta segundos a los streams de ABC.com, la primera oleada de datos, correspondiente a diciembre de 2008, otorgó a *Perdidos* un total de 1,4 millones de visitantes únicos (Whitney, 2009) y, con ello, el estatus de serie televisiva de ficción más vista en Internet, que conservó casi sin interrupciones el resto de su emisión y, de hecho, realizó una importante contribución al reiterado liderazgo de ABC.com entre los sitios web de las televisiones comerciales norteamericanas.

Aun cuando resulta muy sencillo auditar con objetividad cualitativa y cuantitativa los datos de tráfico y el comportamiento los visitantes de un sitio web para su posterior capitalización; la medición de la audiencia online de contenidos televisivos no ha dejado de cuestionarse en los últimos años. Así, mientras la industria sigue aceptando un panel de unas pocas decenas de miles de hogares como herramienta de medición de un mercado de más de 112 millones; el streaming se ha puesto en duda (Seidman, 2007) por la multiplicidad de tecnologías de reproducción y creatividad publicitaria, la dificultad de segmentación demográfica de la audiencia y, sobre todo, la imposibilidad de conocer si el visitante visiona todo el stream. Además, en el caso específico de las mediciones de Nielsen, se añadieron a las críticas anteriores las relativas a su decisión de limitarse a auditar los sitios web de las cadenas y excluir los datos de Hulu.com, un popular portal de televisión a la carta de NBC, Fox, ABC, MTV, National Geographic y The Biography Channel que habría elevado de forma sustancial la audiencia de las series y definido con una mayor objetividad las cuotas de mercado online.

La parcialidad de las mediciones de Nielsen no es, sin embargo, la única paradoja de la presencia y popularidad de *Perdidos* en Internet. Así, la insistencia de Disney, empresa matriz de ABC, en que las descargas y, en general, la presencia online de sus series tienen como único objeto la construcción y/o fidelización de audiencias para el prime time televisivo —sobre todo, en los períodos entre temporadas y las pausas de las series— y apenas cubren los costes de explotación contrastan, sin embargo, con los elevados tráficos del *microsite* de *Perdidos* en ABC.com, el impulso que la empresa dio al desarrollo de productos digitales de la serie en el verano de 2006 y la creciente importancia de la audiencia online en la estrategia de capitalización publicitaria de sus últimas temporadas:

Much of *Lost's* street cred within ABC comes from its top-streaming status on ABC.com —this

PREVIOUSLY ON

despite its steadily declining ratings on analog TV— which makes it attractive to advertisers catering to a young, Web-savvy audience. When a network is deciding whether to renew a show, it's not just how many people watch it, it's also whether it's an attractive sell to ad companies. Carving out a niche online means a show has a defining identity—the kind of thing that's necessary when a network is making the decision of whether to replace it with a new, unproven show next season. (Matlin, 2009)

Esta supuesta falta de rentabilidad de la distribución online fue utilizada por las cadenas para negarse a abonar derechos de autor a los creadores por los streams y descargas legales de sus series, así como por la producción de contenidos digitales relacionados con ellas. Como resultado, tras dos años de desencuentros con la industria, los guionistas norteamericanos fueron a la huelga en noviembre de 2007.

Durante la huelga, aunque la popularidad de los streams y descargas legales de *Perdidos* no se había traducido aún en derechos de autor para el equipo de Lindelof y Cuse; el acuerdo que, en abril de 2006, habían alcanzado ABC y los sindicatos de artistas para la producción de una serie de episodios de *Perdidos* destinados a dispositivos móviles (*mobisodios*) de Verizon se convirtió en punto de partida de las negociaciones con el sindicato de guionistas; materializando con ello los peores temores de una industria que ya había mostrado recelos ante las concesiones de ABC y su posible repercusión sobre las series que habían comenzado a implementar formas de narración transmedia (Jenkins, 2006) similares a las de *Perdidos*, fundamentalmente *The Office* (2005—), *Héroes*, *24* y *Galáctica, estrella de combate* (2004-2009).

Sea como fuere, las dificultades surgidas durante las negociaciones individuales con los actores de *Perdidos* demoraron la producción de la serie de *mobisodios*, que finalmente fue distribuida como *Lost: Missing Pieces* durante la huelga y reportó 800 dólares a cada uno los guionistas y directores por cada uno de sus 13 episodios, de entre dos y cuatro minutos de duración. Además, el equipo artístico se aseguró el cobro de entre el 1,2% y 2% de los ingresos obtenidos por ABC por la explotación del contenido en cualquier otro medio ajeno a los móviles de Verizon. (Fritz, 2006; Dobrow, 2007; Wyatt, 2007)

A pesar de la demora, cabe destacar que el proyecto de *mobisodios* data de noviembre de 2005 y el acuerdo para su producción, de abril de 2006; unos meses en los que, además del lanzamiento de los streams y descargas legales, Bad Robot y ABC se emplearon a fondo para transformar *Perdidos* en un auténtico producto transmedia, adaptado a la dimensión social de la web 2.0 y, sobre todo, capaz de compensar la merma de ingresos en prime time derivada de sus altos índices de grabación y la práctica impermeabilidad de su universo diegético al emplazamiento de productos no licenciados.

Sabedores gracias a Internet del afán —casi obsesión— de muchos fans por desvelar hasta el último secreto de ese universo diegético; Lindelof, Cuse y ABC supieron fusionar la concepción tradicional del *merchandising*, basada en la materialidad del producto licenciado, con un capitalismo postindustrial donde la inmaterialidad de la información se convierte en bien de consumo. Así, aun cuando se fabricaron y comercializaron numerosos artículos licenciados de

Perdidos (camisetas, juguetes, pósteres, juegos de tablero...); la mayor parte de la expansión multiplataforma de la serie estuvo vinculada a productos inmateriales (juegos online, sitios web...) y, sobre todo, al posicionamiento de éstos como contenedores de información privilegiada sobre los misterios de la isla. Por otra parte, la complejidad de los puzzles que, siguiendo la premisa de la serie, proponían muchos de estos productos para acceder a dicha información no sólo elevaron el *engagement* de la audiencia con dicho universo; sino que además permitieron a ABC capitalizar de forma eficaz este *engagement* mediante la inserción de creatividades publicitarias en los sitios web de las instituciones ficticias de *Perdidos* y, sobre todo, el ocultamiento *viral* (Wilson, 2005) de algunas pistas en webs y anuncios televisivos de patrocinadores reales, a su vez integrados en la narración en base a su supuesta relación con las instituciones ficticias. Según Derek Johnson:

In extending those fictional institutions across media and into the real world, however, everyday life overlaps the narrative of *Lost*; allowing real corporate institutions like Sprite and Jeep to become both producers of content and content themselves. *Lost* eschews the product placement of reality TV, but it has proven attractive to advertisers for offering fictional institutions with which real corporations can interface in the mediation of everyday life. (2009: 31)

La primera temporada de *Perdidos* anticipó estas estrategias virales con la promoción de la serie en playas mediante botellas con mensajes (Johnson, 2009: 35), la publicación en ABC.com del blog de la superviviente del Oceanic 815 Janelle Granger, y los lanzamientos de los sitios web de Oceanic Airlines y Drive Shaft, así como del juego online I-am-lost.com, donde el jugador debía buscar pistas sobre la trama (Abbott, 2009: 14).

La segunda temporada comenzó aproximando *Perdidos* a las estrategias comunicativas horizontales de la web 2.0 con el inicio, coincidiendo con la aparición de los capítulos en iTunes, del *Official Lost Podcast* en ABC.com, un videoblog semanal donde Cuse, Lindelof y, en ocasiones, algún miembro del reparto comentaban el episodio de la semana y respondían a preguntas remitidas por los fans a través del correo electrónico. Por otra parte, justo después de la emisión de *Orientation* (05/10/05) tuvo lugar la presentación de Thehansofoundation.org, detallado sitio web de la Fundación Hanso, una institución ficticia que pocos meses después se iba a convertir en punto de encuentro de los dos productos de más éxito del universo expandido de *Perdidos*: la novela *Bad Twin* y el juego de realidad alternativa (ARG) *The Lost Experience*.

Si bien la filial de Disney Hyperion Publishing había intentado capitalizar por las mismas fechas la fan fiction de *Perdidos* que circulaba por Internet con las novelas de Cathy Hapka *The Endangered Species* y *Secret Identity*, publicadas en noviembre de 2005 y enero de 2006, respectivamente; su escasa calidad literaria y la falta de *canonicidad* del contenido se habían traducido en unas cifras de ventas muy discretas.

Después de comprobar de primera mano la escasa calidad de las novelas anteriores, Lindelof y Cuse decidieron proponer a ABC un enfoque distinto para esta línea de productos licenciados (Manly, 2006). Como resultado, en el capítulo *The Long Con* (02/08/06), Hurley (Jorge Garcia)

encuentra entre los restos del avión el manuscrito de *Bad Twin*, una novela inédita de Gary Troup, un pasajero que había fallecido en una de las turbinas del Oceanic 815 durante el episodio piloto. La novela capta de inmediato el interés del personaje y, a continuación, el de Sawyer (Josh Holloway), quien no obstante se queda sin conocer el final porque, en *Two For the Road* (05/03/06), Jack (Matthew Fox) quema las diez últimas páginas del mismo manuscrito que Hyperion Publishing había puesto a la venta el día anterior.

La Fundación Hanso no tardó en publicar anuncios en periódicos e insertar en su sitio web comunicados de prensa desmintiendo la veracidad de la información que el lector pudiese encontrar sobre ella en *Bad Twin* y, por consiguiente, invitando explícitamente a los fans de *Perdidos* a leer el libro entre líneas y proyectar sobre él la misma forma de consumo activo de los episodios de la serie. Esta estrategia de marketing viral fue, en cualquier caso, reforzada con la aparición en distintos espacios de la Red de noticias en que se acusaba a la Fundación de haber retirado del mercado *The Valenzetti Equation*, un libro anterior de Gary Troup que explicaba la conexión entre los famosos números de la serie y las teorías sobre la extinción de la especie humana. Asimismo, mientras se sucedían las especulaciones sobre la identidad real y el significado del nombre del autor de *Bad Twin*, se difundieron en Internet fragmentos de entrevistas con él —interpretado por el actor Frank Torres— e, incluso, las cartas que había enviado a su editora australiana, Christine DeVries (Distefano, 2006; Lostpedia, 2010c).

A pesar de que, en realidad, *Bad Twin* contenía muy pocas pistas sobre la Fundación Hanso, la isla o la trama de la serie; la novela había despojado a *El código da Vinci* (2003) de la condición de libro más vendido en las listas de Amazon.com y *The New York Times* (Manly, 2006; Ward, 2006) sólo unos pocos días después de su publicación y, tal y como pretendían Lindelof y Cuse, había sido aceptado por los fans como parte esencial del primer ARG de *Perdidos*, *The Lost Experience*, planteado sobre la premisa de descubrir las actividades secretas de la Fundación Hanso mediante una compleja investigación colaborativa y multimedia en las páginas de la propia novela, los materiales sobre Troup en Internet, los sitios web y anuncios televisivos de la Fundación y los patrocinadores del juego, la intervención del portavoz de la Fundación en el *late-night show* de ABC *Jimmy Kimmel Live*, lugares reales de ciudades de varios países, y las webs de Rachel Blake, un personaje ficticio —interpretado por la actriz Jamie Silberhartz— que se presentó en el panel de *Perdidos* en la Comic-Con de San Diego de 2006 para acusar, con la complicidad de buena parte del público, a los guionistas y el reparto de la serie de encubrir las verdaderas actividades de la Fundación Hanso (Sitonamonkeydotcom, 2006).

Desarrollado de forma conjunta por ABC, el Channel 4 británico y el Channel 7 australiano; *The Lost Experience* fue lanzado entre el 2 y el 4 de mayo de 2006 en el Reino Unido, Estados Unidos y Australia y, sólo unos días más tarde, en la República de Irlanda. *The Lost Experience* se convirtió en el primer producto deliberadamente transmedia de *Perdidos*, el primero que incluyó la realidad de los espectadores dentro de la narración y, asimismo, el primero que se lanzó de forma (casi) simultánea a nivel internacional. El carácter altamente especializado de las habilidades y conocimientos exigidos en la resolución de varias de las pruebas (búsqueda

avanzada en Internet, lenguajes de programación, trigonometría, Photoshop, criptología, Morse, mitología o idiomas) y la disparidad geográfica de los lugares elegidos para llevar a cabo la investigación *real* reforzaron, por otra parte, el carácter comunitario, global y activo de lo que hasta entonces había sido la experiencia de consumo de culto de la serie.

El segundo ARG de *Perdidos*, titulado *Find 815*, se desarrolló en enero de 2008, se ambientó en la búsqueda del *verdadero* avión siniestrado y, aunque hizo también uso extensivo de estrategias virales, redujo mucho la dimensión colaborativa de *The Lost Experience* y las conexiones que éste había establecido entre realidad y ficción. El tercer y último ARG de la serie, *The Dharma Recruiting Project* se centró en la Iniciativa Dharma y tuvo una acogida bastante negativa por sus numerosos problemas técnicos, y el poco interés de la trama y los puzles que proponía al jugador.

Quizá a raíz del fracaso del *Dharma Recruiting Project*, la presencia online de la última temporada de *Perdidos* se centró en tratar de convertir a ABC.com en eje capitalizable de una comunidad 2.0 mediante el uso de herramientas como, por ejemplo, el *Episode Commentary*, con el que los usuarios podían añadir a cada episodio sus propios comentarios a los de los creadores; el *Fan Art Wall*, que permitía subir a ABC.com imágenes relacionadas con la serie, y la *Lost Fan Promo Contest*, un concurso patrocinado por KIA en que los usuarios podían utilizar un sencillo programa de edición de vídeo online y descargar clips de vídeo, imágenes y sonidos para crear un anuncio de 30 segundos del final de la serie (ABC.com, 2010; Seidman, 2010b).

De forma paralela, herramientas como los *Expert Commentaries*, que permiten ver los episodios con comentarios de, entre otros, los actores Michael Emerson y Daniel Roebuck, han aproximado la experiencia de consumo de los streams de *Perdidos* en el reproductor online a la del DVD y la televisión digital (Seidman, 2010c). Asimismo, al espacio de *Perdidos* en iTunes se añadieron en febrero de 2010 las *Lost Tracks*, seis EP recopilatorios de clásicos pop, rock y country con los nombres de Kate, Sawyer, Hurley, Locke, Charlie e Iniciativa Dharma que, de forma nada sorprendente, fueron promocionados como contenedores de información adicional sobre el carácter y las motivaciones de todos ellos (Gorman, 2010a).

A modo de conclusión, podemos decir que la andadura televisiva de *Perdidos* comenzó bajo la premisa de que, en el actual entorno de prime times decrecientes y pausas publicitarias no vistas, la audiencia *mainstream* norteamericana podría no ser suficiente para mantener en antena una serie con unos gastos de producción tan elevados y, por tanto, sin llegar en ningún caso a alienar a esa audiencia, resultaba imperativo construir y fidelizar otras audiencias alternativas. Como consecuencia, mientras el potencial de distribución internacional de *Perdidos* era incrementado mediante un reparto coral, unas tramas y unos escenarios que permitían el protagonismo de personajes de diversos países, idiomas y culturas del mundo; los creadores de la serie apelaban a la audiencia local y global de series de culto invitándola a resolver los complejos misterios de la serie mediante la investigación colaborativa de múltiples referencias intertextuales.

Aunque la audiencia *mainstream* no dejó de disminuir durante las seis temporadas de *Perdidos* y el incremento de las grabaciones en PVR dificultaron aún más la capitalización de las pausas publicitarias de sus emisiones en el prime time de ABC; las audiencias alternativas permitieron rentabilizar *Perdidos* mediante la venta internacional de derechos de emisión, la descarga de episodios en iTunes, el visionado de streams con publicidad en ABC.com, y la adquisición de cajas de DVD y productos licenciados. Al mismo tiempo, estas audiencias resultaron también fundamentales para que, a partir de octubre de 2005, *Perdidos* dejase de ser sólo una serie de televisión, y se transformase en una compleja y efectiva narrativa transmedia que, entre otras cosas, eliminó el problema de la identificación espectral al convertir la realidad del espectador/jugador en parte de su universo diegético, permitió el lanzamiento de innovadoras campañas de marketing viral y, en último extremo, revalorizó las propias pausas publicitarias de la emisión en prime time.

Referencias bibliográficas

Abbott, L. (2009) How *Lost* Found Its Audience: The Making of a Cult Blockbuster. Pearson, R. (ed.) (2009) *Reading Lost*. Tauris, Londres: 9-26.

ABC.com (2010) The Ultimate Lost Fan Promo Contest. abc.go.com/shows/lost/fan-promo-contest [Acceso: 06/20/10]

ABC Medianet (2005) Season Programs Rankings. *Press Releases*, 21 de junio, abcmedianet.com/web/dnr/dispDNR.aspx?id=062105_06 [Acceso: 06/19/10]

Anderson, C. (2004) The Long Tail. *Wired* 12.10, www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html [Acceso: 05/25/08]

Askwith, I. (2009) 'Do You Even Know Where This Is Going?' *Lost's* Viewers and Narrative Premeditation. Pearson, R. (ed.) (2009) *Reading Lost*. Tauris, Londres: 159-180.

Aumont, J. et al. (1993) *Estética del cine. Espacio filmico, montaje, narración, lenguaje*. Paidós, Barcelona.

BBC News (2006) CSI show 'most popular in world'. 31 de julio, news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/5231334.stm [Acceso: 07/31/06]

Brooker, W. (2009) Television Out of Time: Watching Cult Shows on Download. Pearson, R. (ed.) (2009) *Reading Lost*. Tauris, Londres: 51-72.

Burch, N. (1998) *Praxis del cine*. Fundamentos, Madrid.

Carter, B. (2006) Don't Touch that Dial. *The New York Times*, 29 de octubre, www.nytimes.com/2006/10/29/arts/televisio29cartn/.html [Acceso: 07/03/10]

Cuse, C. (2008) Why the producer of *Lost* is peeved at Nielsen. *Advertising Age*, 17 de abril, adage.com/brightcove/single.php?title=1507768859 [Acceso: 09/22/10]

Deans, J. (2010) *Lost* finale scheduled for 5am UK simulcast to beat web pirates. *The Guardian*, 20 de mayo, www.guardian.co.uk/media/2010/may/20/lost-finale-5am-uk-simulcast [Acceso: 05/20/10]

Distefano, D. (2006) *The Bad Twin*. Clues or Diversions? *Lost Online Studies* 1.3, loststudies.com.

com/1.3/bad_twin.html [Acceso: 09/24/10]

Dobrow, L. (2007) 'Lost' Producers Give Dobrow a Gift He Loves. *Advertising Age*, 20 de diciembre, adage.com/mediaworks/article?article_id=122748 [Acceso: 01/18/08]

Ernesto (2009) Top 10 Most Pirated TV-Shows of 2009. *TorrentFreak*, 31 de diciembre, torrentfreak.com/top-10-most-pirated-tv-shows-of-2009-091231/ [Acceso: 06/25/10]

— (2010) BitTorrent Download Record Shattered By Lost Series Finale. *TorrentFreak*, 25 de mayo, torrentfreak.com/bittorrent-download-record-shattered-by-lost-series-finale-100525/ [Acceso: 06/25/10]

Fritz, B. (2006) Guilds map deal for 'Lost'. *Variety*, 24 de abril, www.variety.com/article/VR1117941983?refCatId=14 [Acceso: 06/26/10]

Gorman, B. (2010a) Kate, Sawyer, Locke, Hurley, Charlie, And The Dharma Initiative Reveal Their "Lost Tracks" On Six Lost EPs. *TV by the Numbers*, 2 de febrero, tvbythenumbers.com/2010/02/02/kate-sawyer-locke-hurley-charlie-and-the-dharma-initiative-reveal-their-lost-tracks-on-six-lost-eps/40928 [Acceso: 02/02/10]

— (2010b) Lost Finale: \$900,000 For A 30 Second Ad. *TV by the Numbers*, 28 de marzo, tvbythenumbers.com/2010/03/28/lost-finale-900000-for-a-30-second-ad/46427 [Acceso: 06/27/10]

— (2010c) TV Ratings: Lost Finale Ratings Season High, But Not Epic, Celebrity Apprentice Finale Up. *TV by the Numbers*, 24 de mayo, tvbythenumbers.com/2010/05/24/tv-ratings-lost-finale-ratings-season-high-but-not-epic-celebrity-apprentice-finale-up/52163 [Acceso: 06/27/10]

Grainge, P. (2009) *Lost* Logos: Channel 4 and the Branding of American Event Television. Pearson, R. (ed.) (2009) *Reading Lost*. Tauris, Londres: 95-115.

Hapka, C. (2005) *Endangered Species*. Hyperion Publishing, Nueva York.

— (2006) *Secret Identity*. Hyperion Publishing, Nueva York.

Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press, Nueva York.

Johnson, D. (2009) The Fictional Institutions of *Lost*: World Building, Reality and the Economic Possibilities of Narrative Divergence. Pearson, R. (ed.) (2009) *Reading Lost*. Tauris, Londres: 27-50.

Keveney, B. (2005) TV hits maximum occupancy. *USA Today*, 8 de noviembre, www.usatoday.com/life/television/news/2005-11-08-ensemble-casts_x.htm [Acceso: 11/09/08]

Levin, G. (2009) USA Today is spinning the season ending DVR data. *USA Today*, 17 de junio, www.usatoday.com/life/television/news/2009-06-17-dvr-ratings_N.htm?csp=34 [Acceso: 07/01/10]

Lindelof, D. (2007) Mourning TV. *The New York Times*, 11 de noviembre, www.nytimes.com/2007/11/11/opinion/11lindelof.html [Acceso: 11/11/07]

Lostpedia 2010a Bad Twin. lostpedia.wikia.com/wiki/Bad_twin [Acceso: 10/12/10]

— 2010b Enhanced Episodes. lostpedia.wikia.com/wiki/Enhanced_episodes [Acceso: 10/12/10]

— 2010c Gary Troup. lostpedia.wikia.com/wiki/Gary_Troup [Acceso: 10/12/10]

- 2010d Jeffrey Lieber. lostpedia.wikia.com/wiki/Jeffrey_Lieber [Acceso: 10/12/10]
- 2010e Lloyd Braun lostpedia.wikia.com/wiki/Lloyd_Braun [Acceso: 10/12/10]
- 2010f Lost: The Missing Pieces. lostpedia.wikia.com/wiki/Lost:_Missing_Pieces [Acceso: 10/12/10]
- Manly, L. (2006) Running the Really Big Show: ‘Lost’ Inc. *The New York Times*, 1 de octubre, www.nytimes.com/2006/10/01/arts/television/01manl.html [Acceso: 10/01/06]
- Matlin, C. (2009) Want To Save Your Favorite TV Show? *The Big Money*, 14 de abril, www.thebigmoney.com/articles/impressions/2009/04/14/want-save-your-favorite-tv-show [Acceso: 10/12/10]
- McPherson, S. (2009) The Lostpedia Interview. Carlton Cuse & Damon Lindelof. *Lostpedia*, 17 de abril, lostpedia.wikia.com/wiki/The_Lostpedia_Interview%3ACarlton_Cuse_%26_Damon_Lindelof [Acceso: 10/13/10]
- Said, E. (1978) *Orientalism*. Vintage Books, Nueva York.
- Seidman, R. (2007) IVM Panel: Comscore’s Gian Fulgoni’s Full Responses. *TV by the Numbers*, 10 de septiembre, tvbythenumbers.com/2007/09/10/ivm-panel-comscores-gian-fulgonis-full-responses/748 [Acceso: 03/27/09]
- (2008) Lost’s lost viewers. *TV by the Numbers*, 30 de mayo, tvbythenumbers.com/2008/05/30/lost-lost-viewers/3978 [Acceso: 10/11/10]
- (2009) Why *Lost*’s Nielsen ratings struggles won’t matter much to fans. *TV by the Numbers*, 19 de febrero, tvbythenumbers.com/2009/02/19/why-losts-nielsen-ratings-struggles-wont-matter-much-to-fans/13075 [Acceso: 10/11/10]
- (2010a) Serialized dramas overwhelmingly top TV show DVD sales. *TV by the Numbers*, 1 de febrero, tvbythenumbers.com/2010/02/01/serialized-dramas-overwhelmingly-top-tv-show-dvd-sales/40666 [Acceso: 02/03/10]
- (2010b) 580,000 Started Streams of *Lost* Premiere on Wednesday; How Many Finished? *TV by the Numbers*, 8 de febrero, tvbythenumbers.zap2it.com/2010/02/08/580000-started-streams-of-lost-premiere-on-wednesday-how-many-finished/41400 [Acceso: 02/09/10]
- (2010c) Presents “Lost” With Special Expert Commentary From Michael Emerson (Benjamin Linus) *TV by the Numbers*, 15 de marzo, tvbythenumbers.com/2010/03/15/abc-com-presents-lost-with-special-expert-commentary-from-michael-emerson-benjamin-linus/45003 [Acceso: 03/15/10]
- (2010d) “Lost” Tops ABC.Com Viewing Again in February. *TV by the Numbers*, 19 de marzo, tvbythenumbers.com/2010/03/19/lost-tops-abc-com-viewing-again-in-february [Acceso: 10/12/10]
- (2010e) *Lost* Has Most Unique Web Viewers in May; American Idol The Most Streams. *TV by the Numbers*, 11 de junio, tvbythenumbers.com/2010/06/11/lost-has-most-unique-web-viewers-in-may-american-idol-the-most-streams/53883 [Acceso: 10/09/10]
- SiteMonkeyDotCom (2006) Rachel Blake at Comic Con. *YouTube*, 22 de julio, www.youtube.com/watch?v=QvVJNYZ5PuQ [Acceso: 12/06/10]
- Steinberg, B. (2010) Was ‘Lost’ Finale an Event? *Advertising Age*, 24 de mayo, adage.com/

mediaworks/article?article_id=144048 [Acceso: 05/25/10]

Timms, D. (2005) Britain becomes world leader in illegal TV downloading. *The Guardian*, 17 de febrero, www.guardian.co.uk/media/2005/feb/17/broadcasting.newmedia?INTCMP=SRCH [Acceso: 08/25/09]

Troup, G. (2006) *Bad Twin*. Hyperion Publishing, Nueva York.

Ward, D. (2006) Lost fans get lost as fiction within fiction becomes fact. *The Guardian*, 8 de mayo, www.guardian.co.uk/uk/2006/may/08/books.media [Acceso: 05/08/06]

Whitney, D. (2009) 'Lost,' 'SNL,' 'Grey's' Tops in Online Viewing, Nielsen Says. *TV Week*, 12 de febrero, www.tvweek.com/news/2009/02/lost_snl_greys_tops_in_online.php [Acceso: 12/03/10]

Wikipedia (2010a) 24 (TV Series). en.wikipedia.org/wiki/24_%28TV_series%29 [Acceso: 12/01/10]

— (2010b) Intertextuality. en.wikipedia.org/wiki/Intertextuality [Acceso: 10/07/10]

— (2010c) Recontextualization. en.wikipedia.org/wiki/Recontextualization [Acceso: 10/07/10]

Wilson, R.F. (2005) The Six Simple Principles of Viral Marketing. *Web Marketing Today*, 1 de febrero, www.wilsonweb.com/wmt5/viral-principles.htm [Acceso: 06/13/05]

Wyatt, E. (2007) Webisodes of 'Lost': Model Deal for Writers? *The New York Times*, 20 de noviembre, www.nytimes.com/2007/11/20/arts/television/20digi.html [Acceso: 11/20/07]

Young, S. (2009) Devotees delay 'Lost' passion. *Variety*, 28 de abril, www.variety.com/article/VR1118002941?refCatId=3606 [Acceso: 12/03/10]

Battlestar Galactica: When Being and Appearance Collide

Ellen Grabiner

Introduction

That war exists, has always existed, might be *the* fact that has caused humanity the most despair. From the Bible to Trajan's column, from *War and Peace* to *Guernica*, war has been painted, recounted, sculpted, dramatized. The arts have historically served as the polished shield of Perseus, allowing us enough remove that we might look into the horrifying face of the gorgon of war. When war is too terrible to take in, we turn to the expressive arts. When we can't find a way to handle the horrific-ness of the Holocaust, we might be able to take in something like the cinematically compelling *Schindler's List* or perhaps Art Spiegelman's *Maus*, where the perpetrators are cats and pigs, the victims of that horror, mice.

From *Princess Mononoke* to *Persepolis*, from Stanley Kubrik's *Full Metal Jacket* to Margaret Mitchell's *Gone with the Wind*, the litany of representations of war in art is far too extensive to catalog here. But yet, we are aware that art can mitigate, can help us to gaze upon the havoc wreaked by war. Whether this is a good thing or a bad thing is beyond the scope of this paper, but I think there is no argument that the arts can, and do, make war visible.

But what if we flip this question on its head and ask not what do the arts reveal about war, but instead "what can looking at war show us?" What does the container of war help us to see? For example, *Waltz With Bashir*—a relatively recent animated film about the repressed memories of an Israeli soldier – shows us not only the terror of the massacre of Palestinians at Sabra and Shatila in Lebanon, the strife of the war-torn middle east, but also points to our individual psychological resistance to looking at, and therefore really seeing, war.

The tragic, hopeless, endless war of the four and half season series *Battlestar Galactica* exposes raw humanity. The "Syfy" series – a remake of a short-lived relatively obscure 1978 series – takes off with the nuclear destruction of the planet Caprica at the hands of the Cylons, a "race," if you will, of sentient robots created by the human inhabitants of the planet. Forty years prior to the opening episodes of BSG, the robotic Cylons rebelled against their human creators and left Caprica, only to return in a more highly evolved form. Determined to wipe out humanity, as the scripted narration reminds us at the opening of each episode, "They had a plan." The only humans to survive the Cylon's nuclear attack were those already flying about aboard spacecraft. Led by the aged, ailing, about to be decommissioned Battlestar Galactica, 50,000 humans set off to find Earth, a mythical, lost colony, on which they believe that they will find a new home, with the Cylons in hot pursuit.

The series is visually gritty, with a riveting sound track, dynamic dialog, characters that elicit our concern, and a slow, thoughtful approach to editing that flies in the face of contemporary split-second splicing we have grown used to. The viewing audience reaps the benefits of a long-

term series that unfolds incrementally across a four-year period. In episode after episode, the spectator is graced with relationships that shift, develop or deteriorate, characters who grow and change, who die and, in some cases are resurrected. Richly layered meaning and referential depth is only possible because the series stretches out in and across time.

Producer Ronald Moore, charged with remaking the earlier, briefly aired TV series of the same name, was aware that the premise of the show, an apocalyptic genocide, had a very different resonance in the months following 9-11 than it did in 1978. Moore employed the framework of the new *Galactica* to address pressing post 9-11 issues including racial profiling, the lines between personal freedom and state security, the torture at Abu Ghraib, religious fanaticism, the struggles in the Middle East, to name a few. The long-term series frame of *Galactica* enabled Moore to develop characters with whom the audience was able to build relationships and then to place them in provocative situations, like being hostage to a hostile occupation or contemplating becoming a suicide bomber. These difficult situations inhabited by characters we feel close to, characters we imagine that we know, bring these issues to light in ways that demand debate, Moore believes, and it is this that he suspects is at the heart of the artist's task.

The extended war of *Battlestar Galactica* becomes Moore's Petri dish in which both the mundane issues that confront us, as well as some deeply profound philosophical issues, are nourished and abound. The men and women of the Galatica struggle, as do any members of any armed forces, with substance abuse, despair, suicidal tendencies, jealousy, shifting allegiances, romantic strife, Post Traumatic Stress Disorder, -- just what you would expect of characters trapped in an endless war, with no reinforcements expected and none ever coming. But emerging from this metaphoric battlefield are the deeper questions which war, by its close proximity to death, also underscores: questions of meaning, of morality, of home, of the soul, of what, ultimately, makes us human.

What makes a person?

The original Cylons, created by humans and affectionately dubbed Toasters by the crew of *Galactica*, appear to be machine-like. These Centurians are encased in a metallic skin; they are shiny silver with robotic, digitized, fingers and one, eerie, oscillating infrared eye. When they unexpectedly develop sentience, they rebelled against their human masters, and left the twelve planets. During their forty-year absence, the Cylons evolved – like cinematic descendents of *Blade Runner's* "Replicants" – they became virtually indistinguishable from humans. Early on in the current BSG series, they have infiltrated the crew of *Galactica* and no one is aware of their presence, including, in some cases, the Cylons themselves. These "skin-jobs," are programmed to think, act, feel, and in some cases, believe that they are, in fact, human. The juxtaposition of Cylons who look like machines and Cylons who appear as human as can be – who bleed, who feel pain, who make love, who give birth—begs the question of what inheres in humanity.

This question takes center stage and percolates over time as the series unfolds. When the

human crew of Galactica torture Cylon prisoners, when the human president of the colonies secretly steals a interspecies, human/Cylon baby away from her parents, leading them to believe that she is dead, or when the Cylon model Sharon/Athena, risks her life for her human fleet members time and time again, we are confronted with the issues of what makes us human, what makes us compassionate, what will we fight for, who will we die for.

Robert Arp and Tracie Mahaffey have explored the issue of what constitutes personhood in their essay, ““And They Have A Plan””: Cylons As Persons.” (Arp and Mahaffey, 2008: 55)

The person, Arp and Mahaffey insist, is one who is entitled to the rights and privileges of the society in which she dwells. While there is no question that women, children, slaves are all inarguably human, historically they have not always been granted the rights accorded to the person.(Ibid) Comparing this historical lack of personhood afforded to women and slaves, they make the case that simple humanness is not sufficient to establish personhood. But is the converse true? Could personhood status be afforded to a non-human?

Arp and Mahaffey delineate a definition of personhood that includes the ability to be rational and intelligent, to have robust mental states which include beliefs, desires, emotions and self-awareness; the ability to use language to communicate these states, be in relationships, and ultimately to be morally responsible for one’s actions as a free and autonomous being. (Ibid)

Again, the nature of the scope of the on-going series affords us abundant opportunity for examples of each of these attributes constituting humanity. Arp and Mahaffey clearly demonstrate that the Cylons more than meet these criteria. As episodes advance and events collude to blur the distinction between man and machine – a Cylon/human baby is born and raised by an interspecies couple, some Cylons band together with some humans against another group of Cylons, etc. – death becomes the final and defining human experience. Paralleling the life of the series as well, it is not until the final season that the Cylons embrace their finitude.

Previously, when the Cylon were destroyed, in whatever way their living was no longer sustainable, their consciousness was transferred into another of the same model — there were twelve Cylon models created and their were infinite clones of each — and they were resurrected with all their memories in tact in the new clone of their body. Except for the incident with Cylon model, D’anna. During the third season of Galactica, D’anna decides that she wants to experience death, and so, on a daily basis she orders on of the Centurians, the metallic versions of the Cylon, to shoot her in the head. Each time she resurrects into a new body, but all of the memories and experiences of the Number Three model of skin job Cylon, D’anna, is downloaded into this next body.

Brian Willems, in his essay “When the Non-Human Knows Its Own Death,” evokes Martin Heidegger in his look at D’Anna’s behavior. According to Heidegger, only humans, not animals, and certainly not cyborgs, are able to appreciate their finitude, are able to “anticipate or know the potentiality of its own nonexistence.” (Heidegger, 1996:229)

By wanting to experience that space between life and death, by wanting to understand the notion

of mortality, D'anna was deemed by her fellow Cylons as defective. By pushing into an arena hitherto belonging on to the human, she was in fact asserting her individuality. In response, the remaining Cylon skin job models agree to have her "boxed." There would be no further resurrection for her. She is informed by the Cylon model Cavil, that all her data – her memories, thoughts, wishes, dreams, "feelings," if you will – will be boxed, stored in some Cylon database, "indefinitely." (Willem, 2008: 87-98)

Ironically, by giving D'anna this heads up, Cavil inadvertently provides D'anna with the very real experience of confronting her own death. She knows that she will not be resurrected, has the opportunity to feel the fear, anxiety, curiosity, resistance to the notion that she will shortly no longer exist.

In this eternal life, except for the episode of D'anna, the Cylons had for the most part, no relationship with their own mortality. It is not until their resurrection ship is destroyed and they become what humans consider *mortal*, that Cylons in everyway embodied, as Arp and Mahaffey described it, a kind of personhood.

A Ball of Wax

After the destruction of their resurrection ship, the Cylons die, love, feel pain, are rational, use language, raising the specter of what it could possibly mean to be distinctly human. Series creator Moore claims that he saw *Galactica* as an opportunity to turn viewer assumptions on their heads. Showing us machines that sometimes demonstrate more capacity for love and compassion than their human counterparts, is one way that he achieves this. He also juxtaposes a monotheistic Cylon race with humans who paradoxically embrace a polytheistic religion reminiscent of ancient Greek and Roman mythologies. Moore's *Galactica* turns us around and upends many of our assumptions. A world in which robots appear human and humans react robotically provides the ground out of which the ontological figures of *appearance* and *reality* emerge in a new and perhaps startling way.

In order to appreciate the complexity of this issue, we need to return to its Cartesian origins. Since the Enlightenment, science and philosophy, too, have moved in the direction having as their goal, "to lay everything before us, to open it to our inspection." (Shapiro, 2003) On this view all we see and the ways we have come to think about what we see have become rigid. The notion of "metaphysics of presence" rests on the idea that what is standing before us is complete, visible, finite and unchanging. But this unchanging essence is not available to us through our senses. If we rely on our perception, we will be deceived. A classic example of this kind of thinking is Descartes' treatise on a piece of wax. In his Second Meditation he opens the discussion with a sensuous description:

It has been taken quite recently from the honeycomb: it has not yet lost all the honey flavor. It retains some of the scent of the flowers from which it was collected. Its color, shape, and size are manifest. It is hard and cold; it is easy to touch. If you rap on it with your knuckle it will emit a sound. (Ariew, 2000:110)

Descartes brings the piece of wax into relief by engaging all of our senses. But alas! he warns the reader, now, as he approaches a flame, already the qualities of the wax, which his senses had so accurately detected, are beginning to slip away. It is becoming softer, the hint of perfume is dispersing, its color and texture transform the warmer it becomes. He asks then, if none of what his senses had perceived initially is intrinsic to the wax – which is, he assures and perhaps we would agree, still wax even though it looks, feels, smells and sounds different – then what *is* this wax? He arrives at several conclusions. The first is that this wax cannot be its smell or feel or color, for these are transient and its “wax-ness” remains. His second conclusion is that since these apparent and impermanent qualities are perceived via the senses, that they cannot inform our understanding of “wax-ness.” He concludes that although he has an understanding of the wax as mutable and flexible, he realizes that his imagination is limited—he can’t possibly imagine all the combinations of shapes, colors and perfumes the wax *might* embody—his imagination is *not* up to the task of perceiving wax.

It remains then for me to concede that I do not grasp what this wax is through the imagination; rather, I perceive it through the mind alone...[T]he perception of the wax is neither a seeing, nor a touching, nor an imagining....[R]ather it is an inspection on the part of the mind alone.(Ibid: 111)

There are at least two problems with this kind of thinking. The first is the misconception that an object has an unchanging, timeless essence or nature. Why is it a problem that the wax is hard now and soft later? Unyielding now, malleable later? Can’t minds such as ours hold onto this concept that manifests gradations? Can our senses not cope with a shifting presence? Descartes addresses this query by suggesting much the same thing.

Perhaps the wax was what I now think it is: namely that the wax itself never really was the sweetness of the honey, nor the fragrance of the flowers, nor the whiteness, nor the shape, nor the sound, but instead was a body that a short time ago manifested itself to me in these ways, and now does so in other ways.(Ibid)

And we would have to agree that to have this idea of a thing that changes in appearance, odor, texture, is a cognitive function. It requires thought. But where we might challenge Descartes’ conclusion is that it is the province of mind *alone*. It is only *because* he has held it, smelled it, rapped it with his knuckle, put it to his lips, that he can now “step back” and cogitate its aroma, its texture, the sound it makes. It is when the mind and the senses work in concert, slip away hand in hand, like Nietzsche’s light and shadow, that we find understanding, that we make a meaning. To think a thing with qualities like color and aroma, we must have had an immediate experience of these things or trusted someone else’s immediate experience. Where I think Descartes errs is in clinging to the gap between appearance and reality, between thought and sense. He is convinced that the wax’s appearance is not “what it is.” He believes a thing has an essence which remains unchanging, and which does not appear to us. Since the wax clearly changes in all the ways he has so acutely observed, he suspects its appearance could not be its “reality,” but rather a deception.

There also exists a problem with Descartes’ conclusion that since he couldn’t imagine, in advance, all the myriad ways a ball of wax might “extend” itself, he therefore dismisses his imagination as

PREVIOUSLY ON

inadequate to the task. He may not, in fact, be able to predict its every behavior or how it might change in the bright light of the sun or after it has been molded to serve as a candle or cast into the shape of full lips and dyed red for a Halloween treat or trick. He certainly could never have envisioned the candle I have sitting on the back of



Figure 1 Wax, 20007

my toilet, pictured [here](#). He does not seem to want to take the time to look at the wax, to experience the shifting of its shape, the dispersal of its aroma, the heating up of its surface, the way it pools and then hardens in his hand as it cools. He wants to know, instead, that its wax-ness is something that he can rely on in heat or cold without ever having to bother to engage with it on the sensory level. He wants to be able to strip this substance down to its essence, which he believes is constant and unchanging and which, he can only perceive with his mind. He wants to separate, as if this were possible, this essence from its external qualities.

But indeed when I distinguish the wax from its external forms, as if stripping it of its clothing, and look at the wax in its nakedness, then, even though there can be still an error in my judgment, nevertheless I cannot perceive it thus without a human mind.(Ibid:112)

Descartes wants to extract the wax's appearance, aroma, and texture from its essence as if they comprised an overcoat that hides the true, naked wax. He wants then, to look at the wax's nakedness without seeing the wax!

In another, more appropriate example of Descartes' mistrust of his sensory experience, we have him at the window. In his *Mediations on First Philosophy*, Descartes stands at his window looking down at the crowds of people passing on the street below.

"I chanced, however, to look out of the window, and see men walking in the street; now I say in ordinary language that I 'see' them...[But] what can I see besides hats and coats which may cover automata?" (Descartes, 1641:245) Again, it is Descartes simple reasoning to lead him to assume that beneath the caps whose tops he is able to see, humans walk arm in arm down the

street discussing the weather, what they had for lunch. But since he can't literally see what exists beneath the head wear — he can't ultimately trust what he sees. As Anne Friedberg comments in her treatise on Descartes's window, "Descartes's meditation on the *mediation* of the window reveals an anxiety basic to the Cartesian premise: How does one distinguish between "man" and machine, automata without soul or consciousness?" (Friedber, 2006: 53)

Descartes is just the tip of a long philosophical iceberg that has separated "mere" appearance from "true" being, (Arendt, 1971) a tradition in which the very fact of an appearance suggests that there is something that is not appearance, something beyond, beneath, behind, or over and above appearance: the *metaphysical*.

The Recipient of Appearances

The philosopher, Hannah Arendt, however, approaches the appearance/reality problem somewhat differently from Descartes: she does not assume an unchanging presence, a single essential truth that defines and delimits the wax, for once and for all.

...[W]hen the philosopher takes leave of the world given to our senses and does a turnabout (Plato's *periagōgē*) to the life of the mind, he takes his clue from the former, looking for something to be revealed to him that would explain its underlying truth. This truth—a *lētheia*, that which is disclosed (Heidegger)—can be conceived only as another "appearance," another phenomenon originally hidden but of a supposedly higher order, thus signifying the lasting predominance of appearance. Our mental apparatus, though it can withdraw from present appearance, remains geared to Appearance. (ibid: 24)

Here Arendt is making the notion of "appearing" visible. In place of Descartes' solidified essence, we find instead movement; one that subsumes Plato's *periagōgē* that on its surface resembles Descartes' search: a turning away from the senses toward the mind. But instead here, we keep on turning. We keep turning toward what appears, toward our senses *and* toward our mind. "Appear-ing," an on-going process of disclosing, doesn't come to an end at the discovery of a discreet nugget of being. It has no limit, no ultimate frame, no stopping point. Instead of a "turning away," a simple shift of focus, from the senses which can't be trusted, Plato's *periagōgē* becomes more like a pendulum, elliptically swinging from mind to senses and back again, brushing up against all those points in between.

Descartes hoped to avoid being deceived by his senses. He wanted to know what would always be present for him, with certain edges, in black and white. Holding fast to this kind of essential truth impedes our engagement with the world and renders us blind to experience.

In applying Hannah Arendt's framework, however, which she developed in an opening chapter entitled "Appearance" in her book *The Life of the Mind*, the spectator of *Battlestar Galactica*, becomes the ultimate "recipient of appearances," (Arendt, 1971) and as such, is forced to rethink and revision the intersection of being and appearance.

This chapter is dense with her thinking, examining, and upending the classical dichotomy, “mere appearance,” versus “true being.” Initially, she establishes that what all things in this world have in common is that they “appear, and hence [are] meant to be seen, heard, touched, tasted, and smelled, to be perceived...” (Arendt, 1971: 19) “if there were no recipients of appearance,” she goes on, then “the word appearance would have no meaning.” (Arendt, 1971: 19) Bringing together the two poles of the opposition that so many have taken for granted she declares, “In this world which we enter, appearing from a nowhere, and from which we disappear into a nowhere, *Being and Appearing coincide.*” (Ibid: 19)

From the Inside Out

In Descartes bifurcation of what we sense and what that gives us to know, we find the seeds of our fear and mistrust of our sense experience. It is my contention that the in the dramatization of the humans’ relationships with the two varieties of Cylons – the Toasters and Skin-jobs – we may locate the echoes of Descartes’ warnings not to trust what it is that we sense.

Battlestar Galactica, however, won’t let us rest in that Cartesian comfort. In episode after episode we are poked and prodded to consider the relationship between being and appearance, between outside and in, and ultimately to ask ourselves what *does* it mean to be human, perceived and perceiving, and is it inside or out? Are the Cylons who appear more like humans than their Toaster Brethren, more human-like?

Drawing on the work of zoologist Adolf Portmann, Hannah Arendt reverses the entrenched, metaphysical hierarchy and in suggesting to us the value of surface, proffers a unique perspective. Like Descartes, many a scientist relies on a functional model. On this point of view we can rely on knowing that being reigns over mere appearance, and that an intrinsic life process is hidden beneath what we are able to sense. Portmann, in his intensive study of the animal kingdom turns this hypothesis on its head, shifting the argument to one that considers appearance is no longer “mere” or lesser but in fact necessary for whatever processes are occurring within the organism. (Ibid: 27)

It follows from Portmann’s findings that our habitual standards of judgment, so firmly rooted in metaphysical assumptions and prejudices –according to which the essential lies beneath the surface, and the surface is “superficial”– are wrong, that our common conviction that what is inside ourselves, our “inner life, “ is more relevant to what we “are” than what appears on the outside is an illusion; ... (Ibid: 30)

Portmann’s idea then, based on his examination of the animal kingdom, is that *our internal mechanisms are there to support our appearing in the world*, and not the other way around.

“...the predominance of outside appearance implies, in addition to the sheer receptivity of our senses, a spontaneous activity: *whatever can see wants to be seen, whatever can hear calls out to be heard, whatever can touch presents itself to be touched.* It is indeed as though everything that is alive – in addition to the fact that its surface is made for appearance, fit to be seen and meant to appear to others – has *the urge to appear*, to fit itself into the world of appearances by displaying and showing, not its “inner self” but itself as an individual. (Ibid: 29) (Emphasis added)

PREVIOUSLY ON

Portmann suggests that if we were to look at the infinite varieties in the ways in which humans appear, we would be astounded. And yet if we were to turn our attentions to our innards, if we could see what has been touted as essential, our organs, as they pump blood, digest food, remove toxic waste, perform the functions that sustain our lives, they would appear pretty similar. Perhaps slight variation in color or size, but a heart looks like a heart, no matter whose chest cavity it inhabits. Arendt sites another argument to support the plausibility of Portmann's theory.

She notes that our outer appearance, and in fact the bulk of the appearances of most of the animal kingdom are symmetrical and pleasing to the eye. Our innards, not so much. If our insides were out, we would all look more or less the same. If we examine the notion of the value of surface, we might contend that appearance expresses something unique, an outside revealing something about its inside. Yet here Arendt suggests that there is no expression—nothing from the inside being squeezed out to the appearance. Appearance simply expresses itself. (Ibid: 30)

Yet there is another problem with this paradigm. Yes it is true that our innards are organs, blood and tissue, but we also consider that our psychic life, our soul, if you will resides somewhere inside. And it is this that may be pushed out through the uniqueness of appearance.

The Cylons, believing that humanity has gone astray, take it upon themselves to exterminate the human race. Yet, paradoxically, when they evolve, they choose to inhabit bodies that, for all intents and purposes, are human. They choose to appear in every way, like humans. They chose skin and hair and breasts and muscle and fleshy outer ears, and fingernails and protruding noses. They have human voices and teeth and tongues and elbows. None of these choices are necessary to move in the world or perceive their environments, fight battles or pilot a starship. Yet the Cylons chose to appear in these very human ways, inside and out, perhaps to reveal their souls?

This strange and limiting choice is bemoaned by the Cylon Cavil in a clip from the episode, "No Exit." What follows is a transcript of that segment.

DEAN STOCKWELL, AS JOHN CAVIL, *BATTLESTAR GALACTICA*: In all your travels have you ever seen a star supernova?

KATE VERNON AS ELLEN, *BATTLESTAR GALACTICA*: No.

JOHN CAVIL: No? Well, I have. I saw a star explode and send out the building blocks of the universe: other stars, other planets, and eventually other life. A supernova. Creation itself. I was there. I wanted to see it and be part of the moment. And you know how I perceived one of the most glorious events in the universe? With these ridiculous gelatinous orbs in my skull. With eyes designed to perceive only a tiny fraction of the EM spectrum. With ears designed only to hear vibrations in the air.

ELLEN: The five of us designed you to be as human as possible.

JOHN CAVIL: I don't want to be human. I want to see gamma rays. I want to hear x-rays. And I want to smell dark matter. Do you see the absurdity of what I am? I can't even express these things properly because I have to conceptualize complex ideas in this stupid limiting spoken language. But I know I want to reach out with something other than these prehensile paws and feel the solar wind of a supernova flowing over me. I'm a machine. And I could know much more. I could experience so much more. But I'm trapped in this absurd body. And why? Because my five creators thought

that God wanted it that way.

While the Cylon god may or may not have wanted them that way, there is no getting around the fact that Cylons end up in these limited containers so that they “appear” human, so that they are perceived as human and this particular appearance presumes a spectator, that is also human. (Ibid: 19) The Cylons are programmed to feel pain, fear, anger, to bleed, and to experience love and desire. We must assume that they have learned this idea of humanity from observing the appearance of humans and for some reason, choose to replicate in every minute detail, this appearance.

Cavil’s dismay that his vision is limited by the gelatinous orbs he sees through, overlooks what his human experience of sight offers. There is something distinctly human in the interaction of light receptors on a retina and a visual cortex in a brain which interprets those signals based on a lifetime of visual experience; something other than what a spectrometer might measure. Here we might juxtapose the human capacity for perceiving the appearance of a super nova with the capacity of an instrument to measure it. Cavil mistakenly equates having more data with experiencing greater awe. Cavil’s awe at witnessing the supernova have been a simply a human response? If he had been able to record the entire EM spectrum, might it not have been simply a piece of recorded data? When Cavil yearns to feel the solar winds to see dark matter, to hear the exploding supernova, isn’t he in fact longing for a human, or even, animal, if you will sensory experience?

Yet Cavil’s questions are provocative. What is to be gained by appearing, in every possible way, human? As a machine, why not have the most sensitive instruments possible to measure gamma rays and solar fluctuations? Given the technology available to the Cylons, they might have created a robotic model that just looked human. A human skin covering all those instruments that Cavil craved. This certainly would have sufficed tactically, to camouflage the Cylons among the humans. Unless there is something more. Something about being embodied, something in what we humans feel, sense, know, through our human bodies that coincides with what it is that ultimately makes us human. Something without which, Cavil would not care about the limitations of his prehensile paws. The Cylon Skin-jobs’ human appearance is imbricated in their being. In spite of their robotic origins they have become sentient; they love, live, fight, and long, envy, as humans do.

In tandem to their human counterparts, the Cylons embark, in *Battlestar Galactica*, on a shared expedition to find a planet on which to settle, which they call home, the very concept itself, and the complex desire for which is expressly and uniquely, human. Or is it?

Works cited

Arendt, H. 1971, *The Life of the Mind*, Harcourt Brace.

———. “Thinking and Moral Considerations.” *Social Research* 38, no. 3 (Fall, 1971): 433-434.

PREVIOUSLY ON

- Anscomb E. and Geach, P.T. trans. and ed., 1954, *Descartes: Philosophical Writings*, Thomas Nelson and Sons.
- Ariew, R. 2000, *René Descartes: Philosophical Essays and Correspondence*. Hackett Publishing Company, Inc.
- Arp, R. and Mahaffey, T. 2008 “And they have A Plan”: Cylons as Persons,” in *Battlestar Galactica and Philosophy*, ed. Jason T. Eberl, Blackwell Publishing.
- Friedberg, A. 2006, *The Virtual Window: From Alberti to Microsoft*, The MIT Press.
- Heidegger, M. 1996, *Being and Time*, trans. Stambaugh, Joan, State University of New York Press.
- Shapiro, G. 2003, *Archaeologies of Vision: Foucault and Nietzsche on Seeing and Saying*. The University of Chicago Press.
- Willem, B. 2008, “When the Non-Human Knows Its Own Death,” in Eberl, Jason T., ed., *Battlestar Galactica and Philosophy*, Blackwell Publishing.

Global English: The proliferation of English varieties in American television series

Patrick Gill

It is no secret that a linguistic community's attitudes towards its perceived outsiders has a lot to say about its self-perception, its self-confidence, its identity. Thus it is that the habits displayed by national broadcasters with regard to the language varieties they employ can prove very telling indeed. In England, where – historically speaking – class has always played a more significant role than regional origin, Received Pronunciation (RP), an accent generally imposed by elite educational institutions such as the Universities of Oxford and Cambridge as well as the Inns of Court in London and the Church of England, held universal and uncontested sway over the airwaves until relatively recently: “Only in the 1960s was the policy of insisting on RP speakers on radio and television abandoned, and at about the same time the requirement of a prescribed and relatively homogeneous accent became relaxed also in the public schools and the Church of England” (Milroy, 2006: 188). As the following observation of Cran et al (1992: 21) demonstrates, this was by no means an unpopular decision forced on a reluctant public: “During the Second World War, the BBC tried to use well-known personalities with local accents, such as the Yorkshireman Wilfred Pickles, as newsreaders. The experiment was abandoned after listeners complained. During the 1960s and 1970s, however, rapid social change was reflected by a widening of the accent spectrum heard on BBC broadcasts”.

In the US, rather than the aspect of class, the predominant question of language varieties was concerned with another question altogether:

The bitter divisions created by slavery and the Civil War shaped a language ideology focused on racial discrimination rather than on the class warfare which erupted particularly fiercely in Britain in the early years of the twentieth century and remained evident during the tenure of successive Conservative governments between 1979 and 1997. In the United States, the need to accommodate large numbers of non-English speakers, from both long-established communities (such as Spanish speakers in the South West) and from successive waves of immigrants gave rise early in the history of the nation to policies and attitudes which discriminated against these speakers (Milroy, 2006: 204).

These vestiges of racial discrimination were especially noticeable in the “[m]edia images of Americans of African descent”, which “have usually varied from the blatantly to the latently racist” (Downing, 1988: 46).

However one may view these developments in Britain and the US, it should be clear that they serve only as background considerations in the context of the present essay. After all, these are discussions turned inwards, discussions concerning the use of language by each respective country's population. Current debates of standardisation and language use will inevitably have to address the national and cultural outsider, since this is the prime concern of the globalised world which we all undoubtedly inhabit. Implicitly, then, this debate on language varieties and their representation in television series will include or at least refer to ideas of linguistic communities as well as national stereotypes and their respective representation in television shows. Besides

discussing the sheer quantity of language varieties included in recent television series, the present essay will also endeavour to discuss the qualitative characteristics of their representation.

In order to conduct this discussion in as lucid a manner as possible, the present essay will proceed from a taxonomy of television series which categorises them according to the way in which they introduce language varieties. In this, it takes its cue from Brie's (2008) analysis of the basic formula underlying a classic of American television, *The Waltons* (1972-1981): "After establishing a sense of cozy normality, the narrative introduced some form of societal or interpersonal conflict which would bring disruption to Walton's Mountain. For the most part, this conflict was perpetrated by an outsider who would disrupt what was essentially a tight-knit, self-sufficient community".

While this may sound a rather old-fashioned and simplistic blueprint for a television show, it is still used surprisingly frequently in contemporary television, particularly in sitcoms. Other, more prescient categories can be developed from this basic outline, but shows of this simple structure will be the first to be considered here.

Intrusion

As in the constellation briefly outlined in the quotation above, the first category of the use of varieties of spoken English in American television series occurs when a show's small and usually relatively homogeneous main cast is augmented by the sporadic appearance of outsiders, which in the shows of most interest to the present essay, will be marked as outsiders by means of linguistic difference. This kind of intrusion is frequently orchestrated in many a television series in order to provide new impulses for story lines as well as new potential for conflicts. The most orthodox and conservative form of this phenomenon is to be observed in the classic sitcom format, which relies on a small cast and often has little or no series memory (cf. Thompson, 1996: 14), i.e. does not rely overly much on elaborate story arcs extending over several episodes, an entire season or even over several seasons. This allows additional characters to crop up for an episode or two without having to be integrated in any mid-term plans for the further development of the show.

Wherever the newly introduced stranger happens to be a speaker of a variety of English originating from outside the United States (or even of a variety of English originating from within the United States but markedly different from that spoken by the main cast), that variety will serve as a distinguishing feature employed to allow easy – and usually stereotypical – characterisation. Thus a man speaking with an Indian accent, for instance, will not put in an appearance in an episode of a sitcom simply because one occasionally encounters men with Indian accents in real life but because what is needed for some of the jokes in that episode to work is the audience's stock response in the form of commonly held prejudices about people of Indian origin. With its reliance on half-hour episodes, its constant need for new impulses to jolt its limited cast into action, and its freedom to introduce new characters without having to integrate them into a

longer story arc, the classic sitcom is of course the main format in which this particular use of language varieties is to be observed.

However, even sitcoms with a pronounced series memory will be happy to introduce speakers of foreign varieties for the exact same purpose. A widely known example to cite here would be Helen Baxendale's portrayal of the character of Emily in the fourth season of *Friends* (1994-2004), a sitcom famously featuring cliffhangers in season finales – a sure sign of a very strong series memory. Emily is an Englishwoman introduced in season four as Ross's love interest very much against the wishes of the audience who are still holding out for a reconciliation between Ross and Rachel. Rather typically in terms of the conventions of US television, Emily happens to come from the South East of England, thus presenting the audience with an accent that they can immediately recognise as "British" (even though it is really only spoken in a tiny portion of the British Isles). First and foremost, Emily's accent marks her as an outsider and both her pronunciation and her vocabulary provide a decent supply of jokes about the quaintness of perceived Britishisms. Beyond making her language different from that spoken by the main cast, however, the *kind* of accent she speaks evokes a stock response in the American audience, marking Emily as a haughty character imbued with old-world arrogance. This is especially visible in the appearances of her parents, portrayed by Tom Conti and Jennifer Saunders, both speakers of impeccable RP, even though Conti is of course Scottish.

Given her structural function as a potential wedge between the audience's dream couple of Ross and Rachel, Emily's character is bound to be perceived as unlikable to a certain degree. The fact that she is so clearly marked as a linguistic outsider as well as a speaker of a language variety usually associated with haughtiness and snobbishness, serves to reinforce that impression. Rather tellingly, Helen Baxendale would go on to star in English television series *Cold Feet* (1998-2003), where she played a character not entirely unlike that of Emily. Surrounded by a cast of other speakers of various varieties of English habitually encountered within the British Isles, she is far less of an outsider and became the audience's favourite, even if her character was somewhat ironically called Rachel.

The phenomenon that the linguistic outsider is introduced to a television series as an unwelcome intruder on the lives of the main cast is not restricted to comedy series, however. As a case in point, consider the character of James, portrayed by Jacqueline Bisset in the fourth season of *Nip/Tuck* (2003-2010). As in the case of the character of Emily in *Friends*, James's arrival on the scene of *Nip/Tuck* must be considered an intrusion on the show's regular cast, though it turns out to be of a much more sinister nature. An extortionist and trader in (illegally acquired) human organs, James is also characterised by her recognisably British accent – Bisset was born in Surrey and raised in Berkshire. Again, James's accent is used to emphasise her structural significance in relation to the main cast: James is evil, James finds ways of gaining power over her opponents, James is not only an outsider but a human being of a different order. The main cast may be prone to the occasional moral blunder – but however hard they might try, their moral

shortcomings will never reach a category comparable with the evil James habitually meddles in. Jacqueline Bisset is famously bilingual, having been raised by a francophone mother. Asking her to play James with a French accent, for instance, would thus have not represented an impossible challenge to her. But a French accent would have conveyed ideas of either sophisticated charm or innocent naivety, not that of emotional disengagement and icy arrogance.

As can be seen in the brief discussion of the characters of Emily and James, both comedy and drama series avail themselves of relatively brief appearances of characters marked as outsiders by their linguistic features, and they do so with a basic recipe in mind: mark someone out as different, give them a maximally dislikable accent, let their accent go along with common preconceptions regarding said accent. It may seem a bit simple to draw this universal conclusion from one comedy series and one drama series, but the phenomenon is well-nigh universal in American television series, as, for instance, the preposterous art teacher in season 6, episode four of *Monk* (2002-2009) and of course Ian Hainsworth, Susan's intermittent love interest in *Desperate Housewives* (from 2004) may serve to illustrate. The fact that British accents (or rather – approximations to RP) are used in these circumstances is certainly no coincidence. To American audiences (and increasingly to world markets for broadcasting rights and DVD sales), RP is felt to represent old-world snobbishness, arrogance and general snootiness. These characters, perhaps most memorably encapsulated by Joan Collins's portrayal of Alexis in *Dynasty* (1981-1989), are habitually brought on to threaten, bully or look down upon the main cast, with whom the audience's sympathies will inevitably reside.

A very interesting part to look at in this context is Lucy Davis's portrayal of Sara in *Reaper* (2007-2009). Sara can certainly be said to intrude on the show's main cast by convincing Ben to enter into a sham marriage with her in order to get her a green card. Despite her demure appearance, Sara remains a threatening presence throughout her run on *Reaper*, making it very hard for the gang to shake her off. Unsurprisingly, Sara is another native of the English South East, though rather tellingly her accent owes a lot more to Estuary English than to RP, thus conveying less authority and more eccentricism. Presented as an idiosyncratic and psychologically flawed character, Sara fulfils the role of the outsider to an admirable degree, but this is no mere cultural outsider – but rather someone operating outside the boundaries of common sense. Her accent may mark her as a linguistic outsider, but it doesn't categorise her as anything other than peculiar. It is her actions that turn her from a quaint character in the series to an actual threat. As will be seen at a later point in the present essay, this use of linguistic varieties can easily be integrated into another, and perhaps a more recent category of television series. Before considering these, however, the present essay will briefly look at another rather traditional approach to language varieties in television series.

Exposure

One domain in which linguistic variety has always been in evidence consists of television series in which the main characters, rather than being intruded upon, frequently venture out into foreign

cultural and linguistic contexts, where they are habitually exposed to terrible risks – as well as different languages and varieties of English. As workplace-based television shows go, espionage adventure series probably feature the highest rate of foreign language and foreign accent per screen minute. More or less recent examples of this phenomenon are the drama series *Alias* (2001-2006) and *Covert Affairs* (from 2010) as well as the distinctly comedic *Chuck* (from 2007). Since everyone will be familiar with the structural properties of this phenomenon (if not from these three series, then at least from, say, the *Bond* films), I will not spend any time dwelling on individual examples and summaries of episodes. I would, however, like to consider a few problematic points in order to illuminate the qualitative nature of the use of language varieties in this category of television series.

First of all, many espionage series are not only conspicuous for the number of English varieties on display but for the number of foreign languages they employ. It would appear that viewers of such series are much more tolerant when it comes to reading subtitles than American viewers of foreign-language films. These subtitles are, however, an entirely universal requirement as even native speakers of the languages in question will rarely manage to make much sense of what is being said, such is the circumspection of those casting the relevant roles and the respect afforded these languages in the average spy series. Mercifully, the subtitled sequences never last very long as eventually (and sometimes inexplicably) the conversation will inevitably switch to English. The cultural monocentricism at play in these instances will usually lead to the following sequence of events: the hero or heroine of the series will approach a foreign dignitary, operative, contact, or civilian and address them in their own native language. Having been trained by the very best, our hero or heroine will of course speak said language with no discernible accent whatsoever. The minute the conversation switches to English, though, their opposite number will of course be completely unable to match the hero or heroine's language skills and will invariably speak in a thick Russian, German, or Chinese accent.

As that last sentence intimates, the accents encountered in these shows are usually fairly predictable and are to be found to originate from countries which currently or historically can be recognised as hostile to American interests. As such, they are of course not to be considered varieties of the English language. The occasional variety of English on display in these series is typically enough a clear-cut RP, as in the case of Oregon-born actor David Anders in the role of Julian Sark in *Alias*, a role that – in purely linguistic terms – he would later revive in *Heroes* (2006-2010). In his *Alias* role he became a something of a cult phenomenon, in no small part owing to the mixture of charm and arrogance his accent in the role conveys. Despite Julian Sark's popularity among fans of *Alias*, the structural use of these accents in television series is much the same as that in those series labelled here under the phenomenon of *intrusion*: they mark antagonists as an indisputable “other” threatening the “self” of the homogeneous group of the main cast. As far as the phenomena described here as *intrusion* and *exposure* are concerned, American television series tend to remain true to tried and tested means of manipulating audience responses to those characters marked by means of linguistic difference.

As has been intimated at the end of this essay's previous section, however, there are also a number of television shows approaching the phenomenon of linguistic variety from a completely different angle, as the discussion of the next two categories will serve to illustrate.

Inclusion

The reason that Sara in *Reaper* should be considered an interesting example is that Lucy Davis manages to take on a relatively similar role (with rather more appearances) in *Studio 60 on the Sunset Strip* (2006-2007). Her accent remains the same, her role makes her slightly more demure and less eccentric but more importantly, she does not represent a problem or potential conflict brought to the quite extensive cast of central characters in *Studio 60*, she is a part of the entire *Studio 60* setup. What is also interesting about Davis's role in this series in the present context is the fact that while her accent may imbue her character with a certain mark of difference and may hint at a more variable back story, the exact reason why this particular character needs any conspicuous accent at all remains undisclosed.

One domain in which this question is answered much more easily is of course the sitcom, as the example of Oklahoma-born Nyambi Nyambi's character on *Mike & Molly* (from 2010) demonstrates. The role of Senegalese waiter Samuel – including the appropriate accent – is a frequent source of jokes from domains other than the ones the sitcom habitually taps, such as relationships and overeating. Comparing aspects of the main characters' lives with the goings-on in his native Africa, Samuel can add surprising perspectives to the show, the only drawback being of course that this will only work if the audience's most common preconceptions about life in West Africa are pandered to. This is not to say that Samuel is confronted with any prejudice on the part of the other characters, but for the comedy he is supposed to bring to the programme to work, he broadly needs to adhere to stereotypes and behave in line with commonly held preconceptions. A similar, though somewhat more integral role is that portrayed by London-born Kunal Nayyar on *The Big Bang Theory* (from 2007). The character of Dr. Rajesh Ramayan "Raj" Koothrappali is an integral part of that show's cast of geeky scientists working at the California Institute of Technology. His portrayal of an ambitious astrophysicist who is constantly nagged by his parents, frequently refers to common conceptions of Indian society and is far too shy to ever speak to a woman is somewhat mitigated by the fact that at least two of the other three main characters in the show are equipped with an equally stereotypical background: Sheldon is the Texan son of a devout Evangelical mother and thus occasionally serves to confirm the relevant stereotypes (though in the form of anecdotes rather than in his personal behaviour), while Howard still lives with his overbearing Jewish mother.

That foreign accents do not have to serve the purpose of identifying national or ethnic stereotypes even in the sitcom format is perhaps best illustrated by English actress's Jane Leeves's role *Hot in Cleveland* (from 2010). Again, her accent is of course conspicuous within the series, but it does not function as a mark to distance her from the rest of the cast and the vast majority of the storylines and jokes her character is involved with would work just as well without the accent, so

that its function is far less obvious than in the case of most other sitcoms and much more akin to the uses of varieties of English in a significant number of current drama series which include their speakers in their regular cast.

One case in point would be the character of Dr Robert Chase in *House* (from 2004), portrayed by Australian actor Jesse Spencer. Little is ever made of the fact that he is Australian, and neither his accent nor his nationality has any structural function for his role in the series as a whole. His nationality or accent are rarely cause for any humorous comments, so no comedy is derived from them. So in contrast to many of the examples discussed in the category of *intrusion*, there seems to be little reason why the role should have gone to an Australian (and an Australian allowed to speak in his own accent at that). The fact that the eponymous protagonist of the series is supposedly American but portrayed by an English actor is simply a rather surprising casting coincidence. One drama series in which this is not the case is *Lie to Me* (from 2009), in which the main character, psychologist Dr Cal Lightman, is portrayed by English actor Tim Roth. Lightman's back story involves oblique hints at working for British intelligence, run-ins with the IRA and a criminal past. As such, it contains elements which are familiar to American television audiences at least by name, but are exotic enough not to encourage close scrutiny by the audience so that it can be added to at will as the show continues. By and large, however, the show is rarely concerned with marking its protagonist out as different in terms of his cultural identity (though he is of course a deeply eccentric character).

As can be seen from these examples, the phenomenon labelled *inclusion* in the present context may occasionally have its origin in considerations of dramaturgy. However, these reasons are never quite as crass as the simple use of outsiders as stereotypical foreigners carrying conflicts into an otherwise peaceful and harmonious constellation of characters. Interestingly, this is a relatively new phenomenon belatedly mirroring what has long been a simple reality in urban America: that all over the country, many people speaking decidedly different varieties of English are to be encountered in all manner of professional and social contexts. Given that this has been the natural situation ever since the founding of the United States, it is astonishing that American television series got by with such a severely limited scope of accents, that they only recently seemed to have cast off their linguistic homogeneity. It is primarily in historical drama series reflecting earlier stages of American history, such as in recent examples *Deadwood* (2004-2006) and *Boardwalk Empire* (from 2010), that linguistic variety is accepted as a given.

One final subcategory of linguistically inclusive television series consists of a relatively small number of shows but is all the more interesting in cultural terms. These are the shows availing themselves of what I would describe as *knowing inclusion*. That is to say that these shows exploit commonly held preconceptions regarding various accents to such a degree that they implicitly challenge such notions, thus calling into question the audience's attitude with a knowing wink. Thus Canadian culture and linguistic idiosyncrasy (especially in the form of Canadian raising) are frequently made fun of in *How I Met Your Mother* (from 2005). The way these ideas of

Canadianness are presented, though, namely predominantly in the form of cast member Robin Scherbatsky (played by Canadian actress Cobie Smulders) and her former career as teenage pop sensation Robin Sparkles, is so exaggerated that the audience cannot simply sit back and find their prejudices about Canada and Canadians quietly confirmed. Instead, the extreme exaggeration invites a reconsideration of national stereotypes and stereotyping. A similar case can be observed in the character of Rita Leeds (played by Charlize Theron) in *Arrested Development* (2003-2006). The very fact that said character lives in a fictional British quarter of Orange County named “Wee Britain” should suffice to demonstrate the exaggerated nature of the series’ portrayal of ostensible Britishness. As a double reflection of cultural and national stereotypes, Wee Britain even has an American-themed restaurant in which the British staff put on American accents and serve what they think of as typically American food. A third case in point does not so much play on the audience’s prejudices but rather on the audience’s ignorance: after all, the exchanges that New Zealanders Jemaine and Bret are frequently exposed to at the hands of their American interlocutors in *Flight of the Conchords* (2007-2009) serve to highlight not Americans’ prejudices regarding New Zealand but the simple fact that no one in the US seems to know anything at all about that country. Another character that could, perhaps somewhat charitably, be seen in this light is that of Hiro Nakamura, played by Masi Oka in *Heroes* (2006-2010). As a character near-eponymous with the series’ title, Hiro embodies much of its main characteristics, down to its fascination with comic-book culture. With regard to his being Japanese, Hiro’s portrayal is so clichéd as to border on the ridiculous. His English (whenever he is forced to speak it) is of course the heavily accented and well-nigh rangeless language easily and unthinkingly associated with the supposedly culturally insular Japanese. His personal attitude towards work and his family’s overbearing ambitions for him frequently clash. Rather typically for mainstream expectations of Japanese culture, Hiro is an avid reader of comics and thus the only one of the heroes to have spent any time thinking about super powers before discovering his own. In a series that features many a non-American character and is not generally conspicuous for its constant insistence on superficial stereotypes, Hiro is the one clear-cut exception. Since he provides much of the comic relief on offer in *Heroes*, his role could be seen as a knowing inclusion in the sense described above, were it not for the fact that the show in which he features belongs to a different category of television series altogether.

Fusion

The phenomenon of globalisation in all its manifold forms has resulted in “a new world-space of cultural production and national representation which is simultaneously becoming more *globalized* . . . and more *localized*” (Dissanayake and Wilson, 1996: 1). The series discussed thus far predominantly proceed by favouring the local and defining intrusions from the outside as a conservatively represented “Other”. Even spy shows consciously pointing out the existence of global networks, threats and alliances more or less stick to this recipe. As has been demonstrated, a number of series also manage to introduce foreign language varieties as a natural, though oftentimes unremarkable part of their everyday settings. The past decade has, however, also seen the rise of a limited but influential number of shows eschewing this easy classification and

confronting the global head on. They do so by choosing the global, even if in the case of *Lost* (2004-2010) the basic recipe seems to consist of bringing together a global cast in a closely defined locality. The many flashbacks and parallel storylines do however make sure that the show reflects a truly global concern. Before looking at this series and its quantitative as well as qualitative use of language varieties, however, the present essay will look at another show employing a comparable wealth of English varieties, *Heroes*.

As a show about people all over the world discovering that they have supernatural powers, *Heroes* is practically forced to feature a global cast and global settings. Where in previous decades, premises like that of *Heroes* were given the caveat that everything out of the ordinary that ever happens, happens on American soil (think UFO sightings and the like), *Heroes* follows the path of an escalation of cast and setting. From the Englishman Claude – played by Christopher Ecclestone and named after Claude Rains, the English actor who starred in *The Invisible Man* in 1933), to the Indian researcher Dr Muhinder Suresh (played by Chicago-born Sendhil Ramamurthy), from David Anders's appearance as Adam Monroe to the siblings Maya and Alejandro Herrera (played by Dania Ramirez and Shalim Ortiz), from Hiro (discussed above) to the Haitian (Jimmy Jean-Louis in what happens to be no big speaking role, admittedly), *Heroes* offers a veritable panorama of nationalities and languages. Even the most minor and ostensibly unremarkable aspects of this escalation of cast and setting are of significance in the present context. So when Peter Petrelli (Milo Ventimiglia) finds himself stranded in Ireland, he encounters people who have Irish accents not because they need to represent some preconception that people have about Ireland but because Ireland happens to be as real a part of the world portrayed in *Heroes* as any other.

As a show about people in possession of supernatural powers, *Heroes* certainly is under little obligation to be particularly realistic in the general sense of the term, but where matters of language and national identity are concerned, it has a structural interest in avoiding the exploitation of language varieties for cheap effects. The global domain in which these characters struggle as exceptional individuals will not allow their language to become the mark of a stereotypical collective identity.

In many ways, much the same can be said about *Lost* (2004-2010). The premise of the show is that of the crash of an international airliner, so of course the cast could be expected to include non-US nationals. If that had been the sole reason for not producing the show with an all-American cast, however, the series creators would have found ways around this. As will be seen, the international cast of *Lost* is thus not a structural necessity and burden on its creators but one of their chief desiderata. Of course, *Lost* also features a number of RP speakers and may thus be thought to exploit those phenomena related to said accent as they have been discussed above. However, it is conspicuous that this accent predominantly occurs in minor characters or in those in which the effect of stereotypes may be intended, such as Charlotte Lewis (from Essex, played by Rebecca Mader from Cambs) and Penny Widmore (London-born Sonya Walger).

Elsewhere in the series, British characters are given much more distinct accents that avoid the typical preconceptions. Thus, Desmond Hume (Henry Ian Cusick) is given a Scottish accent, perhaps because he is named after Scottish philosopher David Hume. Charlie Pace (Dominic Monaghan) on the other hand is given a Manchester accent, perhaps to make him recognisable as an enfant terrible rock star. After all, in terms of British bands finding fame in the US, Charlie's band is obviously modelled on Oasis (and his brother is called Liam). By focusing on a regional variety rather than sticking to RP, *Lost* manages to avoid those preconceptions typically associated with the latter variety.

Among the non-native speakers of English, *Lost* follows a route similar to that generally taken by *Heroes*, as Nigerian, French, Korean and Iraqi accents are used to mark where characters are from rather than what they are like. In both *Heroes* and *Lost*, then, individual characters are mostly equipped with accents to make the point that everyone is connected to everyone else, no matter how far apart they have lived in the past. Conveying this idea of global interconnectedness should be seen as one of the major ambitions of these shows. That this is not an automatic result of having an extensive cast can be demonstrated by means of a quick look at *Desperate Housewives*, a show that harbours no such ambitions and yet is the only network show with an even bigger cast than those of *Lost* or *Heroes*.

Conclusion

It is of course easy to ascribe this gradual development from a fairly conservative concept of intrusion via a no less traditional idea of exposure towards inclusion and fusion to the abstract and well-nigh indefinable phenomenon of "globalisation". One very obvious example of this is the simple fact that there are now more non-US actors working in the centres of American TV production than ever before and that they simply bring their native accents to the screen. While this may be true to a certain extent, the overwhelming evidence would point in another direction. After all, Oxford-born Hugh Laurie in *House* and Sydney-born Yvonne Strahovski in *Chuck*, Essex-born Stephen Moyer and Canadian-born New Zealander Anna Paquin in *True Blood* (from 2008) as well as fellow New Zealander Alan Dale in *The OC* and *Lost* have all been cast in roles in which they have to adopt new accents. Conversely, an American like David Anders had his most famous roles adopting a British accent, so that the idea of the simple availability of foreign actors as a cause of an increase – both quantitative and qualitative – in foreign accents on American TV is a contributing factor at best.

Since those series most conspicuous for their internationalist agenda (purely in terms of accents, of course) were produced during the Bush presidency (2001-2009), a strongly romanticised liberal point of view might suggest that film and television makers were out to promote an alternative world view to the one of absolute cultural and political hegemony in those years, but this would be difficult to prove without express utterances by decision-makers to this effect. At the very least, however, the inclusion of language varieties in domestically set American television shows

for purposes other than easy characterisation and adherence to commonly held preconceptions points to a belated recognition that the grand idea of the Melting Pot does not necessarily have to entail complete linguistic (and implicitly cultural) assimilation. Those shows representing speakers of non-American accents as average Americans in everyday situations without going out of their way to exploit stereotypes may simply try to redress a conflict at the heart of American language culture: that “the United States is inherently a multicultural and multilingual nation” on the one hand, but that it has historically been characterised by “an ideological focus on monolingualism and assimilation” on the other (Milroy, 2006: 193).

Less romantically, perhaps, one could argue that TV goes where the money is. And the money is not just to be found in gross viewing figures, it is in certain demographics, the most important of which seems to be that of young, urban and affluent viewers. And members of this key demographic will in the course of their education or their working lives have encountered speakers of different varieties of English. The world they are thus shown on television is simply gradually becoming more like the world they already know. Another unashamedly pragmatic aspect to be considered here is the way in which the marketing of American TV series has evolved. With global broadcasting rights as well as DVD sales and downloads as well as peripheral marketing at stake, the realistic depiction of foreign nationals and accents has simply become a matter of self-interest for the US entertainment industry. An expanding international audience capable of speaking (and more importantly: understanding) English means an increasing interest in the original versions and a willingness to forego the hitherto common institution of dubbed series. Under these circumstances, the presentation of national stereotypes may be acceptable to an international audience in the context of brief appearances in sitcoms and possibly in the roles of unadulterated villains. As soon as any kind of identification is required, however, there is little more alienating than a one-dimensional character with a terrible accent purporting to come from your home country.

That the past decade has seen the rise of many an interesting, challenging and ultimately entertaining television series of exceptional quality is without undoubted true. That economic factors may have contributed and will continue to contribute to this is a relative certainty. The integration of language varieties into American television series has taken an interesting turn in that decade, offering up paths previously untrodden. That the use of RP speakers as authoritarian snobs will continue in some contexts is beyond doubt. Equally, French accents will continue to be used in order to variously convey ideas of seductiveness, innocence or sophistication. African, Caribbean and Indian Englishes will continue to be exploited in order to provoke lowest-common-denominator responses on the part of American TV audiences. The past decade has, however, given us a taste of an entirely new and much more interesting way of representing global English on television. And while economic factors and national prejudice are fairly likely to play a part in TV productions for the foreseeable future, it is to be hoped that this will one day also be said of those strategies variously described in the present essay as *inclusion*, *knowing inclusion* and *fusion*: the realistic representation of language varieties for the sake of representing a shared

humanity and a fascinating human diversity.

Works cited

- Brie, S. (2008) "The land of lost content: Living in the past with *The Waltons*", *Americana: The journal of American popular culture*, vol. 7, no. 2, http://americanpopularculture.com/journal/articles/fall_2008/brie.htm
- Cran, W., McCrum, R. and MacNeil, R. (1992) *The story of English*, London: Faber.
- Dissanayake, W. and Wilson, R. (1996) "Introduction: Tracking the global/local", *Global/local: Cultural production and the transnational imaginary*, ed. W. Dissanayake and R. Wilson, Durham: Duke University Press, pp. 1-20.
- Downing, J.D.H. (1988) "The Cosby Show and American racial discourse", *Discourse and discrimination*, ed. G. Smitherman and T.A. Van Dijk, Detroit: Wayne State UP, pp. 46-73.
- Milroy, L. (2006) "Standard English and language ideology in Britain and the United States", *Standard English: The widening debate*, ed. T. Bex and R.J. Watts, New York: Routledge, pp. 173-206.
- Thompson, R.J. (1996) *Television's second golden age: From Hill Street Blues to ER*, New York: Continuum.

La amenaza de *los otros*: la configuración del enemigo de las series de televisión a través de la teoría de la propaganda

Víctor Hernández-Santaolalla

Introducción

Por lo general, puede considerarse que la ficción, ya sea literaria, cinematográfica o televisiva, es fruto del contexto socioeconómico, político e histórico en el que se crea, por lo que resulta conveniente con el fin de comprender mejor el contenido de la misma, analizar el momento espaciotemporal en el que fueron concebidos sus argumentos. En este sentido, no cabe duda de que los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001 con los que prácticamente se inauguraban el siglo XXI, significaron un punto de inflexión en la historia no sólo de Estados Unidos, sino del mundo Occidental en general. Los tradicionales enemigos de la estabilidad nacional pasaban a ser invisibles, a difuminarse y erigirse como una amenaza incontrolable que envolvía a la población en un clima de terror y desconfianza, de modo que ante la incertidumbre de quién es realmente amigo y quién enemigo, solo una posición era posible: dudar de todos.

Estos nuevos valores, como no podía ser de otra forma, comienzan a plasmarse en las diferentes creaciones artísticas, y especialmente en el terreno audiovisual, de modo que aquellas historias en las que un enemigo prácticamente invisible atemoriza la paz y la libertad de los individuos llenan con frecuencia la pequeña y la gran pantalla. Si, como afirma Sara Martín, frente a la tradicional lucha entre villano y héroe, en el siglo XX este último “es a menudo perseguido por todo un sistema de poder en lugar de por un solo individuo maléfico” (2002: 152), en el siglo XXI esto se lleva al extremo, pues ahora el villano se mimetiza en el entorno del héroe. El enemigo se vuelve irreconocible, inidentificable, lo que obliga a dotarlos de una entidad tangible que permita a los héroes y heroínas actuar para frustrar sus planes. En este sentido, el presente trabajo parte de la idea de que la construcción que se hace de estos enemigos, ya sean visibles o invisibles, en las series de televisión contemporáneas, es semejante a la que realiza la propaganda, lo que se intentará demostrar haciendo un repaso por algunos de los títulos de más éxito de los últimos años, no sin antes anotar algunos apuntes teóricos que servirán de marco de referencia posterior.

Estrategias propagandísticas y objetivos de poder

El primer paso, antes de poder hablar de las técnicas y recursos que utiliza frecuentemente la propaganda es preguntarse por la naturaleza de dicho término, uno de esos vocablos “maltratados” por la historia y que hoy día sigue siendo usado erróneamente, asociándose a la capacidad de manipulación de determinados dirigentes y, por supuesto, de los “todopoderosos y temidos” medios de comunicación; una confusión que puede hacer pensar que todos los discursos mediáticos son de alguna forma propagandísticos, cayendo así en una especie de pan-propagandismo en el que si todo es propaganda, nada lo será (Huici, 2010: 50). En este sentido, resulta de especial relevancia la aportación de Antonio Pineda, quien tras realizar un exhaustivo repaso por diferentes definiciones que se han establecido sobre la disciplina,

concluye que “el elemento explicativo que va a servir para distinguir a la propaganda es el poder” (2006: 79), siendo la ideología, elemento que tradicionalmente había servido para diferenciarla de otras actividades, un simple instrumento para su consecución (2006: 228). Por lo tanto, no es que los mensajes propagandísticos no tengan carga ideológica, sino que esta “no existe *per se* sino en función de un objetivo de poder” (Huici, 2010: 52). En este sentido, la propaganda no sería tanto un qué se transmite como un por qué, pues al fin y al cabo, el contenido puede ir variando a lo largo del tiempo y el espacio, pero el fin del uso de estos –la obtención o mantenimiento del poder– siempre estará presente. La doctrina que difundan los diferentes emisores carecerá por tanto de real relevancia, ya que simplemente es un medio para un fin mayor, recayendo la importancia en las propias estrategias persuasivas y en las técnicas que se utilizarán para obtener el beneplácito de los receptores. En resumen, ante la imposibilidad de definir la propaganda por su contenido doctrinal, la única forma de discernir si se está o no ante un ejercicio propagandístico es el objetivo que persiga.

Al respecto, Jean Marie Domenach ya había afirmado que la “propaganda es polimorfa y cuenta con recursos casi ilimitados” (1986: 48), por lo que no es posible confinarla a una serie de fórmulas o leyes funcionales. No obstante, dirá el autor, el uso que de ella hicieron comunistas y nazis permite extraer una serie de medidas que si bien no funcionarán como normas absolutas, sí que pueden servir de guía para el estudio de la actividad propagandística, recogiendo así cinco reglas básicas: 1) de simplificación y del enemigo único, 2) de exageración y desfiguración, 3) de orquestación, 4) de transfusión y 5) de la unanimidad y del contagio. Según Domenach, la propaganda debe ser lo más simple posible, ya sea a través del uso de eslóganes y símbolos (recursos sencillos que evocan, a su vez, toda una serie de ideas y significados previamente definidos), ya sea a través del elogio o rechazo de personas concretas. “Concentrar en una sola persona las esperanzas del campo al cual se pertenece o el odio que se siente por el campo adverso es, evidentemente, la forma de simplificación más elemental y beneficiosa” (1986: 54). Así, al igual que se enaltece la figura del propio líder, un dirigente único y supremo, también resulta mucho más beneficioso enfrentarse a un único contrario cada vez, y mejor aún si es posible reconocerlo con nombres y apellidos, pues los “hombres prefieren enfrentar a fuerzas visibles más que a fuerzas oscuras” (1986: 55), de modo que se sentirán más cómodos luchando contra una persona física, visible y tangible.

La ventaja de esta individualización del enemigo es doble. Por un lado, se concentran todos los esfuerzos en acabar con un único objetivo cada vez, concentrando “el tiro en un solo blanco durante un período dado” (1986: 54), y por otro, no se les pone a los aliados en la tesitura de tener que acabar con hombres y mujeres que bien podrían ser sus semejantes, sino que se les brinda la oportunidad de salvar a un colectivo de “inocentes” que permanecen engañados por un malévolo dirigente que los utiliza y no se preocupa por ellos, y que si son despertados de su trance no dudarán en ponerse del lado de los “buenos”, es decir, de su lado. Respecto al primer beneficio, cabe recalcar que si hay algo que nunca va a faltar son enemigos, de modo que cuando desaparece el adversario endemoniado “se debe buscar otro villano o supervillano

que concentre la atención de la población y, sobre todo, que infunda el miedo suficiente para que el pueblo deje las manos libres a sus gobernantes y sus decisiones” (Huici, 2010: 83). En otras palabras, cuando se acaba con un objetivo, es necesario buscar y pasar al siguiente, atacando siempre “a individuos o pequeñas fracciones, nunca a masas sociales o nacionales en su conjunto” (Domenach, 1986: 55), al menos propagandísticamente hablando. Asimismo, siempre que se pueda, se intentará recoger a esos pocos enemigos reconocibles en una misma categoría, forzando la homogeneización, con el fin de concentrar aún más el odio hacia ellos.

A grandes rasgos, la estrategia de construcción de la imagen del bando enemigo no dista demasiado de la que se lleva a cabo para configurar la imagen del propio bando. Así, si para construir el propio “equipo” se apela al sentimiento de pertenencia y a aquellos rasgos que comparten todos los miembros del grupo con el fin de que sientan que son un todo unido y que deben luchar por el bien de la comunidad, para configurar la imagen de los “otros” se hablará de aquellos rasgos definitorios que, reales o inventados, permiten identificarlos como un ente grupal único, obviando las diferencias entre ellos, pues eso podría hacer pensar que son seres humanos, con sus propias características o incluso semejantes a nosotros. En este sentido, cabe hablar de la técnica del *grupalón*, término del novelista Kurt Vonnegut que Pratkanis y Aronson (1994) retoman para designar la inclinación de los individuos a constituirse en grupos con los que comparten principios y creencias, y que deberán configurarse siempre en contraposición al temido y peligroso mundo exterior, de forma que se cree una identidad del *nosotros* opuesta a la de los *otros*. En esta configuración del *grupalón* cobra una especial importancia la teoría del “punto ciego” de Daniel Goleman (1997), que a grandes rasgos podría traducirse como la imposibilidad, o mejor dicho, la falta de interés en ver lo que se tiene justo delante, y que no es otra cosa que una estrategia de autoengaño, que permite pasar por alto los errores, crímenes o atrocidades cometidos por el propio grupo, pues, al fin y al cabo, *nuestra bondad* y *nuestra integridad* nunca pueden ser puestas en entredicho, y si a algún individuo se le ocurre dudar y cuestionar las acciones de sus *semejantes* siempre puede ser tachado de traidor, y proporcionarle su merecido castigo. En palabras de Laura J. Rediehs, “como somos buenos, incluso aunque nuestras acciones puedan parecer a veces tan horrendas como las del enemigo, se encuentran, de hecho, justificadas” (2003: 203), y si no, siempre se puede culpabilizar de su inevitabilidad al enemigo. Para la autora:

En este panorama del bien contra el mal, lo único que hace falta para mantener la bondad es *no pretender* matar a gente inocente y *sentir remordimientos* si se da la casualidad de que lo has hecho. Entonces, lo que está mal de que muera gente inocente no son sus muertes en sí, sino las actitudes y los sentimientos de quienes les mataron. Por tanto, resulta fácil justificar acciones que conducen a la pérdida de vidas inocentes: semejantes acciones están justificadas si las personas responsables de dichas acciones poseen los *sentimientos* correctos (2003: 204).

En síntesis, hay que tener en cuenta que la propaganda se va a configurar en base a términos opuestos, presentando la realidad según valoraciones dicotómicas y definiendo unas palabras en relación a otras en función de la ideología dominante (Llorente, 2003: 62). Dentro de este

profundo maniqueísmo, todo será negro o blanco, correcto o incorrecto, bueno o malo, lo que, por un lado, descarta la posibilidad de matices, y por otro deja patente la existencia de un contrario, de forma que todo villano tendrá su héroe, y por cada aliado que luche a nuestro lado, tendremos un enemigo al que combatir. Como señala Huici:

La instigación de posturas maniqueas induce a las personas a amar u odiar sin atenuantes ni matices: si el enemigo es el mal absoluto, nada más lógico que odiarlo completamente; si nuestro líder conjuga en sí todas las virtudes y los valores positivos imaginables, lo natural no es sólo seguirlo, sino amarlo e idolatrarlo incondicionalmente. Demonización e idolatría son, al fin y al cabo dos aspectos del mismo fenómeno que la propaganda viene incitando desde hace siglos, de modo que los hombres sólo vean bichos o dioses en lugar de simples humanos” (2010: 91).

La clave está en presentar al enemigo como la misma encarnación del Mal, que por extensión llevará a reconocer al propio bando como el equipo del Bien, y al líder del mismo como un auténtico héroe (o incluso un dios) salvador. Así, será tarea del propagandista, a través del uso preciso de la imagen y el lenguaje, delimitar la posición de cada individuo y los colectivos a los que pertenecen. Como recoge Naief Yehya, “el propagandista debe conocer las palabras clave capaces de estigmatizar o de activar reacciones populares. Los términos que tienen un significado preciso en el tiempo y el espacio son convertidos en epítetos inflamatorios y en adjetivos insultantes, como *bolchevique, fascista, comunista, racista o terrorista*” (2003: 41). En definitiva, cuestiones filosóficas aparte acerca de la naturaleza bondadosa o maliciosa de los seres humanos, resulta plausible pensar que, por lo general, un individuo no acabará con la vida de otro semejante si no tiene una “excusa” para ello, de ahí la importancia de no reconocer al que está enfrente como otro individuo, sino como un ser despreciable, que no forma parte del género humano y que concentra todas aquellas características asociadas al bando enemigo y, en grado superlativo, al líder de los mismos. En resumen, mientras el sujeto no vea al otro como un semejante, será capaz de disparar; sin embargo, si un gesto o acto del otro le revela que es también un ser humano, despertará de su letargo.

Sin embargo, ¿qué ocurre cuando el enemigo no es fácilmente reconocible? ¿Cómo se puede luchar contra una amenaza invisible? Ya se ha hablado de las ventajas de identificar y delimitar la naturaleza del enemigo, pues cuanto más concreto sea, cuanto mejor se pueda reconocer, mejor se podrán concentrar los esfuerzos para destruirlo. Sin embargo, si bien el individuo teme al monstruo visible, del que puede esconderse, pero al que puede atacar, temerá aún más a un ente al que no puede ver ni oír, que se muestra imparable ya que no se le puede encontrar y cuyo potencial para causar el mal es aún mayor. El hombre tiene miedo de lo desconocido, aquello que no puede identificar ni delimitar, y más aún si piensa que puede estar a su lado. Como afirma Innerarity, el “miedo de los amenazados es expresión de una absoluta inseguridad, tanto mayor cuanto menos identificable es el enemigo”, lo que puede paliarse con la determinación de este último, lo que insta a los gobiernos a dirigir “toda la atención hacia un enemigo reconocible”. Sin embargo, en el siglo XXI, en tanto que los enemigos “no están más allá de los límites, sino en medio del mundo contra el que luchan” son prácticamente invisibles

(2004: 74-75).

Este temor a lo desconocido, al mal que está entre nosotros, pero que no podemos verlo, entronca con el espíritu del contexto actual, caracterizado por la sensación de riesgo y vulnerabilidad de los individuos. En este sentido, ahora resulta más difícil que nunca identificar realmente quién es el enemigo porque al fin y al cabo, cualquiera podría serlo. El terrorismo, según Daniel Innerarity, ha saboteado “todas las distinciones” y ha convertido “la enemistad en algo absoluto” (2004: 74). De esta forma, solo una noción sigue estando clara, *nosotros no somos los malos*. Es una estrategia parecida a la que recoge Magdalena Cueto, cuando afirma que no hay nada “más fácil, al hablar del Mal, o lo que consideramos malo, que contraponerlo a nuestra idea de Bien, o de lo que consideramos bueno” (2003: 61). Nosotros sabemos que no somos malos, por lo tanto, todo aquello que se aleje de la norma de nuestro grupo, todo aquello que se reconozca como extraño o diferente, será malo o, al menos, sospechoso. El mal es una noción que “contiene ambigüedades y provoca miedo” (Rediehs, 2003: 195); “un concepto cambiante” (Beck, 2008: 305), que por una estrategia de simplificación acabará definiendo al extranjero, pero no a nosotros mismos o a nuestros vecinos. Zygmunt Bauman, por su parte, introduce la misma idea cuando habla de la comunidad frente a la sociedad en general, pues mientras la primera se muestra como “un lugar acogedor y confortable” y, en definitiva, seguro, en el exterior hay que estar constantemente alerta, “vigilar con quién hablamos y quién nos habla, estar en guardia en todo momento” (2003: 7-8). En el contexto actual, donde nadie se siente realmente seguro se desconfía de aquellos que están alrededor, y sobre todo de los extraños, a los que se reconoce como “la amenaza encarnada”, la personificación de “esa inseguridad que acosa nuestra vida” (2003: 170). Así, ante la dificultad de encontrar el origen de dicho mal, nada más fácil que echarle la culpa al otro, al *extranjero*, una estrategia por la que el individuo “se absuelve a sí mismo y a la vez se arroga un poder” (Beck, 2008: 305), preservando su integridad al tiempo que desdeña la del que es diferente.

La idea sería, por tanto, sumir a los individuos en una situación de constante amenaza, donde el peligro se presenta pero no se visualice realmente, con el fin de crear un entorno de inseguridad, para, en un segundo paso, culpar de esa situación a uno de los potenciales enemigos, haciendo ver, de esta forma, que si se acaba con dicho contrario, se podrá volver a una situación de paz y libertad. Para crear esa imagen del enemigo como representante del Mal cualquier estrategia es válida, desde inventar ejemplos de barbaries y atrocidades cometidas por el bando contrario, más efectivas cuanto más inocente sean las víctimas, como ejemplifica el caso de las incubadoras de Kuwait, promovido por la agencia de relaciones pública Hill & Knowlton en octubre de 1990 (Pizarroso, 2005: 127), hasta el uso de ambigüedades lingüísticas que conduzcan a identificar a los terroristas como aquellos que hacen terrorismo (Collins, 2003: 255), y el Mal como la obra del enemigo.

Algunas notas sobre el villano en la ficción

Al igual que ocurre en la realidad, los villanos de la ficción son definidos como tales, por lo

general, por oposición al héroe de la historia; sin embargo, en tanto que dicho héroe lo único que pretende es salvaguardar la integridad del contexto en el que se sitúa, defendiendo su pueblo, país o planeta del ataque de posibles enemigos que puedan dañarlo a ellos o a sus habitantes, el villano sería presentado como un perturbador de la paz y la libertad. En este sentido, Klapp (1954) afirmaba hace ya más de medio siglo que si bien el héroe es admirado o aclamado por obtener ciertos méritos o logros inusuales, los villanos, en tanto que llevan a cabo acciones inmorales como consecuencia de su maldad intrínseca, son rechazados y repudiados, tratándolos como enemigos de la sociedad y del bien, en general. En otras palabras, si el héroe es el defensor del pueblo, el villano es el ofensor cuyas acciones originan diferentes situaciones de crisis que el primero debe superar. Una vez más, por tanto, la forma más fácil de definir al personaje malvado es contraponiéndolo a las buenas acciones y a la moral intachable del héroe. El mismo autor, en un artículo posterior, realiza una tipología de villanos estadounidenses, concluyendo que la configuración de estos responde a diferentes categorías de desviación social (1956: 340).

Por su parte, para Sara Martín el villano entraría en la categoría de monstruo anti-social, en la que también estarían los asesinos psicópatas, con la diferencia de que si bien estos últimos obtienen el placer a través del contacto con sus víctimas, “el primero comete sus crímenes, casi siempre sin ni siquiera mancharse las manos de sangre” (2002: 150), utilizando la muerte como un medio para alcanzar un fin mayor, a saber, “el poder, centrado en la posesión de dinero o del mando, bien en una organización criminal o en los órganos de gobierno de una nación donde la democracia no funciona” (2002: 151). De esta forma, mientras que el asesino psicópata se contenta con la posición de poder que ocupa frente a la víctima y a los cuerpos de seguridad, “el villano aspira a conseguir un poder más estable, sea como sirviente o como amo del aberrante sistema político-social que él ayuda a establecer o mantener” (2002: 150). Vuelve a aparecer aquí, por tanto, el concepto de poder del que ya se había hablado cuando se definía cuál era la finalidad de la actividad propagandística.

En cuanto a su representación, la autora llama la atención sobre la influencia que tuvo *El príncipe* de Maquiavelo en la configuración del comportamiento que debía seguir el villano mortal, comparándose, desde entonces, con el propio diablo, hasta el punto de que el villano y el Diablo se convertirán en “dos caras de la misma moneda, siendo el villano una encarnación del mal que solía atribuirse a la influencia del demonio” (2002: 151). Asimismo, el villano contemporáneo suele conservar ciertas características del aristócrata malvado de la novela gótica del siglo XVIII, ya que, aunque actualmente carecen de condición nobiliaria, sí que suelen “acumular grandes riquezas” y “tener gustos refinados” (2002: 153). Para finalizar, Martín señala que, sobre todo en la ficción *made in* Hollywood, los villanos suelen ser extranjeros, dejando claro “que el *Otro* siempre es percibido como una amenaza para el héroe, un blanco americano de extracción social media con quien se identifica el público” (2002: 154), y que se erige como auténtico guardián de la estabilidad sociopolítica del país y, prácticamente, del Universo.

Resumiendo, el villano de la ficción va a presentarse como un personaje con cierto status económico, que ocupa una posición privilegiada para cumplir su objetivo de obtención o, en su caso, mantenimiento de poder, y que va a estar representado frecuentemente por extranjeros, o al menos, por individuos que no gozan de las características básicas que comparten los hombres y mujeres del contexto en el que transcurre la acción. Asimismo, para que pueda ser considerado un verdadero villano deberá llevar a cabo actos fuera de la ley y la moral, aunque por lo general no ejecutará personalmente las acciones, y en definitiva, realizar abominables acciones para que sea visto, a los ojos del resto de personajes y de los receptores como auténticos demonios, herederos del Mal en la Tierra.

Una vez puntualizados algunos de los tradicionales recursos utilizados por la propaganda para configurar la identidad del enemigo, así como ciertas normas a tener en cuenta en la construcción del villano en la ficción, a continuación se hará un repaso por diferentes series televisivas contemporáneas de éxito con el fin de corroborar la correspondencia entre ambas actividades. En definitiva, se trata de comprobar si en dichas series aparecen los tres elementos que se han destacado hasta ahora, a saber, 1) una situación de conflicto marcada por la inseguridad de un colectivo de “inocentes”, fruto de la amenaza de alguna fuerza invisible; 2) la existencia de dos bandos contrarios que puedan identificarse como buenos y malos, respectivamente, y 3) la posibilidad de concreción de la culpabilidad de las acciones del segundo grupo en la figura de un líder carismático que será representado como la encarnación del mal.

La representación del enemigo en las series de televisión contemporáneas

Desde series bélicas como *Hermanos de sangre* (*Band of Brothers*, HBO, 2001), *The Pacific* (HBO, 2010) o *Generation Kill* (HBO, 2008), donde el propio contexto –la Segunda Guerra Mundial en las dos primeras y la Guerra de Irak en la tercera– ya presupone la existencia de un enemigo, hasta aquellos otros programas ficcionales con personajes sobrenaturales donde estos, en tanto que seres extraños, son atacados y deben ser aniquilados, las series televisivas contemporáneas suelen fijarse en términos de lucha de contrarios. Así, por ejemplo, dentro de las series con seres sobrenaturales, más allá de *Buffy cazavampiros* (*Buffy the Vampire Slayer*, The WB, 1997-2001; UPN, 2001-2003), o su *spin off* *Ángel* (*Angel*, The WB, 1999-2004), donde el conocido vampiro al que le fue restaurada su alma se instaura en Los Ángeles como detective privado para luchar contra fuerzas demoníacas protegiendo así a los hombres y mujeres que lo necesiten, cabe destacar las británicas *Demons* (ITV, 2009), en la que desde el primer capítulo se deja claro que el hecho de que no se vea a los monstruos por la ciudad no significa que no exista la amenaza, y que de nada sirve poner nombres a dichas criaturas sobrenaturales, sino que simplemente hay que clasificarlas y golpearlas sin dudar, o *Being Human* (BBC Three, 2009-), en la que un vampiro, un hombre lobo y una fantasma que comparten piso, intentan pasar como seres humanos y así poder vivir en sociedad. De esta forma, se hace patente la posibilidad de que seres sobrenaturales habiten entre los hombres y mujeres de la sociedad sin ser vistos –algo a lo que contribuye el antropomorfismo que caracteriza a estas criaturas inhumanas (Hermida, 2010)–, amenazando así la estabilidad de la comunidad, por lo que habrá

que acabar con ellos a no ser que renuncien a sus condiciones extraordinarias o, en todo caso, que las usen para el beneficio de la propia humanidad, luchando para ello, si fuese necesario, contra los de su misma especie u otras análogas.

Van a considerarse como enemigos todos aquellos que sean diferentes a nosotros, o lo que es lo mismo, aquellos cuyas características le impidan pertenecer a nuestra comunidad, lo que requiere, por tanto, la creación de un *grupalón* (Pratkanis y Aronson, 1994). Una de las series que mejor muestran esta construcción del grupo es *Hijos de la Anarquía* (*Sons of Anarchy*, FX, 2008-), donde la supervivencia del club de moteros al que pertenecen los protagonistas es más importante si cabe que la vida de cada uno de sus integrantes. Aquí el enemigo, si bien está mejor definido, también está más diversificado, lo que a veces da lugar, no obstante, a ciertas confusiones sobre la autoría de los crímenes cometidos. De esta forma, los SAMCRO (acrónimo de Sons of Anarchy Motorcycle Club, Redwood Original) tendrán que enfrentarse, en primera instancia, al resto de “tribus” del lugar –los Mayans, los Calaveras, los Niners y los Nords–, aunque no dudarán en hacer diferentes alianzas con sus líderes –Álvarez, Salazar, Laroy y Darby, respectivamente– cuando sus objetivos lo requieran. Asimismo, aparte de estas bandas, los Hijos de la Anarquía tendrán que lidiar con otras organizaciones como el IRA, la Liga de Nacionalistas Americanos y, por supuesto, los federales, los cuales también contarán, como no podía ser de otra forma, con sus propios “representantes”, o mejor dicho, con sus propias figuras visibles que encarnarán todos los peligros de dichos colectivos. Al mismo tiempo, en la serie destaca la fuerte jerarquización que existe en las diferentes bandas, donde el presidente y el vicepresidente son prácticamente intocables, así como la naturaleza democrática de la toma de decisiones, ya que todas las medidas importantes que tiene que tomar el club son previamente sometidas a votación entre los diferentes integrantes del mismo (excepto los novatos), aunque si dicha elección no es del total agrado del presidente, puede llegar a ser obviada bajo su propio criterio. El grupo permanece por encima de todo, a pesar de las atrocidades que pueden llegar a cometerse entre los miembros del propio club, como el asesinato de la esposa de Opie a manos de Tig (ambos miembros de SAMCRO), quien se confunde de víctima al querer acabar con su “hermano” por considerarlo un traidor. En este sentido, cobra importancia el punto ciego del que hablaba Goleman (1997), ya que todo es perdonado si es por el bien del grupo, o lo que es lo mismo, todo queda justificado por la necesidad de preservación del club.

Pero, como ya se ha indicado, la trama de las series televisivas contemporáneas ya no se fija en función de un conjunto de héroes y villanos claramente reconocibles que están en constante lucha para que los “malos” no puedan obtener el ansiado poder, preservando así la estabilidad de la nación, del planeta o incluso del universo. Ahora los argumentos son más complicados y los personajes más difusos, pues frente a esos antagonistas que desde el principio el espectador podía reconocer como tales, ahora aparecen una serie de personajes cuya naturaleza moral (e incluso humana) solo queda clara a raíz de sus propias acciones. El ejemplo más claro de esta nueva tendencia se puede encontrar en las diferencias que existen entre la primera versión de la serie *V* (NBC, 1983-1985), y su reinvención (ABC, 2009-), pues si bien en la primera

la Tierra era “visitada” por una serie de lagartos del espacio exterior con aspecto humano, fácilmente reconocibles por sus voces distorsionadas y uniformes rojos, la última presenta un mundo en el que en el momento que las naves aparecen, ya hay muchos Visitantes integrados en la sociedad, aprendiendo las costumbres y hábitos de los hombres y mujeres de la Tierra y ganándose su confianza, a la espera de que llegara la orden de atacar.

El problema, por tanto, está claro: la nueva resistencia, con la ayuda de la Quinta Columna (sector de los Visitantes que difiere de las ideas de los de su especie y luchan contra ellos para la preservación de la humanidad) lo tendrá mucho más difícil para acabar con la amenaza alienígena, porque ni siquiera pueden estar seguros de si aquel que le está guardando las espaldas es realmente un ser humano o un monstruo del espacio, al menos lejos de su dirigente Anna, la cual, a semejanza de Diana en la serie original, va a ser la responsable final de las acciones de los Visitantes, erigiéndose como el verdadero enemigo al que hay que combatir. Asimismo, cabe destacar cómo en la nueva serie se da menos importancia a la naturaleza reptil de los extraterrestres, apareciendo escasas escenas en las que se vea su verdadera piel, pues al fin y al cabo lo importante no es que sean lagartos del espacio, sino que no son como nosotros, no son de los nuestros, y sus planes sólo pueden llevar a la destrucción de la vida tal y como la conocemos. De hecho, frente al malévolos plan de Diana y los Visitantes originales que pretendían robar todo el agua de la Tierra, el objetivo de los nuevos “forasteros” parece ser apoderarse del planeta, aniquilando para ello a la mayoría de la humanidad, a la cual mantienen vigilada a través del R6, una especie de medicamento que inoculan a los seres humanos con la excusa de inmunizarlos contra diferentes enfermedades.

Otra de las series que recientemente han sido reinventadas, pues al igual que la anterior tiene ciertas diferencias con respecto a la serie original, es *Battlestar Galactica* (Sci-Fi Channel, 2004-2009). Aquí los enemigos de la humanidad siguen siendo los Cylons, pero a diferencia de los originales, ya no fueron creados por reptiles, sino por los propios hombres, de modo que ya no se trata realmente de un exterminio del *otro*, sino de una especie de parricidio, la necesidad de independizarse del propio creador, como dos de ellos comentan en el segundo capítulo de la primera temporada. En resumen, *Battlestar Galactica* vuelve a mostrar cómo la supervivencia de la sociedad permanece amenazada por una serie de contrarios que si bien no pertenecen al género humano, poseen un aspecto que les permite infiltrarse entre ellos, lo que impide saber quién es amigo y quién enemigo en la guerra. Destacan, al respecto, las primeras frases que aparecen al principio de cada capítulo, que pone en alerta al espectador sobre el peligro de estos enemigos cibernéticos:

Los Cylons fueron creados por el hombre. Se rebelaron. Evolucionaron. Parecen humanos. Y se sienten como humanos. Algunos están programados para creer que son humanos. Existen muchas copias. Y tienen un plan.

Por su propia estructura organizativa, los Cylons, al igual que ocurría con los Visitantes que ya residían en la Tierra, pueden compararse con células terroristas, y en concreto con Al Qaeda

como mantiene Toni de la Torre, para quien si bien la primera “adaptó su idea básica para crear una metáfora del miedo al otro que nos es desconocido y hacer una alegoría de los recelos de la sociedad occidental después del 11-S” (2001: 258), *Battlestar Galactica* se preguntará sobre qué acciones se deben llevar a cabo “para recuperar la seguridad perdida tras los atentados de las Torres Gemelas” (2010: 27). Inseguridad y amenaza son constantes en ambas series, así como la posibilidad de que sean los propios humanos quienes, engañados por el maligno, traicionen a los suyos, lo que obliga a permanecer constantemente alerta para no separarse del sendero por el que camina la sociedad. De esta forma, si bien en *V* hay ciertos hombres y mujeres que ayudan a los alienígenas creyendo en la bondad y en la paz que proclaman, en *Battlestar Galactica* esta posibilidad queda representada en el Doctor Gaius Baltar, quien como el Conde Baltar de la serie original ayuda a los Cylons, pero que a diferencia de este no es tan consciente de su acto y se presenta como un ser enigmático cuya identidad moral no está clara.

En este intento de generar un clima de desconfianza y de sensación de una amenaza invisible, pero constante, es frecuente utilizar términos ambiguos y demasiado generales para denominar al bando contrario. Ejemplo de ello son los Visitantes de *V*, los Otros de *Perdidos* (*Lost*, ABC, 2004-2010) o la Compañía, nombre con el que se designa a la sociedad secreta que desea acabar con los protagonistas de *Prison Break* (Fox, 2005-2009), pero también a los de *Héroes* (*Heroes*, NBC, 2006-2010). De esta forma, a la par que se crea un nombre con el que abarcar a todos los enemigos posibles, incluso aquellos que ni siquiera han oído hablar de dichos colectivos, se difumina la presencia del mal, de modo que cualquiera puede ser un enemigo real o potencial. Así, por ejemplo, los Otros (o los Hostiles, como también son conocidos) de *Perdidos* no serviría para nombrar exclusivamente, al menos en principio, al grupo liderado por Ben Linus, sino que identificaría a todos aquellos que no pertenecen a la propia comunidad (término con el que en una ocasión Hurley denomina al colectivo de supervivientes). De esta forma, para los tripulantes del vuelo 815 de Oceanic Airlines, los Otros serán todos aquellos que no iban en el avión, del mismo modo que para Rousseau, que ya estaba en la isla cuando el accidente, los Otros serán todos menos ella, dejando así patente la dificultad para fiarse de todo sujeto extraño. Así, como reconoce Regazzoni, “los otros son siempre otros *para* alguien (para algún otro), es decir según un cierto punto de vista” (2010: 57), y al fin y al cabo, para *nosotros*, los *otros*, siempre serán representados como una amenaza, un peligro del que hay que escapar o al que hay que eliminar. Todo dependerá del prisma con el que se observe la realidad, y aunque al espectador reconozca en los supervivientes a sus semejantes, para Ben Linus, como le dice a Michael, ellos “son los chicos buenos” (temporada 2, capítulo 24).

Los Otros se muestran como una sociedad enigmática y misteriosa (los susurros en mitad de la selva parecen avisar de su presencia, aunque en la última temporada se descubrirá que, en realidad, esos sonidos son las voces de los fantasmas atrapados en la isla); una especie de amenaza invisible, que todo lo ve y todo lo oye y que está esperando el menor despiste para atacar, de modo que cuando aparecen solo hay tres opciones posibles: correr, esconderse o morir, como afirma Rousseau (temporada 1, capítulo 23). No obstante, aunque originalmente

se muestran como una especie de tribu, llevando largas barbas y ropa harapienta, lo cierto es que son personas normales que residen en una especie de apacible barrio residencial. En este sentido, si bien al principio podrían parecer como una manada de animales que intentan proteger su territorio, el espectador se va dando poco a poco cuenta de que en realidad están perfectamente organizados y jerarquizados, lo cual puede significar una amenaza aún mayor por lo insólito de la situación, pero que, al fin y al cabo, los acerca aún más a hombres y mujeres corrientes de una urbe cualquiera.

En realidad, no existen demasiadas diferencias entre los supervivientes y los Otros, como puede comprobarse en las acciones llevadas a cabo por cada grupo, incluso en las más atroces como pueden ser los actos de secuestro o de tortura. Cierto es que los Hostiles parecen tener cierta predilección por el rapto de niños y mujeres (sobre todo si están embarazadas), lo que permite presentarlos como auténticos monstruos, pero no es menos cierto que algunos de los supervivientes, con la ayuda de Rousseau, tuvieron encerrado contra su voluntad a un falso Henry Gale. Asimismo, cabe destacar que tanto los supervivientes como los Otros, e incluso la propia Rousseau, llevan a cabo actos de tortura, y de hecho se dice abiertamente que Sayid era torturador de la Guardia Republicana iraquí. La diferencia radica por tanto en que en la isla tanto Rousseau como Sayid lo hacen prácticamente por supervivencia, y con anterioridad este último por necesidad pero prácticamente contra su voluntad, mientras que los Otros lo hacen para llevar a cabo su maquiavélico y enigmático plan. Una vez más, las acciones quedan justificadas si los sentimientos son los correctos.

A medida que avanza la serie se puede ir comprobando que a parte de los Otros, los supervivientes deberán irse enfrentando con otros enemigos, como el magnate Charles Widmore, y en la última temporada el “hombre de negro” (también conocido como el “monstruo” o el “humo negro”). Así, al final de *Perdidos* puede comprobarse cómo la rivalidad entre buenos y malos pasa a ser una auténtica lucha entre el Bien y el Mal, donde este último estará representado por un ser cuyo nombre (Samuel) es desconocido por casi todos, pero cuyos actos le preceden y que se presenta en la isla bajo la forma de uno de los más carismáticos supervivientes, John Locke, con la idea de reunir a una serie de acólitos que le ayuden a conseguir su objetivo de acabar con su hermano Jacob y cualquiera de sus posibles sucesores, para lo que no dudará en mentir y hacer falsas promesas. Samuel se erige en *Perdidos*, al igual que antes lo hiciera Ben Linus, como el arquetipo de líder maquiavélico, cuyos métodos no importan con el fin de conseguir cumplir su plan, por lo general relacionado con la obtención de una importante parcela de poder y que posee tras de sí a un grupo de secuaces que, engañados o conscientes de la finalidad de sus actos, contribuyen a la consecución de sus objetivos. Ejemplos parecidos pueden encontrarse en el resto de series: Anna de *V*; Jonathan Krantz, alias “El General”, de *Prison Break*; Daniel Linderman, Bob Bishop y, en parte, Samuel Sullivan de *Héroes*, etc.

La estrategia es sencilla: los protagonistas aparecen inmersos en una situación de conflicto donde una determinada organización (en el sentido más amplio del término) prácticamente invisible e

inalcanzable, amenaza con destruirlos, coartarles su libertad o, en cualquier caso, con cambiar su vida tal y como la conocen. De esta forma, una vez que se ha generado un auténtico clima de terror, se descubre que todos los malvados planes tienen su origen en una sola persona. Así, Anna, Ben Linus o el General se erigirían como las auténticas cabezas pensantes y, por lo tanto, los auténticos culpables de los males ocasionados por sus organizaciones, por lo que son considerados como auténticos demonios manipuladores cuya destrucción sería la vuelta a la estabilidad, a una situación protagonizada por la paz y la libertad de la humanidad.

Para finalizar con el repaso de las series cabe destacar que aunque se ha hablado sobre todo de series estadounidenses, debido tanto a su elevada producción de ficción televisiva como al propio contexto sociocultural del país, ya se pueden encontrar en España algunos tímidos ejemplos de esta tendencia. Piénsese si no en *El Internado* (Antena 3, 2007-2010), donde un grupo de Nazis que dirigen una empresa farmacéutica llamada Ottox lleva a cabo un malvado y misterioso proyecto en un orfanato, o *Los Protegidos* (Antena 3, 2010-), donde unos niños con superpoderes son perseguidos por una siniestra organización cuyo plan aún es una incógnita pero de la que se sabe que ha secuestrado a la hija de una de las protagonistas. Así, si bien en esta última habrá que esperar a los siguientes capítulos para descubrir más detalles de la sociedad secreta que les acecha y de su líder, en *El Internado* diferentes personajes han ostentado, al menos presuntamente, este cargo, pero siempre dejando patente la existencia de un cabecilla culpable de todas las atrocidades cometidas contra los niños, profesores y demás personajes que pasaban por el orfanato.

Conclusiones

Fruto del propio contexto actual, las series de televisión contemporáneas muestran cada vez más situaciones en la que los héroes y heroínas deben enfrentarse a determinadas sociedades secretas y organizaciones poco definidas, que muestran la inseguridad latente en la sociedad por la sensación de estar viviendo en una situación de constante amenaza, donde el enemigo es prácticamente invisible y precisamente por ello más peligroso. Se genera así un clima de terror y desconfianza social, donde solo queda una certeza posible: es malo todo aquel que no sea *yo*, o a nivel grupal, son malos los *otros* porque son diferentes a *nosotros*.

El enemigo está en todas partes y aunque sus planes están también algo difusos, se puede estar seguro de que no serán buenos para la humanidad, o al menos para aquella parcela en la que están inmersos los protagonistas. Esta amenaza invisible puede recibir diferentes nombres, como *los Otros*, *los Visitantes* o *la Compañía*, pero podrá concretarse, en último nivel, en la figura de un jefe carismático, que concentrará todos aquellos temores que se tienen hacia el grupo que lidera, lo que, por otro lado, permite a los integrantes de este último aparecer como hombres y mujeres inocentes que han sido engañados o coaccionados por un malvado criminal, cuyo único fin, es hacerse con el poder de una isla, de un pueblo, del planeta o del Universo. Este va a ser, sin duda, el verdadero objetivo de estos líderes –conseguir el poder en sus múltiples vertientes–, de modo que los héroes y heroínas de la historia estarían destinados a

acabar con los planes de estas fuerzas del mal con el fin de evitar la obtención de dicho poder y así conservar la estabilidad.

Hay que destacar que la misma construcción que se hace del enemigo (individual o colectivo) dentro de la trama, es decir, para el resto de personajes de la historia, es la que llega finalmente a los espectadores, de modo que esa sensación de vivir en una constante amenaza que impera en la sociedad actual y que sirve como fundamento para la creación del argumento ficcional, es devuelta a la sociedad intensificada, por lo que la pantalla serviría como espejo deformante y contribuiría a reforzar ese clima de terror y de inseguridad donde nadie se puede fiar de nadie lejos de las fronteras imaginarias de la propia colectividad, unos límites invisibles donde, sin embargo, no puede entrar nadie que no pertenezca al propio grupo, es decir, que no disfrute de las características de este.

En definitiva, sí que existe una correspondencia entre la configuración del villano en la ficción y las tradicionales tácticas propagandísticas, lo cual resulta lógico, pues al fin y al cabo, la imagen que la propaganda difunde del enemigo no deja de ser una construcción, un relato inventado, o al menos parcialmente ficticio, cuyo fin no es entretener, sino que su emisor (indirecto, pero final) obtenga un beneficio relacionado con una situación de poder, apropiándose, para ello, de la parcela de poder del contrario. Por lo tanto, al igual que en la realidad este objetivo de poder es prácticamente omitido por el emisor, que no desea mostrarse como un sujeto interesado en obtener ningún beneficio que no sea el derivado de la protección y salvaguarda de la sociedad, en la ficción los héroes y heroínas aparecerán como personajes altruistas defensores del bien y de la humanidad. No obstante, si bien estas características podrían encontrarse en los relatos de ficción en general, la novedad del siglo XXI, en parte como consecuencia de los ataques del 11-S, es mostrar a los diferentes personajes en un contexto donde la inseguridad y la amenaza son constantes, no porque exista un supervillano que desea controlar el mundo, sino porque los hombres y mujeres inocentes deben convivir en la sociedad con diferentes monstruos con piel de humanos (metafóricamente hablando) que esperan el momento adecuado para atacar y acabar con el mundo tal y como se conoce, por supuesto, fruto del maquiavélico plan de un líder que los tiene engañados y que sólo pretende obtener su propio beneficio, volviendo así a la misma situación de conflicto entre héroes y villanos.

Bibliografía

- Anker, Elisabeth (2005): "Villains, Victims and Heroes: Melodrama, Media, and September 11", *Journal of Communication*, 55-1, pp. 22-37.
- Bauman, Zygmunt (2003): *Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil*, Madrid, Siglo XXI.
- Beck, Ulrich (2008): *La sociedad del riesgo mundial*, Barcelona, Paidós.
- Collins, John (2003): "Terrorismo", en Collins, John y Glover, Ross (eds.), *Lenguaje collateral. Claves para justificar una guerra*, Madrid, Páginas de Espuma, pp. 237-261.
- Cueto, Magdalena (2003): "Dramaturgias del mal", en Domínguez, Vicente (coord.), *Imágenes*

del mal. Ensayos de cine, filosofía y literatura sobre la maldad, Madrid, Valdemar, pp. 61-84.

- Domenach, Jean-Marie (1986): *La propaganda política*, Buenos Aires, EUDEBA.
- Goleman, Daniel (1997): *El punto ciego. Psicología del autoengaño*, Barcelona, Plaza & Janés.
- Hermida, Alberto (2010): "La omnipresencia de lo sobrenatural: representación del no-cuerpo en las series de ficción televisiva", en Gordillo, Inmaculada y Guarinos, Virginia, *Todos los cuerpos. El cuerpo en televisión como obsesión hipermoderna*, Córdoba, Babel, pp. 209-226.
- Huici, Adrián (1996): *Estrategias de la persuasión. Mito y propaganda política*, Sevilla, Alfar.
- Huici, Adrián (2010): *Guerra y propaganda en el siglo XXI. Nuevos mensajes, viejas guerras*, Sevilla, Alfar.
- Klapp, Orrin E. (1954): "Heroes, Villains and Fools, as Agents of Social Control", *American Sociological Reviews*, 19-1, pp. 56-62.
- Klapp, Orrin E. (1956): "American Villain-Types", *American Sociological Reviews*, 21-3, pp. 337-340.
- Llorente, Marina A. (2003): "Civilización contra barbarie", en Collins, John y GLOVER, Ross (eds.), *Lenguaje colateral. Claves para justificar una guerra*, Madrid, Páginas de Espuma.
- Martín, Sara (2002): *Monstruos al final del milenio*, Madrid, Alberto Santos.
- Pineda, Antonio (2006): *Elementos para una teoría comunicacional de la propaganda*, Sevilla, Alfar.
- Pizarroso Quintero, Alejandro (2005): "Nuevas guerras, vieja propaganda (de Vietnam a Irak)", Madrid, Cátedra.
- Pratkanis, Anthony y Aronson, Elliot (1994): *La era de la propaganda: uso y abuso de la persuasión*, Barcelona, Paidós.
- Ragazzoni, Simone (2010): *Perdidos. La filosofía*, Barcelona, Duomo.
- Rediehs, Laura J. (2003): "Maldad", en COLLINS, John y GLOVER, Ross (eds.), *Lenguaje colateral. Claves para justificar una guerra*, Madrid, Páginas de Espuma, pp. 195-211.
- Scott card, Orson (2007): *Todo sobre Perdidos*, Palma de Mallorca, Dolmen.
- Torre, Toni de la (2006): *Descifrando el misterio de Perdidos*, Badalona, Ara Llibres.
- Torre, Toni de la (2010): *Las series que no me dejan dormir*, Badalona, Ara Llibres.
- Yehya, Naief (2003): *Guerra y propaganda. Medios masivos y el mito bélico en Estados Unidos*, Barcelona, Paidós.

Product Integration in *Mad Men*: Political Economy, Nostalgia and Critique

Jan Teurlings

Introduction

If this article analyzes the US hit series *Mad Men* from a political-economic perspective, it does so because I believe the series captures the cultural industries in a particular moment of transition, and offers a suggestive look at future developments. The paper starts from political economy but the main focus is on the cultural and ideological consequences of the changing business models of commercial media, and television in particular. The combination of political economy with textual analysis connects to a long tradition within cultural studies, one that explains cultural forms by connecting them to the particular social formation that gave rise to it (e.g. Williams 1974, Brown 1994, Magder 2004). The analysis presented here is therefore unapologetically materialist, in the Marxist sense of the word: cultural production inevitably uses scarce resources that are always limited - albeit this scarcity is sometimes be artificially maintained. Or, as Nick Couldry defines the materialist approach to culture “I understand cultural production (whether it is a text, a song, a film, an idea or whatever) as the result of what particular people have done at particular times and places, and under particular constraints and limitations (Couldry 2000: 11). As a consequence, the mode of production - or the (social) organisation of the productive forces - has an important influence on what cultural artefacts are being produced, what form they take, and who gets to enjoy them. Hence the importance of political economy: being the science of how scarce resources are allocated, it is the first step in understanding any particular cultural formation (be it not the only one – see the endless debates of the past on political economy and economic reductionism).

A disclaimer: if I argue that *Mad Men* embodies a particular solution to the problems that the culture industries are facing I do not intend to imply that the “*Mad Men* solution” is the only one, to the contrary: it is just one of the ways in which the culture industries are adapting themselves to the changing market context. Other strategies are already in place, strategies that have also proven successful. One can think of what marketers call “direct response TV” (see for example Evans et al. 1995, Starkey et al. 1997) as a completely different response to the same changing market conditions. But it is precisely the idiosyncrasy of *Mad Men* that will allow us to make the coming changes more tangible and concrete. Instead of an abstract generalization this paper presents a case study, with all the advantages and disadvantages that come along with it. In short, this paper proposes first and foremost a *mode of analysis*, rather than a generalised prediction for the future.

The culture industries in 2000s

Mad Men is interesting because of how it embodies a particular solution to the problem of advertising. Or, to put it more precisely, the way it proposes a solution to the problem of advertising as it has been practised during the last 60 years or so. During that period the 30-second-

advertising spot had been the remarkably stable way of funding commercial television, but in the last 20 years or so that business model has come under increasing pressure. Two developments in particular were damaging for the advertising-funded way of doing business. First of these is the increase in the amount of channels, initially extra tv channels but also increasingly other media like the internet, competing for audience attention. The result was a multi-channel environment, characterized by an increasingly fragmented audience, pressure on the prices of advertisements, pressure on income of the networks and pressure on production budgets. The second is the rise of digital technologies that give consumers more control over their media use. The analogue predecessor, the VCR, gave consumers for the first time control over the broadcasting schedule, including the skipping of commercials. But its technical limitations and difficult edits had prevented widespread use of the editing out of commercials. The advent of digital technology made this much easier. Whether people are using a digital video recorder, a Tivo or their computer, cutting out or skipping the commercials is a breeze that requires little or no technical know-how.

It is clear that these two tendencies profoundly affect the economic viability of the television sector and the attention economy (Davenport & Beck 2001) it is based upon. Many of the changes in the television industry of the last 20 years can be explained by this changing media ecology. The rapid rise of reality TV, for example, was the industry's answer to cope with the multichannel environment and the associated pressure on budgets and working costs, since most non-scripted programming dramatically cuts the above-the-line costs (Raphael 2004). It is also noteworthy that despite different regulatory traditions North-America and Europe show a similar evolution: the 1990s and 2000s were the decades in which deregulatory fervour seemed unlimited and even West-European countries that had previously cultivated and protected the monopoly of their national public broadcasters opened up their markets, gradually adding more and more channels to the broadcasting environment. The EU, with directives like *Television Without Frontiers* (1989) played an important role, just like the relaxation of the fin-syn rules in the US was an important influence in the transition from network era to multichannel environment.

The industry reacted to the situation by searching for new ways of funding television programmes. One such strategy was making viewers pay for content, be it in the form of view-on-demand, or more indirectly, by generating revenue through sms-voting. But the strategy that concerns here most is the *diversification of advertising*. Instead of relying almost exclusively on the 30 second commercial the networks and production companies turned to alternatives, most notably *sponsorship* and *product placement*. In the first case a company sponsors an entire show because its topic or theme combines well with the product or brand. This in fact represents a return to the early years of commercial television, when individual sponsorship of entire programs was common practice. Sponsorship of programs has one major disadvantage, though: unless the sponsor is integrated into the show the "few words from our sponsor" can as easily be edited out as the 30 second commercial. It is precisely the latter problem that product placement avoids. Here, a brand or product is visibly placed in the program, long enough to be identified as such. Thus we regularly see Apple laptops figuring prominently in television series, or specific brands

being used in a reality show. This is not always done in return for a fee; sometimes material support, like providing products to the production team, or free use of a location, is provided. The advantage of product placement is that it cannot be edited out, since the product is literally part of the entertainment text.

This is even more so in the case of *product integration*. Here the products or brands are not passively placed in the text: they are an integral part of the storyline, and they thus push the narrative forward (unlike the case of mere product placement, where the text does not activate the product or brand). Both product placement and product integration are zap, TIVO and computer proof. Since in a very real sense the entertainment text *is* the advertisement, both aspects cannot be separated, offering broadcasters the perfect advertising vehicle that is at once enjoyed *and* effective. Product integration is especially popular in Reality TV, for two reasons: first, as a “cheaper” genre there is more pressure on production costs, and product integration can help reducing production costs. Second, many of these programs are built around a theme of transformation, and consumer goods play a crucial role in effectuating these transformations. Thus consumer goods make the participant in *Queer Eye for the Straight Guy* into a fashionable being; thanks to the magic of brands the bland interior design changes into its opposite in *Extreme Makeover: Home Edition*; and in *Pimp My Ride* the old second hand car is customized and made into a unique and personalised vehicle, again thanks to the use of commodities. This is not only a testimony to the extent to which commodity fetishism is an accurate term to describe our contemporary media culture; these programs first and fore mostly present brand owners with a unique opportunity to pitch their products.

***Mad Men* in a mad world**

If product integration is usually associated with non-scripted entertainment, *Mad Men* is the exception to the rule. The series can, in fact, be seen as the fiction answer to the changes in the television sector described above. The 30 second commercial no longer an effective advertisement vehicle? Well, let us create a show in which commodities and brands are an integral part of the show, and what better environment for that than Madison Avenue of the early 1960s? In the world of *Mad Men*, brands pop up unobtrusively precisely because the brands are the advertising business *raison d'être*. Not only can products be integrated into the show without it coming across as artificial; it also solves the problem of technology, in that viewers can impossibly cut out the references to the brands: the show is nothing without the brands that star in it.

Mad Men moreover makes handily use of all the opportunities a multi-channel environment has to offer. Its website (<http://www.amctv.com/originals/madmen/>) is extensively used for capturing viewers into “the world of *Mad Men*”. Viewers can not only discuss the last episode, there’s a wealth of extra behind-the-scenes information on the website: interviews with actors, writers, set designers or researchers but also overviews of 1960s fashion trends, recipes for cocktails popular in the series, or a game section. Viewers are also invited to immerse themselves in the *Mad Men* universe: you can “*Mad Men* yourself” – design, fashion and download a drawing

of yourself that can next be used in Facebook, on your iPhone or as a desktop picture. There is even a competition in which viewers are even invited to re-enact famous scenes with their webcam, with the winner earning a role in the next season. The website is also the digital hub for a number of revenue-generating activities: DVD's and CD's can be bought, there is a link to the iTunes download store where the latest episode can be bought, and there is an entire shopping guide that links to other websites selling all kinds of *Mad Men* paraphernalia, ranging from literature about Madison Avenue to the suits Don Draper is wearing or authentic Martini cocktail glasses. In short, no opportunity is wasted to replace the reduced income through commercials by alternative means, making commercials but one of the many ways through which the series generates revenue.

If we return to product integration in *Mad Men*, some extra comments are in place. In addition to combining well with the setting of the show, product integration is less obtrusive because it articulates well with an often-applauded aspect of the show, namely its obsession with historical accuracy. Whether in interviews or in the audio commentary on the DVD's, the stress is on the incredible amount of research that goes into maintaining historical accuracy: locations, costumes, props, hairdo's, historical events... all are carefully researched for historical accuracy. *Mad Men* is, in other words, a thoroughly referential show, that tries to recreate the minute details of a past world. In such a world full of references to actually-existing-things the occasional name-dropping of a brand, or a longer-than-normal shot of a model that has long ago disappeared from the market does not bother, since it adds to the authenticity, nostalgia and stylishness that characterises the show.

And there are plenty of references to brands. Take for example the haphazardly chosen episode 3 of the first season: apart from Volkswagen and Secor Laxative, who both take a role in driving forth the narrative, several other brands are mentioned: IBM, Saks, Hendri Bendel, Bonwit Teller, Lansky's, Fielding beer and Hightop, and this is only counting those that are explicitly mentioned, not those that are merely visible. Strictly speaking, the latter fall under product *placement* instead of product integration, but they are nevertheless an integral part of the advertisement world portrayed in *Mad Men*.

Apart from these occasional references there are however some brands that take central stage in the show. In what follows I want to focus on those brands that play an important role in pushing the narrative forward, like for example Heineken, Hilton, American Airlines or John Deere - brands that are not merely mentioned but integrated into the show. In the remainder of this article I want to explore the often contradictory cultural effects that are the result of this kind of product integration. Before doing so, however, a caveat: not all "integrated products" are the result of a commercial deal. This is especially so for products that play a rather morbid role, as for example when American Airlines was connected to the 1962 plane crash, in which the father of one the main characters (Pete Campbell) dies during season 2. Similarly, the hilarious accident with the John Deere tractor in season 3 was an unsolicited case of product integration, and John Deere was quick to issue a statement that the company had nothing to do with the storyline (Cowan

2009: 1). In an interview, Melissa Wasserman, vice president of advertising sales marketing for AMC, claimed that the most important for the writers is how well the brand fits with the show. “We don’t really distinguish between placed or not placed products. [...] We don’t have a distinction about how the products got on there. The most important thing for us is that they be written appropriately” (ibid: 1). In the following section we will investigate what consequences this has for both the products as well as the wider cultural and ideological constellation. For the moment it suffices to mention that in what follows I have chosen to focus on “confirmed” product integration, that is, product integration of which it is publicly recognised as such.

Heineken and Hilton as two case studies of product integration

The main advantage of integrating a product or brand into *Mad Men* is the creation of tradition. The show is set back in the early 1960s, which is often romanticised as the highpoint of American capitalism, when optimism and can-do mentality reigned supreme. (This account usually fails to mention that it was also the era of the Bomb and beginning of the Vietnam war.) Inserting your brand into such an environment lends prestige and tradition to it, since the brand is being positioned as already existing during a great but bygone era. Moreover, the often-praised stylishness of the series adds a touch of glamour to the product or brand. It also helps that not every brand that is mentioned in the show is being paid for. If the audience never knows for certain whether a product ad is being paid for or not, the brand is surrounded by a certain halo of undecidability: perhaps it was paid for, but perhaps not - and in the latter case, the brand or product gains an even stringer position as an icon of American consumer capitalism. This undecidability is not an accident but a looked-for-effect – and the mere fact that this inside knowledge is made public actually helps in obtaining that effect.

On the other hand, starring in the show can also be a risky endeavour, since the laws of political economy can come into conflict with the laws of narrative. *Mad Men* remains first and foremost dedicated to telling stories, and this means that conflict will inevitably surround the integrated product – an inherent aspect of all narrative is conflict, since this is what pushes the action forward. In other words, the wish to create an air of tradition and stylishness around your product can be complicated because of the (negative) role the brand plays in pushing the narrative forward. I will illustrate this by examining the narrative role of two quite prominent brands in the second and third season respectively.

Heineken played quite a prominent role in episode 8 of the second season: the Dutch beer brewer wants to get a foothold in the American market and turns to Sterling Cooper for an advertising campaign. Don Draper advises them to market their product to upscale housewives, but the company is not very willing to do so. The whole episode centers on the issue of convincing Heineken to agree, but it is intercut with a storyline about the deteriorating marriage of Don and Betty Draper. Heineken not only paid for the product integration, they also sponsored a highly visible end-of-season party and the finale of that second season was only interrupted by one single Heineken ad (McGinnis 2008: 1). But a closer look at the episode shows that the product also plays quite a negative role in the marriage of the Draper’s: when Don has a party with his

PREVIOUSLY ON

colleagues they chuckle that Betty has bought Heineken (proof that their marketing strategy has worked), but this leads immediately to an open conflict between Don and Betty, in which she accuses him of making fun of her in public. The episode ends with Betty calling Don that he does not need to come back home, with Don zipping on a bottle of Heineken.

It is clear that product integration like this is quite a risky advertisement strategy. While it is true that Heineken obtains an aura of stylishness the brand also literally gets caught up in the bitter relationship between Don and Betty. It does not take a lot of imagination to see how Heineken could be associated with masculine insensitivity or male smugness. On the other hand, the fact that the beer is associated in the series with an ad campaign aimed at women can seriously undermine its “male” contemporary connotations. But most importantly, the storyline creates a conflictual feeling around the brand: Heineken is literally the source of separation, and the question is to what extent this leaks down into real life attitudes towards Heineken.

Even more explicitly ambivalent is the product integration of the Hilton Hotels. In the course of the third season not only do Don and Betty go to a Hilton hotel in Italy; the former also gets to design the campaign for Hilton, and more importantly, he also befriends Conrad Hilton, the Hilton patriarch. In this example we see the full extent to which product integration can go. In the Wall Street Journal we get a glimpse of how things went:

When executives from Hilton Worldwide, the venerable hotel chain, called on “Mad Men” creator Matt Weiner last year, he thought he would be getting a pitch to use the Beverly Hilton on his show. He had no idea that the product they wanted to place was the company’s founder, Conrad Hilton himself (Meroney 2009)

Here product integration reaches its full logic, in that brand and its history are brought to life through the insertion of a (historical) character in the series. It is as if the brand becomes human. No longer a faceless and anonymous company, the brand becomes its founder’s dream. But precisely herein resides the ambivalence of this representation. Conrad Hilton is portrayed as staunchly anti-Communist, a patriot and a deeply religious man (“This country is a force of good because we have God. Communists don’t” is one of his more sanguine lines). Especially in the current moment it is not hard to see how this can create an aura of Middle-American conservatism around the Hilton brand – which will be positive for some but no so for others. It is hard to predict how the political leanings of viewers might inflect their appreciation of Hilton but it obviously is a risky strategy. Moreover, at the end of the third season the relationship between Don and Conrad Hilton goes sour, and the latter abruptly breaks all contact with Don, giving Conrad Hilton an aura of principled stubbornness combined with a willingness to make hard decisions.

Heineken and Hilton illustrate the complexities of product integration, and the ambivalent aura that can result from it, due to a conflict between the logic of narrative and the logic of political economy. But the problems for product integration in Mad Men are even more deep-seated, and this is due to the setting in which the series take place: an advertising agency. We, as viewers, get to see the manipulations, the false logics, the twisting of words for touting products, in short, we see the advertising business as it is: inauthentic, artificial, mendacious. This is especially clear

in the pilot, when the Lucky Strike story line shows the malign deceit on health issues, as well as Don Draper's "solution" to tout the fact that Lucky Strike cigarettes are "toasted" – everybody else's cigarettes are also toasted, but Lucky Strike were the first in claiming so. In short, we as viewers are invited to focus on the way the advertising business manipulates consumers, and this subtext might undercut any humanising or stylising effects of product integration in the show.

Wider cultural and ideological consequences

Until now we have focussed on the ambivalent effects of integrating *individual* products in *Mad Men*. In the last section of this paper, however, the focus is on how the show's use of product placement affects the culture at large. We will look into the *ideological* effects that follow from this type of product placement, especially vis-à-vis consumer capitalism as a whole.

The first thing of note is the above-mentioned display of how advertising misleads its consumers. This subtext contains some elements of critique of capitalism, what Boltanski and Chiapello (2000) call "the artist critique" of capitalism. It is critical of capitalism on grounds that the latter is a source of inauthenticity and disenchantment, and because it limits "the freedom, autonomy and creativity of the human beings who are subjected to it" (ibid: 37). What *Mad Men* does, then, is that it shows us how consumer capitalism, of which the advertising business is an important component, is a thoroughly manufactured and sometimes manipulated construct.

But *Mad Men* launches this critique in a rather ambivalent way. At the same moment that it displays the inauthenticity of consumer capitalism it also *naturalises* it. This is done through the reconstruction of early consumer capitalism as an era of nostalgia. The series suggests that the 1960s were an era of innocence, when life was uncomplicated because there were so many things that we did not know: smoking was just a bad habit rather than a life threatening activity; cream and butter were recommended as good preventers of ulcers, rather than a dangerous source of cholesterol; and kids could still be chastised by physical means without it being called parental abuse. Many commentators have noted *Mad Men*'s smug complacency of looking towards the past - the phrase "What Fools We Were" (Schurtz, 2010) captures the feeling perfectly. But Mark Greif (Greif 2008: 15) argues - correctly in my view - that this is supplemented by an opposite feeling: the show also presents past mistakes and errors as *desirable*, described by him as "Doesn't That Look Good". It is precisely because the 1960s are presented as an era of blithe enjoyment (ignorance is bliss) that consumer capitalism is naturalised: even the uncomplicated era of innocence that we nostalgically long for was always-already capitalist.

Mad Men therefore fits perfectly the "savvy" logic that Mark Andrejevic (2004) sees at work in reality TV. It is a logic that delights in pointing towards the artificiality of things in contemporary capitalism, but it does so from a horizon of which all sense of utopia is evacuated. When confronted with a utopian logic, the savvy viewer cries foul, and denounces those who utter it as hopelessly naive. *Mad Men* does a similar albeit milder (that is, less rabidly anti-utopian) trick: it shows us how consumer capitalism is by definition manipulative while at the same time making us long for an era that *cannot be but capitalist*. *Mad Men*'s nostalgia mode thus takes the form

of a modernist critique while functioning in a postmodern way: it evokes the past to criticize the present, but it does so in an “end of history” modus, by redirecting us towards capitalism itself - a purer, more productive and generally more wholesome form of capitalism, but capitalist nevertheless.

Conclusion

The analysis of the wider ideological implications of product integration in *Mad Men* allow us to speculate on how the increasing role of product integration will impact upon the culture as a whole. In *Paris, Capital of the 19th Century* (1969), Walter Benjamin describes the department stores as places where products were lifted out of everyday life and fused with art. The department store thus *aestheticized* use objects by *separating* them from their “natural surroundings”, that is, the practices of everyday life. With product integration in fiction we see a new commercial and cultural logic emerge. Instead of separating them from their everyday surroundings, products are explicitly *reintegrated* into the context of their use. It integrates them, however, not into the flow of everyday life but into a symbolic world, which allows for the aestheticization of the products previously associated with the department store, and of which *Mad Men* is such a prime example. The result can best be described as effectuating a triple movement: the product is made ordinary, ubiquitous, and aestheticized, and all of these three at the same time.

Moreover, the move into the world of symbolic representation allows for extra functions to emerge, for example, the narrativization and humanization of commodity products, illustrated by the Hilton and Heineken storylines. These effects are new because they were difficult (but not impossible) to achieve in previous symbolic forms like the 30 second commercial. We are, in other words, in the midst of an advertorial and commercial transition, and the effects that it will have at the culture at large are ambivalent and difficult to predict.

The analysis of *Mad Men* has illustrated some of these contradictions that are bound to emerge in the new product integrated model. For instance, the narrative logic relies heavily on conflict, and this might sit uneasily with the desire of advertisers to create positive images of their products. At a more general level, the interest of the show’s creators might enter into conflict with those of the advertisers, and the question is who is in the strongest position to reinforce its will in the new commercial context. But the most interesting question is how the culture at large will be affected by the new advertorial logic. I have tried to show in the above analysis of *Mad Men* that the new stress on product integration tends towards an increasing “commodification” of the symbolic world, by which I mean an implicit and explicit presence of commodities into the shows we watch. This makes capitalism and its workings an increasingly explicit topic of today’s fiction series, exemplified by *Mad Men* but also by the move from many sitcoms away from the home and into the workplace (e.g. *30 Rock*, *The Office*). The ideological effects that will follow from capitalism’s increased visibility are hard to predict and should not be greeted by knee-jerk optimism, because as the *Mad Men* analysis show it can also mean that capitalism is in the process of becoming the degree zero of all things human. Despite the gloomy tone of this conclusion I nevertheless think that this is an empirical question, not a logical one, and future research is needed to fully assess

the ideological implications of product integration.

Works cited

- Andrejevic, M. (2004) *Reality TV: The Work of Being Watched*, New York: Rowman and Littlefield.
- Benjamin, W. (1969) 'Paris, Capital of the 19th Century', *Perspecta*, vol. 12, pp. 163-172.
- Boltanski, L. and Chiapello, E. (2005) *The new spirit of capitalism*, London: Verso, 2005.
- Brown, M. E. (1994) *Soap Opera and Women's Talk*, London: Sage Publications
- Couldry, N. (2001) *Inside culture. Re-imagining the method of cultural studies*, London, Sage.
- Cowan, J. (2009) 'Mad Men and the Art of Stealth Branding', *Canadian Business magazine*, December 7. http://www.canadianbusiness.com/managing/strategy/article.jsp?content=20091207_10020_10020&page=1
- Davenport, T. and Beck, J.C. (2001) *The attention economy: understanding the new currency of business*, Harvard: Harvard Business School Press.
- Evans, M., O'Malley, L. & Patterson, M. (1995) 'Direct Marketing: Rise and Rise or Rise and Fall?', *Marketing Intelligence & Planning*, vol. 13, no. 6, pp. 16-23.
- Greiff, M. (2009) 'You'll Love the Way It Makes You Feel', *London Review of Books*, vol. 30, no. 20, pp. 15-16. <http://www.lrb.co.uk/v30/n20/mark-greif/youll-love-the-way-it-makes-you-feel>
- Lowrey, T. M., Shrum, L.J. & McCarty, J. A. (2005) 'The Future of Television Advertising', in Kimmel, A, J. (ed.) *Marketing Communication: New Approaches, Technologies, and Styles*, London: Oxford University Press.
- Magder, T. (2004) 'The end of TV 101: Reality Programs, Formats, and the New Business of Television', in Murray, S. and Ouellette, L. (eds.) *Reality TV: Remaking Television Culture*, New York: New York University Press.
- McCarty, J. A. (2004) 'Product Placement: The Nature of the Practice and Potential Avenues of Inquiry', in Schrum, L. J. (ed.) *The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion*, Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Ginnis, R. (2008) 'Mad Men's product placement museum', *Metro Canada*, 16 September. <http://www.metronews.ca/toronto/entertainment/article/112671>
- Meroney, J. (2009) 'Hollywood Discovers a Real Businessman', *Wall Street Journal*, November 10. <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703574604574500264136219696.html>

PREVIOUSLY ON

- Raphael, C. (2004) 'The Political Economic Origins of Reali-TV', in Murray, S. and Ouelette, L. (ed.s) *Reality TV: Remaking Television Culture*, New York: New York University Press.
- Schurtz, L. W. (2010) 'What Fools We Were: Mad Men, Hindsight, and Justification', in Carveth R. and South, J. B. (eds.) *Mad Men and Philosophy; Nothing Is As It Seems*, Hoboken, New Jersey: John Wiley.
- Starkey, M., Aughton, J. & Brewin, R. (1997) 'Extending Process Thinking: Design of Experiments in Sales and Marketing', *The TQM Magazine*, vol. 6, no. 6, pp. 434-439.
- Williams, R. (2003) *Television: Technology and Cultural Form*, London: Routledge.

XII. Social representation.

Música popular y transmedialidad: el caso de *Flight of the Conchords*

José María Calvo Moreno

El presente capítulo tiene por objetivo analizar las relaciones existentes entre la naturaleza musical y la televisiva de la serie *Flight of the Conchords*, y cómo las sinergias entre las mismas conducen a la creación de un producto cultural unitario y transmedial. A tal fin, el estudio planteado señalará el condicionamiento que la industria de la música popular neozelandesa supone para la creación del grupo y su identidad (tanto la real como la ficticia) y cómo éste se ve reflejado en su universo musical y televisivo. Asimismo se señalará también cómo los procesos de asimilación de género musical e identidad escénica, esenciales para la creación de un producto cultural identificable, suponen un elemento esencial también para el funcionamiento de la serie. Tras este primer bloque centrado en el aspecto musical se pasará a un estudio de la naturaleza puramente televisiva de la serie, abordándola no como una *sitcom* al uso, sino como un producto híbrido de alta carga musical dentro del medio, un título único con sus propias características definitorias. Con ello se pretende mostrar cómo la naturaleza dual de *Flight of the Conchords* condiciona su funcionamiento y aporta no sólo una expansión de las posibilidades narrativas de la serie, sino también múltiples medios para la promoción del grupo homónimo a través de la expansión visual de su universo sonoro y la introducción de videoclips inexistentes de forma independiente.

Quiénes son *Flight of the Conchords*

Flight of the Conchords es un ecléctico dúo musical neozelandés formado por Jemaine Clement y Bret McKenzie, quienes lo definen como “*formerly New Zealand’s fourth most popular guitar-based digi-bongo acapella-rap-funk-comedy folk duo*”. Esta definición es ya una declaración de intenciones: la identidad musical del grupo se construye a través de la negación a adscribirse a un género musical específico, recurriendo a la utilización de los estilemas sonoros de distintos estilos y períodos de los mismos para componer sus canciones de una forma a medio camino entre la parodia y el tributo. Proyectando esa imagen de no tomarse a sí misma demasiado en serio, la banda se sitúa en una posición privilegiada en el que estilos musicales asociados a determinadas actitudes o estéticas son utilizados como soporte para letras cómicas (y, en el caso de la serie, videoclips) que parodian esas mismas características.

Clement y McKenzie fundan la banda en 1998 en Wellington, autoeditando su primer LP, *Folk the World Tour*, en 2002. En 2004 dan el salto internacional al colaborar con la BBC para crear un serial radiofónico al estilo *mockumentary* que narra la búsqueda de fortuna de unas versiones ficticias de ellos mismos. A partir de entonces, el grupo desarrolla una cosmovisión y estética de músico *loser* socialmente inepto que explotará en sus siguientes discos (*Flight of the Conchords* en 2008 y *I Told You I Was Freaky* en 2009), ya bajo el sello Sub Pop y como forma de promocionar la serie televisiva homónima que realizaron para HBO (o viceversa).

Por tanto, la historia de *Flight of the Conchords* no es nueva (y, como se demostrará a continuación, es particularmente tópica debido a su procedencia neozelandesa): los músicos

indies que consiguen la fama y, con ella, el contrato con una *major*. Sin embargo, su labor dentro del mercado internacional se desvía de lo habitual al confiar gran parte del establecimiento de su imagen y promoción de su obra a la serie que protagonizan como ellos mismos. Por tanto, las características socioculturales que condicionan el origen de la banda y la peculiaridad en términos industriales de la serie que protagonizan, hacen de su obra un interesante *case study* en lo que refiere a sinergias transmediales.

Kiwis playing digital guitars: características industriales de la música popular de Nueva Zelanda

Flight of the Conchords es, antes que una serie, una banda de música. En consecuencia, la industria musical neozelandesa condiciona su formación y carrera temprana de una manera aún perceptible en la serie de la HBO. Este apartado tratará de señalar aquellos aspectos más relevantes de la misma a fin de explicar distintos elementos argumentales de la serie.

En Nueva Zelanda el negocio de la música popular tiene dos grandes hándicaps a los que enfrentarse, derivados esencialmente del tamaño y población de la nación, y de la situación geográfica de la misma: la falta de infraestructura y el imperialismo cultural. Estos factores sitúan la producción musical del país en un delicado equilibrio entre las capacidades de producción local, la conservación de una identidad musical e industrial propia frente a la oferta proveniente del exterior, y la fuga o absorción de talentos por el mercado musical extranjero. A este respecto, Shuker y Pickering (1994: 261) resumen asertivamente la situación de la que parten los músicos noveles afirmando que *“the local scene remains insufficient to support full-time professional performers, there is still only limited radio and television exposure for local artists, and initiatives to support the industry remain extremely limited”*.

Debido a sus características geográficas y demográficas, la música popular neozelandesa está sólidamente basada en el directo, siendo esta la principal fuente de trabajo de los músicos y la forma natural de la profesión. En consecuencia, la creación de una audiencia leal a través de los conciertos es considerado el paso previo para la obtención del renombre a nivel nacional, el cual a su vez lleva a la obtención de presencia en los medios especializados y, eventualmente, a llamar la atención de las grandes discográficas. Este sistema piramidal radicado en las actuaciones en vivo se debe a la limitación de espacios musicales nacionales en radio y televisión, lo que lleva a una importancia secundaria de la imagen y el videoclip como forma promocional (Shuker y Pickering, 1994). De hecho, no es hasta 2006 que aparece MTV Nueva Zelanda, la cual comparte programación con la rama australiana de la cadena y en la cual priman productos americanos y británicos. Esta situación continúa la posición de desventaja de los músicos locales que quieran promocionar su vídeo, dado que habitualmente cuentan con un presupuesto menor y no tienen el respaldo industrial de las grandes estrellas promocionadas por las *majors*, así como la incursión de productos musicales foráneos en las islas.

Esta centralización en el directo y el prescindir del desarrollo de una imagen visual mediática, centrándose en el sonido y la asociación del mismo al nombre de la banda, es la fuente del

espíritu *Do It Yourself* que impregna la producción rock neozelandesa de las últimas décadas. En este país perdura la ideología clásica de alcanzar el éxito mediante el trabajo duro en el directo (tanto en locales como en giras promocionales), el cual lleva al perfeccionamiento de la técnica, la adquisición de seguidores y eventualmente el reconocimiento mediático. La ayuda gubernamental que recibe la industria musical local/independiente en el país es escasa, como lo es la figura del *manager* debido a que la cantidad de músicos a tiempo completo y recintos donde tocar, como pubs, festivales o universidades no es suficiente para mantener un gran número de profesionales del campo (Ibíd.). Por tanto, las bandas independientes han tendido a concentrarse en determinados sellos como el mítico Flying Nun Records a la par que, especialmente en los últimos años, las pequeñas discográficas independientes del país han decidido aunar fuerzas en asociaciones como IMNZ (Independent Music New Zealand) destinadas a la promoción de la música popular local. Si la banda obtiene el éxito nacional mediante los medios que dispone, la culminación del proceso suele consistir en alcanzar los mercados externos, tradicionalmente comenzando por Australia y Reino Unido para posteriormente dar el salto a los Estados Unidos.

Por tanto, Flight of the Conchords encarnan la carrera ideal para un participante de la industria. De sus comienzos con giras nacionales que llevaron a la autoedición de su primer disco (cuyo título hace referencia, de hecho, al *touring*) pasaron a darse a conocer en el Reino Unido de manos de la BBC. Allí desarrollaron su persona artística de la manera que es representada en la serie televisiva, comenzando a introducir personajes recurrentes en su mundo, como un manager (que tanto en el serial británico como en la serie estadounidense es un –bienintencionado– incompetente cuya profesión principal no es siquiera esa). Desde ahí darían el salto a Norteamérica, con el rodaje de las dos temporadas de la serie, las consecuentes apariciones en televisión, y la grabación de los discos correspondientes anteriormente mencionados. Y, es preciso señalar, continuando durante esos años con una política de conciertos intensivos y una actitud hacia el trabajo tan similar a la que poseían en Nueva Zelanda que pese al éxito de la serie Clements y McKenzie deciden abandonar la televisión para dedicarse de pleno a la música (si bien han hecho algún papel en cine).

Por otro lado, la comercialización del disco plantea el problema de la penetración externa en el mercado neozelandés. A este respecto, la nación cuenta con la habitual presencia de discográficas independientes locales/nacionales y distintas divisiones de los grandes conglomerados multimedia. En consecuencia se da la situación de que las grandes compañías, con mayor capacidad de mercado, buscan distribuir en pequeño pero lucrativo mercado del país sus productos externos más que fomentar la producción local, a la par que los sellos y bandas nacionales suelen precisar de la infraestructura de dichas multinacionales para exportar su obra. Junto a este factor, se da la situación de que Australia tiende a “apropiarse” de los talentos neozelandeses que consiguen llegar al nivel internacional. No obstante, a este respecto hay que decir que la música popular neozelandesa es, como la mayoría de la producción musical de este tipo a nivel global, derivativa de aquella hecha en Estados Unidos e Inglaterra: “*Stylistically it is often a case of New Zealand performers producing local versions of overseas genres and idioms. Historically, in many cases, this has merely involved covering an overseas hit*” (Ibid: 272).

Portanto, hay que tener en cuenta que si bien medir la penetración cuantitativa del producto externo en relación a la producción local/nacional en un mercado particular supondría sencillamente el cálculo de las proporciones correspondientes a cada una de las partes dentro de dicho mercado, la naturaleza de las industrias culturales hace que los términos únicamente numéricos sean insuficientes para medir la relevancia de un producto en un territorio dado. La dicotomía local/importado se ve como un enfrentamiento excluyente que pone en juego la identidad nacional, pese al hecho de que la música popular neozelandesa es derivada del pop-rock angloamericano (Lealand, 1988: 75). Sin embargo, Shuker y Pickering afirman: *“Local culture is seen as more authentic, traditional, and supportive of a conception (however vaguely expressed it may be) of a distinctive national cultural identity. Against this, and threatening its continual existence and vitality, is the influx of large quantities of slick, highly-commercialised media products, mainly from the United States”* (1994: 275). Hay que señalar que esta concepción de oposición puede engañosa ya que parte de las premisas de que los artistas locales o nacionales están interesados en defender un determinado tipo de nacionalismo en su trabajo, de que su público se identifica naturalmente con dicho tipo de nacionalismo, y de que la producción cultural importada supone un ataque o amenaza a la cultura nacional. Asimismo, desde los años cincuenta la cultura popular angloamericana se ha convertido en el marco de referencia internacional, lo cual no ha sido óbice para que la actual tecnología de comunicación y el abaratamiento de costes de producción hagan que las industrias culturales de los distintos países puedan sustentar una gran diversidad cultural.

Esta es una situación que no se les escapa a los Conchords, y que no deja de aparecer en la serie. En ella ocurre que si bien Bret y Jemaine hacen frecuentes referencias a su nacionalidad (ya sea señalando la vestimenta, el acento o su oposición a lo australiano), no dudan en demostrar su interés de alcanzar unas mejores condiciones de vida a través de un contrato norteamericano. De la misma manera, cuestionan la tesis del colonialismo cultural al conseguir componer su obra mediante referencias a la música popular angloamericana sin por ello dejar de referir por otras vías a su origen neozelandés.

Características genéricas de la música de Flight of the Conchords. La frontera folk-rock

Los distintos géneros musicales son conceptos difíciles de definir asertivamente debido a su naturaleza esencialmente relativa e incluso situacional. Básicamente, un género es el conjunto de reglas que rigen una creación musical (Fornäs, 1995: 111), constituyéndose en un continuo más que en un conjunto de clasificaciones estancas. Esta permeabilidad en las reglas de composición permiten a los artistas conjugar más de un género en el conjunto de su obra o en una única pieza de la misma, dando lugar a los distintos subgéneros (formas particulares de ejecución de un género, tales como el stoner rock dentro del rock) y metagéneros (agrupaciones más o menos vagas de distintos estilos, como el rock independiente) (Shuker, 1998: 145-149).

Shuker (1998) y Fornäs (1995) coinciden en que un género es distinguible mediante la observación una serie de características tanto musicales (en particular el estilo de conjugar sonidos y el uso de determinados instrumentos) como no musicales (especialmente el público objetivo y la

apropiación de una estética concreta). En el mismo documento, Fornäs desarrolla la idea de que dentro de estas características existen determinados elementos transformativos, los cuales suponen los puntos de inflexión que definen o hacen evolucionar el género. Así, la tecnología de los estudios, instrumentos, distribución y multimedia tiene un efecto condicionante no sólo en el tejido mercantil de la música (por ejemplo trasvasando la importancia del directo al disco, o ensalzando el videoclip como forma publicitaria preferente), sino en la música misma: de la misma manera que el rock se extendió alrededor de la guitarra eléctrica, géneros como la electrónica lo hicieron alrededor del sintetizador. La tecnología no sólo ha facilitado la aproximación de la música a los oyentes, sino que en determinados casos se ha convertido en icono representativo de artistas concretos, estableciéndose como una imagen icónica indisoluble como es el caso de la Lucille de B.B. King, el “star bass” de Bootsy Collins, en el caso que ocupa este texto, la Casio DG-20 de Bret McKenzie.

En segundo lugar, las economías de mercado son otro elemento que juega un papel vital en la música popular al regular la tensión entre convención e invención. La progresiva centralización y monopolización de los procesos intervinientes en la creación musical han llevado a una estandarización del producto musical *mainstream* explotado por las grandes discográficas internacionales. En contraste, las pequeñas discográficas son aquellas que mantienen un cierto equilibrio a través del mayor nivel de experimentación que caracteriza su producción (Wikström, 2009). Es de esta tensión entre arte y comercio de la que surge el controvertido concepto de autenticidad en el rock.

Finalmente, los aspectos sociales, afectivos y estéticos son elementos asociados entre sí que definen un género mediante su audiencia. Éstos permiten que el público establezca una dinámica de grupo determinada e identificable respecto a la banda, en oposición a los criterios externos provenientes de un entorno ajeno. Dichas características emanan de la propia banda, y en el caso de Flight of the Conchords se basan en el juego irónico hacia la situación estética y genérica del panorama musical en el que se ven inmersos. Los personajes de Clement y McKenzie consiguen ser *cool* a través de la absoluta incapacidad para serlo: su torpeza social y sus ansias mantenidas a un nivel cotidiano pese a sus grandes sueños son elementos en los que su audiencia puede identificarse fácilmente. Su música de guitarra acústica y sintetizador humilde, al usar esquemas reconocibles por el gran público y contar con una fuerte carga humorística, se hace agradable de escuchar en un entorno musical dominado por los extremos poco creativos. En resumen, los componentes de la banda rechazan el gran estrellato para ponerse a un nivel muy similar al de su público, lo cual se convierte en una de sus principales herramientas de distinción estética y la forma principal de ganarse su afecto.

Dicho esto, habría que definir la música de Flight of the Conchords no como folk, sino como rock (a lo que se le podría añadir cómico o, para el caso de sus actuaciones en directo, acústico). Este género le sería atribuible debido a que es aquel al que se adscriben la mayoría de subgéneros, estéticas (en los videoclips de la serie) o etapas que la banda utiliza en sus canciones, extendiéndose eventualmente hacia sus géneros más cercanos: pop, rap y

electrónica (Fornäs, 1995: 118). Sin embargo, hay que tener en cuenta dos factores: primero, el hecho de que musicalmente la identidad de la banda se obtiene a través de la negación de una identidad definida, concepto adjudicable al postmodernismo y elemento nuclear de la banda que será analizado en el siguiente punto. Segundo, pese a ello Flight of the Conchords posee determinados elementos identificables del folk posterior a los años sesenta que, junto a sus orígenes, ayudan a comprender la idiosincrasia de la banda.

Como se ha apuntado antes, las actuaciones a estilo *stand-up comedy* de Flight of the Conchords se corresponden con el canon folk de enfatizar la letra y su presentación sencilla, prescindiendo de arreglos vocales y con escasos instrumentos (Frith, 1981: 162). Asimismo, la audiencia de Clement y McKenzie en la actualidad es similar a la de los cantantes folk de la segunda mitad del siglo XX: son personas urbanitas de clase media que cantaban sobre un “pueblo” idealizado a personas de similar posición. El salto entre los años cincuenta y sesenta en el folk fue el mismo que el que se dio en el rock and roll: el rock, como macrogénero, asimiló a ambos y los introdujo en una cultura de masas burguesa. Pese a ello, el folk, como el rock, tiene un fuerte componente de comunidad, y en este caso, de una comunidad alrededor del mismo acto de componer y hacer música. Según Frith (1981), el folk, o folk-rock, abandonaba en aquellos años su carga política para abrazar no la representación del pueblo, sino de uno mismo. La autenticidad de la música folk pasó de ser juzgada por sus efectos más que por sus orígenes, y el músico pasaba a ser leal a dicha experiencia, más que a una clase social u organización. Esta actitud encaja, como se comprueba, con la idiosincrasia de la banda respecto a su trabajo y las características de su obra, en la cual ganar la simpatía del público es esencial para el éxito.

Más allá del género musical: cualidades postmodernas en la serie y su música

La música de Flight of the Conchords oscila entre géneros, a medio camino entre la parodia y el tributo a las distintas etapas y estéticas por las que éstos han pasado. Esta característica aporta dos cuestiones tradicionalmente asociadas al movimiento postmodernista: el debate acerca de si existen prácticas realmente novedosas, o sólo meras inflexiones y reconfiguraciones de aquellas ya existentes, y la preponderancia de la identidad propia sobre la diferenciación genérica (Grossberg, 1989).

Grossberg responde a ambas en el mismo documento, afirmando: “*Postmodern practices are usually described by constructing a set of features that are necessarily constitutive, features that express or embody the contemporary ineffectivity of the difference between signifier and signified, image and reality, original and copy, identity and difference, part and whole, surface and depth, truth and politics*” (1989: 172). De acuerdo con ello, la naturaleza postmoderna de Flight of the Conchords radica en la constitución del *mashup* de estilos musicales y la emulación de determinadas estéticas de videoclip acordes a los mismos, fruto de la selección y extracción de determinados estilemas sonoros y visuales, como identidad única y propia. Así, si el acto creativo no puede darse en el vacío y es, en última instancia, derivado de aquellos que le precedieron y condicionado por el momento social y cultural en que es ejecutado (Lessig, 2009), la música, la presencia escénica y los videoclips de Flight of the Conchords son efectivamente

poco novedosos en sentido de ejecución y catalogación genérica. No obstante, es de su reconfiguración y asimilación a un corpus estético e ideológico propio de donde surge, a partir de esos retazos, una genuina originalidad, una identidad propia que es la que se ve reflejada en las canciones y traducida al audiovisual en la serie. El propio Grossberg aporta una cita que se puede aplicar a esta adquisición de una identidad propia no sólo mediante la fragmentación genérica sino también, como se ha podido comprobar, a través de las circunstancias en las que la banda y la serie se han originado y, como se demostrará a continuación, a partir del cuestionamiento afilado de las reglas artísticas a través de la incapacidad social: “*The transformation of the seeming obviousness of popular culture into an imaginative conquest of everyday life [...] an affirmation of the right to inhabit the present*” (1997: 155).

Presencia e imagen

En oposición a la afirmación postmodernista de que la televisión reduce la realidad a la imagen (Grossberg, 1988: 324), lo que hace la serie *Flight of the Conchords* es representar y expandir hacia la imagen el universo sonoro de la banda. Y lo hace en un momento en el que antihéroes como los personajes de Clement y McKenzie, adalides de la estética y actitud del perdedor, pueden ser fácilmente aceptados por el espectador. En un momento en que la extrañeza de la realidad supera a la de cualquier ficción, la rareza se toma como parte integral de lo cotidiano: deja de ser repudiada y se abraza su actitud vital (compartida por series como *The Big Bang Theory* o *The IT Crowd*) y su estética (comprobable en las fotos promocionales de numerosas bandas del indie pop más *trendy*) en una moda comercializable que desembocará en la asimilación de lo alieno en lo cotidiano. De tal manera, si *Flight of the Conchords* parten de la idea de no tomarse a sí mismos demasiado en serio, adquieren la capacidad de no tomar en serio tampoco aquello que les rodea. Esta es la premisa que les permite construir su identidad propia mediante la parodia y el préstamo de estéticas sonoras y visuales, a la par que mantienen una identidad íntegra, en lo que Grossberg denomina una “auténtica inautenticidad” (1988: 327).

Grossberg (Ibíd.) menciona tres formas de adoptar una identidad diferenciada de manera efectiva en un entorno dominado por la homogeneidad, en el que de hecho es complicado encontrar un punto de referencia del que suponer un alejamiento. A saber: una inautenticidad irónica, una inautenticidad sentimental y una inautenticidad hiperrealista. De estas, la vía elegida por *Flight of the Conchords* es la primera:

Although it seems to celebrate the absence of any centre or identity, it actually locates that absence as a new centre. That is, it celebrates the fragmentary, the contradictory, the temporary. And it celebrates them with all the seriousness (or lack of seriousness) that is necessary. It can take everything equally seriously or equally humorously because the difference is less important than the temporary construction of an image of the centre (Ibíd.).

De esta manera, la imaginería y actitud del *loser* que explota *Flight of the Conchords* a través de los personajes y la música que contiene se configura como una imagen referencial dentro del conjunto de imágenes y sonidos actuales. Como se ha señalado anteriormente, es este conjunto de estética y música, junto a determinadas prácticas y relaciones sociales ajenas a

la actuación musical (y, en este caso, también televisiva) son aquellas que conforman una relación de afectividad hacia la estrella de rock, la cual conduce a la fidelización del espectador (1988: 320). Así, en el siguiente bloque se estudiará cómo la televisión hace uso de estas características para incluirlas en los recursos propios del videoclip, a fin de hacer de la serie *Flight of the Conchords* un excelente sistema de promoción y expansión de la banda homónima.

***Flight of the Conchords* como expansión de la banda**

Flight of the Conchords es una serie que -en un cierto paralelismo con la música de la banda- corresponde a grandes rasgos al formato *sitcom*, si bien posee determinados rasgos que la separan de una catalogación estricta. Sus personajes son no muy numerosos y recurrentes: esencialmente Bret McKenzie y Jemaine Clement, junto a su mánager Murray Hewitt, su amigo y guía para la vida en la gran manzana Dave Mohumbai, su única fan y *stalker* a tiempo completo, Mel y, ocasionalmente, aparecen Eugene, su casero, y Doug, el marido de Mel. El humor del que hacen gala es tanto verbal como no verbal, basándose esencialmente en las situaciones embarazosas que causa la inadaptación social de los mismos. Los espacios son también recurrentes o genéricos, al no estar limitados a interiores y platós ya que el metraje cuenta con abundancia de planos exteriores de distintas calles del *downtown* neoyorkino y los improbables escenarios en los que la banda consigue tocar.

En este contexto, en cada capítulo existen dos cortes musicales en formato videoclip (cuyo estilo será acorde a aquel del género a cuya canción ponga imagen), que quedan integrados en la narrativa interna ya sea como diálogos con un tercer personaje o como monólogo interior de Bret o McKenzie, pese a suponer -por lo general- una pausa en la sucesión del tiempo interno de la serie.

Breve recuento de la relación música popular-televisión: video killed the radio star

Dada la naturaleza esencialmente convencional del funcionamiento de la serie en contraste con su origen extratelevisivo, el presente apartado consistirá en un estudio de la situación y funcionamiento de la misma como contenido musical dentro de la parrilla televisiva. Esto es debido a que, en última instancia, *Flight of the Conchords* supone un ejercicio de promoción de la banda a través de la ilustración y expansión del universo de su música más allá de las limitaciones del formato videoclip. Consecuentemente, se quiere mostrar cómo los distintos procesos y aspectos utilizados en la fidelización y comercialización de una banda rock pueden ser trasladados al modelo de lenguaje televisivo más allá del videoclip.

Simon Frith (2002) afirma que el estudio del papel de la música en la televisión ha tendido hacia dos puntos de vista básicos: el que señala que dicha relación es importante al producir relaciones relevantes entre ambos medios (como la aparición de MTV) y el que afirma que la audiencia televisiva es distinta a la audiencia musical, quedando ambas esferas separadas y uniéndose únicamente en situaciones excepcionales o utilitarias como la retransmisión de conciertos, concursos musicales o el uso del sonido en la publicidad.

Actualmente esta división puede parecer extraña, pues percibimos el rock –pese a su supuesta rebeldía- como el género más televisable, debido precisamente a la importancia de la estética en el género. Sin embargo, a lo largo de la mayor parte del siglo XX, la enorme importancia que fue ganando la televisión no se hizo inmediata para la música. Los primeros años de emisiones, las televisiones públicas continuaron el modelo radiofónico de emitir clásicos. No fue hasta los años cincuenta que la televisión comenzó a mostrar su potencial importancia para el mercado musical de la mano del rock and roll, un fenómeno ejemplificado con el icono de Elvis. A partir de ese momento, el *star system* de la música asimila la imagen mediática del músico como parte esencial del proceso comercial. La música popular en la televisión, por su parte, aparece únicamente cuando existe un fin último de promoción o venta de producto, ya que los programas musicales únicamente se creaban si existía financiación directa por parte de las industrias del disco (Ibíd.).

Esto da lugar a una paradoja: siendo el rock and roll un género originalmente antitelevísivo en su ideología (ya que la televisión y sus programas musicales para toda la familia suponía un alejamiento de la rebeldía que la radio permitía), se ha convertido en el género musical más extendido por los medios debido a su amplia aceptación. Si bien música y televisión comienzan a mediados de siglo su relación, éstas se mantienen relativamente autónomas –y, de acuerdo con Frith, con un ligero retraso respecto a los tiempos por parte de la televisión- hasta los años ochenta, con la aparición de la MTV.

En 1981 MTV comienza su emisión. Su éxito tiene consecuencias tanto en el negocio de la música como en su público: para los primeros hace del videoclip una vital herramienta de promoción, mientras que para los segundos ofrece no tanto un conjunto de videoclips como una guía para la construcción de la identidad juvenil. Asimismo, y en términos globales, encumbra la imagen mediática del artista, volviéndose el cultivo de esta esencial para su éxito. Esto es debido a un factor técnico de la televisión: la transmisión y recepción del sonido en este medio es de menor calidad que la de la imagen, a la par que la atención es enfocada en un punto en el espacio a diferencia de una situación de escucha en un equipo estéreo, donde el sonido se percibe como más envolvente al no tener anclada la vista en el punto de emisión (Firth, 2002).

La situación de la música popular en la televisión tras MTV

Con el éxito de MTV, la percepción del videoclip que tenía la industria de la música popular cambia, convirtiéndolo como se ha mencionado en un elemento esencial del negocio. Tanto es así que el videoclip pasa a ser un aspecto integrado en los departamentos de marketing o, incluso, a contar con su propia división dentro del sello discográfico o la empresa multimedia. Estos departamentos serán los encargados de supervisar la producción del vídeo y organizar su distribución en conjunción a las apariciones televisivas de los artistas, así como desarrollar un mercado de vídeo con distintos contenidos audiovisuales (videoclips, directos, documentales, etc.). Para cumplir con estas funciones, las discográficas optan entre dos opciones: hacer *outsourcing* a empresas especializadas en producción audiovisual o, lo habitual en los conglomerados multimedia, establecer los contactos pertinentes con los departamentos

responsables de las distintas tareas implicadas en la realización de vídeo (Banks, 1997).

De la misma manera, comienza también una integración de MTV y canales similares, como el alemán VIVA, en la previsión y mecánicas de promoción de la industria discográfica. El videoclip se convierte en el espejo del artista, el buque insignia de la identidad que le hace distinguible entre sus semejantes tanto en televisión como en la prensa especializada e Internet. Su importancia en determinados circuitos de la industria supera incluso a la de la naturaleza de su música, lo cual no es sino una prueba de la importancia de la estética y la afectividad que se consigue a través de ella en el negocio discográfico. El videoclip arrebató de esta manera la centralidad en la promoción de la música al directo, el cual de hecho comienza a asimilar en su espectáculo estéticas del videoclip que comparte con él la promoción del disco. De esta manera, los conciertos suponen un arraigo y continuación de lo que el espectador ve en televisión y portales de vídeo de Internet de la misma manera que lo que el espectador oye en dichos medios es una muestra exacta de lo que oirá en el disco. La industria discográfica actual se ha convertido, por tanto y en gran medida, en un negocio fuertemente dependiente de la imagen de sus productos, la cual debe difundir por todos los medios disponibles en la actualidad.

Una vez creado el vídeo, la discográfica mantiene el control sobre los derechos de explotación del mismo, salvo que el nombre del realizador o el artista participante tenga suficiente peso para cambiar dicha situación. Si no es el caso, las personas intervinientes en la creación del vídeo son considerados mano de obra que, de hecho, ha de atenerse a las premisas creativas que les entregue la empresa a la hora de ejecutar el vídeo. Las discográficas, teniendo en cuenta el canal de difusión del mismo, han optado históricamente por el desarrollo de dos grandes tipologías del videoclip a fin de conseguir un producto identificativo e integrable: los conceptuales y los de imagen de banda (con la obiedad de un género mixto que incluya segmentos de ambos estilos). En la primera categoría se engloban aquellos que narran algún tipo de historia (por ejemplo, *On melancholy hill* de Gorillaz) o suponen un ejercicio estético que utiliza la canción como soporte (como por ejemplo *Only*, de Nine Inch Nails), mientras que la segunda es la representación de una actuación de la banda con más o menos decoración y edición (como el vídeo para *Love train* de Wolfmother). Existe, como se ha comentado, la posibilidad de integrar imágenes pertenecientes a ambas tipologías (como *Stand by me*, de Oasis), ya que al igual que los estilos musicales, los estilos del videoclip no suponen géneros estancos, sino más bien un continuo estilístico capaz de utilizar las herramientas de metanarración propias de la comunicación audiovisual.

Conclusiones. Televisión y música popular: más allá del videoclip. El caso de Flight of the Conchords

El caso de Flight of the Conchords es, por tanto, una particularidad en lo referente a su presencia televisiva, ya que no entraron en el medio mediante videoclips de promoción de sus discos o programas destinados a la creación de estrellas de la canción. De la misma manera, la serie construida a su alrededor se diferencia de otros productos de ficción contruidos alrededor de un acto musical en que el caso de los neozelandeses la banda continúa con su imagen

en un producto cultural anexo a su música, no configurándose como una unidad mediática preestablecida como el caso de *JONAS* y *Hannah Montana*.

Este salto a la presencia audiovisual a través del contrato con una *major* (pues SubPop es la entrada *indie* a Warner Bros., una de los cuatro mayores conglomerados multimedia actuales) abre nuevas e interesantes vías de creación y negocio audiovisual a través de la transmedialidad en la producción: el hecho de que tanto SubPop como HBO sean subsidiarias de Warner Bros. deja claro que la empresa tenía los medios para crear un producto unificado en su concepción y diversificado en sus formas de distribución. Consecuentemente, esto convierte a *Flight of the Conchords* en una obra audiovisual transmedial rica en matices y significados: no solo es una serie cómica autosuficiente, además permite captar nuevos fans para la banda (que se interesarán en discos, conciertos y *merchandising*) y enriquecer la imaginaria del grupo cimentando así su imagen mediática (ilustrando las canciones a la vez que los hace más identificables entre la oferta mediática actual). Todo ello mediante el mantenimiento de una identidad propia y peculiar capaz de diferenciar a la banda y la serie dentro de la oferta audiovisual actual, ganándose a través de ella uno de los grandes bienes en la actual economía del contenido: la atención y el aprecio del espectador.

Referencias bibliográficas

- Banks, Jack (1997): "Video in the Machine: The Incorporation of Music Video into the Recording Industry", en *Popular Music*, Vol. 16, No. 3 (Oct., 1997), pp. 293-309.
- Fornäs, Johan (1995): "The Future of Rock: Discourses That Struggle to Define a Genre", en *Popular Music*, Vol. 14, No. 1 (Jan., 1995), pp. 111-125.
- Frith, Simon (1981): 'The Magic That Can Set You Free': The Ideology of Folk and the Myth of the Rock Community, en *Popular Music*, Vol. 1, Folk or Popular? Distinctions, Influences, Continuities (1981), pp. 159-168.
- Frith, Simon (2002): "Look! Hear! The Uneasy Relationship of Music and Television", en *Popular Music*, Vol. 21, No. 3, Music and Television (Oct., 2002), pp. 277-290.
- Grossberg, Lawrence (1988): "'You [Still] Have to Fight for Your Right to Party': Music Television as Billboards of Post-Modern Difference", en *Popular Music*, Vol. 7, No. 3, Music Video and Film (Oct., 1988), pp. 315-332.
- Grossberg, Lawrence (1989): Putting the Pop Back into Postmodernism, en *Social Text*, No. 21, Universal Abandon? The Politics of Postmodernism (1989), pp. 167-190.
- Grossberg, Lawrence (1997): *Dancing in spite of myself: essays on popular culture*. Duke University Press, Durham, Carolina del Norte.
- Lealand, Geoffrey (1988): *A foreign egg in our nest?: American popular culture in New Zealand*. Victoria University Press, Wellington.
- Lessig, Lawrence (2009): *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. Nueva York, Penguin Books.
- Shuker, Roy y PICKERING, Michael (1994): "Kiwi Rock: Popular Music and Cultural Identity in

PREVIOUSLY ON

New Zealand”, en *Popular Music*, Vol. 13, No. 3, Australia / New Zealand Issue (Oct., 1994), pp. 261-278.

Wikström, Patrik (2009): *The Music Industry*. Cambridge, Polity Press.

Wired for Destruction?: Understanding the Implications of Michael Lee's Degeneration, American Individualism, and the Institution of the Hood in HBO's *The Wire*

Claude Atcho

“This is the heart of *The Wire*—the memorialisation of an army of young men and women for whom death itself is a rite of passage”
– Kent Jones

Over its five season lifespan, HBO's *The Wire* has been widely lauded and praised—even being hailed one of the best series ever produced for American television by multiple media outlets including *USA Today* and *Slate* (Bianco, 2008; Weisburg, 2006). Whereas police shows like *CSI* and its various spin-offs are founded on “optimistic depictions of infallible scientific work,” *The Wire* “is committed to a systemic analysis of Baltimore” (Kinder, 2009: 50). More than just a tale of drug dealers and the cops who chase them, *The Wire*, according to its creator, David Simon, is “really about the American city and how we try to live together” (Tyree, 2008:32). Simon's institutional interest in the American city is evidenced in *The Wire*'s depiction of Baltimore's structural dysfunctions; *The Wire*'s narrative deftly shifts in emphasis season to season, crafting an uncompromising portrayal of the city's westside drug trade, police system, work force, political and educational system, and media, in a manner that highly values authenticity—both in its social and character depictions. Drawing moral parallels between the city's politicians, cops, and drug dealers, *The Wire* is slow to emphasize binaries of good and bad and quick to highlight and examine the complexities of its characters and consequently, the social institutions that largely dictate their perceived autonomy and ultimate fate. Simply put, any reasonable viewer will immediately note that *The Wire* is, as Tyree rightly states “many more things” and much too intelligent to be pegged another cop show (2008:32).

Given Simon's intrigue in the institutional structure of the American city, specifically Baltimore's, critics like J.M. Tyree (2008) and Marsha Kinder (2009) have insightfully contributed much to the intellectual conversation on *The Wire* and its systemic analysis of inner-city Baltimore. In his examination of season four, which focuses on the Baltimore educational system, Tyree praises (2008:32) *The Wire* for its “extraordinarily honest depiction of the gravitational pull of the streets and drug ‘corners’ for a generation of African American inner city youth with few other prospects or opportunities”. Similarly, Kinder observes (2009:52) that emotional power of the series is contingent on the “dynamic tension” between “many vibrant characters with enormous potential and, on the other hand, seeing how the culture is wired to destroy them.” What is most notably at play in both respective points by Tyree and Kinder is the implicit concept of the hood as an institutional structure, what Kinder cites as “the culture,” that suffocates any tangible means of hope for the young African American middle schoolers that compromise the narrative cornerstone of season four. The notion of “the gravitational pull of the streets,” as well

as a culture or structure “wired to destroy,” raises questions not just of systemic analysis, but of subjectivity and autonomy undisputedly concerning all central characters of *The Wire* but most compellingly, the young African American middle schoolers depicted in season four.

Continuing the overarching narrative of the city, including the storyline of the drug game and its power shift from the Barksdale organization to Marlo Stanfield’s crew, season four brings the educational system into the narrative fold, closely following four African-American eighth graders from inner-city Baltimore: Namond Brice, Randy Wagstaff, Duquan Weems, and Michael Lee. In keeping with the narrative tapestry of *The Wire*, the four teens are intricately connected to past narratives as they find themselves in the classroom of new math teacher, Mr. Pryzbylowski, a member of the Baltimore police department in seasons one through three. All living in the dysfunctional environment of the hood, the youngsters are a close group, though their individual circumstances are, at times, fairly distinct: Namond, the son of Wee-bey, an incarcerated Barksdale enforcer, is pushed by his charismatic mother to follow in the criminal footsteps of his father; Randy, a product of foster homes, is a shockingly innocent, charming, candy-selling, pseudo-entrepreneur; Duquan, a son of crack fiends, has a mind for math but lives in a home where all his belongings are sold to secure a high; and Michael, the quiet, intelligent leader of the pack, is left to raise his baby brother, trapped in a home with an abusive step father and a heroin addicted mother.

Though each of the boys, aside from Namond, experience dramatic, heart-wrenching, destructive evolutions at the institutional hands of the hood, Michael’s progression from soft-spoken, intelligent leader to violent Stanfield enforcer is particularly ripe for examination. Interestingly, Michael’s aforementioned qualities seemingly bait viewers to simply read his street evolution as a tragic instance of a bright young kid’s inability to choose the so called right path. Interviews and articles on Michael’s evolution over the fourth season of *The Wire* are indicative of an ideological belief—an American individualism—that suggests that Michael, though a product and resident of rugged, inner city Baltimore, is, more or less, autonomous over his fate and outcome—meaning, with a enough wise choices on his part, he can escape the ever present temptations and violence of the streets.

The proclivity to attribute Michael’s degeneration to his flawed decisions indicates an ideological belief of individual autonomy, which happens to largely conflict with the ideological outlook of *The Wire* while fitting perfectly in the American ideology of the individual. Appropriating an Althusserian theory of ideology and the subject, I will attempt to complicate any oversimplified reading of Michael’s shift to the streets as a failure to follow the “constructive path”. In so doing, I argue that a close reading of Michael’s degeneration is one of several prime instances in *The Wire* that solidify the hood as a produced institution that indiscriminately subjects its inhabitants to a destructive existence or death altogether with staggering societal implications, and that to neglect such a central motif of *The Wire* is akin to opting for a voyeuristic romp through the black ghettos of Baltimore only to overlook one of the 21st century’s most needed and important social

commentaries on America, the inner city, race, and capitalism.

D'Angelo Starnes, of *EbonyJet*, (2008) whose blog on the show often offers noteworthy insights, poses the following rhetorical question lamenting Michael's evolution over the course of season four and five: "You direct his positive traits to a constructive path and what do you have? A Johnnie Cochran? A Spike Lee? A Barack Obama?" ("Transitions"). Starnes' proclivity to identify "a constructive path" as the determiner of Michael's fate echoes an American ideology of individual autonomy—that by his choices, and the path he follows, Michael can escape the snares and pitfalls of life in the hood. This ideology of the individual, which Starnes' seems to affirm, clashes with what I'm calling the ideology of the institution, an adaptation of Althusser's ideological state apparatus, held by *The Wire*'s creator, David Simon, who in speaking on the show's model, declares, that the institutions above his characters—politics, the drug trade, school system – these "Postmodern institutions" are the "gods" that dictate fates, rather than individual choices (O'Rourke, 2006). Where critics like Starnes place autonomy and fate in individual choices, Simon places such ultimate outcomes in institutions very much true to an Althusserian ideology, though one that must be considered an adaptation since, unlike Althusser, I find Simon crediting the cause of such institutions to an amorphous societal force rather than a distinct, tangible source.

As alluded this ideology of the institution largely finds its theoretical origins in the work of Louis Althusser's (2007:1271) "Ideology and Ideological State Apparatuses". Althusser posits that all people are "always already subjects," that what people may consider their "free" subjectivity to hold to an ideological belief is, in fact, an act of merely freely accepting one's submission. A person's subjectivity is thus truly only perceived subjectivity; all are ultimately a product of the ideological state apparatuses (what I'm calling the ideology of the institution, or simply the institution of the hood or inner city) to which they ascribe. Simon's revelation that institutions are the gods that determine fates in the narrative structure of *The Wire* skillfully builds upon Althusser's theory of the ideological state apparatus, blurring the lines of individual autonomy and subjectivity. While this question of subjectivity and the institution is present throughout the entirety of *The Wire* never is it so ruthless and visible than when dealing with the aforementioned crew of westside youngsters and for my purposes, specifically, Michael, whose evolution over season four has multiple pivotal moments in need of critical examination.

"Boys of Summer," the first episode of season four, begins with Baltimore drug lord, Marlo Stanfield's two street assassins, Chris and Snoop, buying a power performance nail gun which they use throughout the season to tomb up their murder victims in the decrepit vacant housing projects throughout the city, boarding them up with "IF ANIMAL TRAPPED" signs. J.M. Tyree astutely comments (2008:34) on Chris and Snoop's eerie ambivalence toward their morbid work, but more notably asserts that their undetected, seemingly nightly murders and burials prove that "the inner city has literally become a graveyard for its lucklessly non-white inhabitants". The figurative parallel between the countless murdered minorities not even granted the dignity of a

funeral with family or proper burial and the “IF ANIMAL TRAPPED” signs which enclose their decaying bodies are too obvious and disturbing to unpack—yet *The Wire*’s point must not be overlooked: the institution of the inner city or the hood (terms interchangeable for my purposes) function much like a trap, hailing its inhabitants and offering them nothing but a ticket toward destruction and death.

In showing the “enormous potential” of characters like Michael and then tortuously portraying how the hood “is wired to destroy them,” Simon illustrates the institution of the hood as a social structure built to condemn even its most hopeful subjects to the pits of destruction (Kinder, 2009: 52). Of the young westside crew (Randy, Michael, Duquan, and Namond), it seems Simon and his writers wish to portray Michael as the most likely to avoid the descent toward demise through the hood’s gravitational pull toward guns, drugs, and crime. In “Boys of Summer” and “Soft Eyes,” the first two episodes of season four, Michael, in his fatherly affection for his baby brother, Bug, proves himself to be the closest substitute to a father in a community utterly devoid of father figures. Michael’s tenacity, loyalty, leadership, and toughness are undeniable and particularly evident in his loyalty toward the oft-bullied Duquan and Randy and his tenderness in essentially raising his younger brother, provisionally absent of his addicted mother.

It must be clearly reiterated here, as Althusser asserts, all individuals are always already subjects, and Michael, despite such admirable qualities, is, by his locale and his ethnicity already “hailed” and subjected to the institution of the inner city and its dominant outcome: destruction (2007:1269). Michael’s subjectivity, consequent of his locale and ethnicity, is witnessed immediately in the season four: he lives by the drug corners controlled by the king of Baltimore’s drug game, Marlo Stanfield, and even within Michael’s home, he is forced to cope with a sexually abusive step father and a heroin-addicted mother. Thus even while characterized in early episodes as the intelligent, quiet, leader of his peers, try as he might, Michael’s personal qualities cannot negate his subjectivity to the inner city. Yet, even trapped within the institution of the inner city and its subsequent street ideology, Michael’s personal qualities become more laudable as he shrewdly attempts to remain as unsubjected and autonomous as possible.

As the entire city begins preparing for school in a few days, Marlo makes a play to win the favor of the children and teens in the hood, sending one of his enforcers to hand out cash to kids near his corners for school clothes shopping. The younger children receive the cash with joy, as do Michael’s boys, Randy and Namond. Leary of the subjection implied by such a handout, Michael chooses not to take the \$200 and walks away visibly agitated. Marlo, watching from across the street, approaches and confronts him. Standing his ground, when questioned by Marlo (“You such a bitch-ass punk you worried about where my money come from?”), Michael does not respond but stares at him firmly, eye to eye. Impressed by Michael’s audacity in not cowering, Marlo dismisses Michael, assuring him that they are “cool”. Later in the episode, ignorant to the potential strings attached to Marlo’s handout, Namond and Randy revisit Marlo’s perceived generosity, curious as to why Michael refused the cash:

PREVIOUSLY ON

RANDY. Marlo wanted us to have it [the money], he wanted to show us who calling the shots out here.

NAMOND. Yo, Michael, why you ain't take it?

MICHAEL. That ain't me.

NAMOND. Say what?

MICHAEL. That owing niggas for shit. That ain't me. (2007: "Soft Eyes")

Michael's ability to detect that a potentially ambiguous debt would be accrued toward Marlo by taking the free handout is indicative of Michael's keen character but more notably, illustrates his ever-alert desire to remain as removed from subjection as possible. While his peers are unable to see Marlo's ploy, Michael displays a shrewd awareness of subjection: that nothing comes free from a person's hand without some form of "owing". Michael's rejection of Marlo's handout becomes all the more provocative given the fact that he is in need of money to provide for his and Bug's school supplies and other basic needs; in fact, prior to Marlo's cash giveaway, Namond temporarily gives his job as a drug runner for street-seasoned dealer, Bodie, to Michael so that he might earn enough cash to purchase school items for he and Bug. With this small but important detail in mind, it is understood that temporary drug dealing for Michael is more autonomous, advantageous, and desirable than taking an immediate payout that would satisfy his monetary needs at the expense of "owing niggas for shit"—becoming subjected to another.

Michael's temporary stint as a corner boy only adds to Marlo's respect for his character and his interest in enlisting Michael in his organization. The episode, "Home Rooms" shows Michael to be a much desired asset: Marlo and Chris, impressed and somewhat surprised, to see Michael working Bodie's corner as a job as opposed to taking their baited handout, remark that Michael has "got good signs on him"; while Bodie, equally impressed with Michael's cocksure corner skills, attempts to convince him to drop out of school and deal full time. In explaining that his corner career was meant to be purely temporary, Michael vocalizes that school is his priority, a response that leaves Bodie nonplussed at Michael's naiveté: "What the fuck you wanna go to school for? What you wanna be? An astronaut? A dentist? A pay lawyer?" (2007: "Home Rooms"). Bodie, a "tremendously important character in the grand scheme of the show" and one of the longest standing characters in *The Wire*, has been dealing on the corner since season one (since age thirteen he reveals in a later episode), long enough to garner the respect of rogue detective Jimmy McNulty (Shoals: 2008). If any eyes have understood the underbelly of the inner city institution surely Bodie is that character. Even so, Bodie's commentary on the function of school reveals what ought to be near obvious, the educational system is not geared toward Michael or for any viable success, a tangible truth seen nearly every time the cameras of season four visit the dysfunctional Edward Tillman Middle and Mr. Prezbo's classroom which is consistently chaotic, occasionally violent, and built solely upon improving its dismal state test scores.

In becoming a corner boy for Bodie, Michael has already subjected himself by choice to the institution of the inner city (and specifically, the Baltimore drug trade) but seemingly on his own terms, terms which allow him to reject Bodie's full time offer in favor of school. Thus in rejecting Marlo's conspicuous attempt to subject him as well as Bodie's proposal, Michael can

be read as keenly more alert to the institutional power structure of the hood than his peers, while simultaneously attempting to exercise as much autonomy as possible in an institution, that has very limited options for viable success. Michael seems to understand that dabbling in the drug game may have advantages as long as he can do so with autonomy, independence, and the ability to exercise a perceived subjectivity. Yet what is complicated about Michael's prized subjectivity is that he does indeed subject himself in time to Marlo's organization however not due to poor choices but because, in his understanding, allegiance to Marlo grants him more subjectivity than otherwise attainable.

Seeing the decrepit apartment Michael calls home, Snoop confidently reasons that "a hard run" to recruit to Michael will have him in no time, insinuating that Michael's poverty will make the prospect of cash and luxury as a Stanfield soldier irresistible (2007: "Refugees"). In this instance, Simon presents a clear assertion: the institution of the inner city, particularly its poverty and neglect, will likely force the strong-willed Michael to acquiesce to the gravitational pull of the streets in order to escape the ills of poverty inherent to life in the hood. While this consequence of the hood is largely accurate, Michael has already proven his shrewd independence in his ability to leave Bodie's corner after accumulating enough money to temporarily fend off the monetary consequences of his mother's addiction and neglect. In so doing, Simon shows viewers that Michael's shrewd street resourcefulness and alert intellect will thus enable him to make ends meet without fully relinquishing his subjectivity to the hood's incessant attempts to remove his autonomy and place him on a path toward destruction. While financial destitution may be temporarily satisfied in Michael's cunning resourcefulness, *The Wire* adds a layer of complexity, showing the hood's institutional fates cannot be escaped even by a youth shrewd as Michael when his sexually abusive step-father returns home after a drug related prison stint. The tension between Michael and Bug's father is thick and uncomfortable as undertones and later strong signs of sexual abuse emerge as Michael refuses to leave Bug alone at home with his father. Coupled with Michael's distrust of overly friendly men and Bug's step dad's decree, "ain't no forgiveness in your soul," viewers are strongly suggested to believe Michael was sexually abused by his step-father prior to his time in prison (2007: "Corner Boys").

In the return of his step-father, Michael is presented with a force attempting to subject him on multiple practical and deeper fronts. Practically, his mother announces that Michael is no longer in charge of the family's finances (she orders that the family D.S.S card go to Bug's father) and he is no longer the primary person who spends time with Bug. This transfer of Michael's autonomy as the man of the family to his step-father indicates Michael's subjection to another, even more concerning a subjection to another whose sexual behavior toward Bug and Michael is highly questionable, as is his ability to provide for their family's needs. The reappearance of Bug's father presents Michael with a problematic circumstance that threatens to remove his subjectivity as the man in his home, the owner of his body and his emotional well-being, along with his role as protector and functional dad of his brother. Bug's father represents a precarious circumstance that, unlike financial problems, temporary drug dealing will not solve. At an intense crossroads that will dictate the outcome of his highly prized subjectivity, Michael explores multiple paths to

rectify the intrusion of his stepfather into his world of perceived subjectivity and autonomy. In exploring these paths, Michael finds that the hood offers little resolution but those found in the streets.

Visibly shaken by the presence of his stepfather at home, Michael's demeanor at school becomes languid, garnering the attention of Mr. Prezbo, who reads the situation as a problem at home, prodding Michael to open up to him for help and offering to send him to social services. Michael remains silent and in doing so, displays distrust in the possible outcome of accepting Mr. Prezbo's goodwill. Notably, Ben Walters asserts that multiple white characters on the show actually serve as a case study of "how even ostensibly well-intentioned white people can exacerbate the problems of black people" (2008:64). This seems to be the cause of Michael's reluctance to trust Mr. Prezbo's earnest desire to help him—white people's attempt to help in the hood seemingly increase problems, a potential sign that individual solutions are not needed but systemic, an assertion that strongly confirms the hood as a functioning Althusserian institution. As Michael inquires of Randy what social services would do if he reported his situation and learning that he and Bug would likely be split and sent to group homes (ultimately the place where Randy will end up by season's end), Michael realizes the institutional structure of his environment meant to help him, education, good intentioned adults, and government social services, are not actually able to do so. In Michael's moment of realization, Simon illustrates that the institution of the hood has been structured by "unchecked capitalism," leaving its inhabitants with little hope in the flawed structures that are supposed to provide renewal and hope, ultimately subjecting them to find answers on streets that promise everything but (Jones, 2008: 23).

When Michael brings his familial problem to Marlo, in season four's "Know Your Place," viewers are affronted with the reality that the institution of the inner city has seemingly forced Michael's hand toward this fate. However, in entering an implied pact with Marlo, Michael can be seen as exchanging his subjection from the jurisdiction of his abusive stepfather to that of Marlo and in so doing, remaining autonomous over his body, his brother, and regaining his perceived role of head of the family. Thus, while Althusser's theory of the always already subject rings true, I assert that it adapts once more in a proper reading of Michael's evolution, as he does not assume evoking a favor from Marlo makes him unsubjected—rather in choosing to be subjected to Marlo as opposed to his father, Michael retains subjectivity in the areas necessary to remain true to his character: his physical, masculine, emotional, and monetary independence as well as that of his brother's. Whereas most perceive themselves free subjects, it seems Michael calculates that he is never fully a free subject, only more or less subjected; this metacognitive understanding of an ubiquitous, unavoidable subjection leads Michael to conclude that within the large suppressive institution of the inner city, only under the employment of Marlo is he most advantageously subjected, an incredible testament to the shrewdness of Michael's character and, possibly more so, a disheartening testimony of the ruthless nature of the inner city.

Tyree hints at this concept of the institution of the inner city, noting that characters like Michael "spring traps on themselves because their environment offers them no real choice." Indeed,

the temptation of the street life is rampant: “In *The Wire* the drug trade really is a trade and entry level begins in pre-adolescence” (Jones, 2008: 24). While Tyree rightly asserts 2008: 36) that the hood “environment” gives its inhabitants no options but to fall into the “traps” of the street, he seems to suggest that Michael ignores a rare option for help: “Although he has a positive mentor in boxing coach and former Barksdale enforcer Dennis “Cutty” Wise...Michael ultimately turns to Marlo, Chris, and Snoop to rid his family of its tormentor, entering a Faustian pact to become a drug dealer and killer himself in the process.” Though Tyree is ultimately not reductive and negligent of the institutional nature of the hood as DeAngelo Starnes appears in speculating that a constructive path would have Michael as the next Barack Obama, Tyree’s reference to the hope in Cutty’s mentorship hints at an ambiguously similar stance. Notably, it is Michael’s past sexual abuse that arrests any chance of trust toward Cutty, as Michael finds him “too friendly...like he some type of faggot or something” (2007: “Know Your Place”). Regardless, were Michael to ascribe to Cutty’s tutelage, he would still be a resident of the hood, and thus subject to its inherent landmines and trappings. More good choices or positive role models in Michael’s life would not negate his subjection to the institution of the hood by his locale and ethnicity. Therefore, Michael demonstrates the dangerous shrewdness the hood produces in its most autonomously minded inhabitants by seeking the path that gives him the most power and independence—becoming a Stanfield soldier.

The means of securing his brother’s well being and his own, along with his qualified subjectivity by a conscious and willful subjection to Marlo, not only proves Michael’s shrewd desire to be as independent as possible but also the street evolution necessary in the institution of the hood to attain a semblance of autonomy and purpose. Once Chris and Snoop take care of Michael’s problem, with an untypically brutal murder of Michael’s stepfather, Michael’s persona begins to reflect his qualified subjectivity and his evolution as a Stanfield soldier. Michael’s increased audacity, independence, and street evolution is seen as he heads the plot to enact revenge on the crooked cop, Officer Walker, who constantly makes trouble for the young quartet. Masked in bandana and hoody, Michael’s emergence as a street player is evident as he handles a gun in the otherwise boyish plot to key Walker’s car and cover him with paint. Firing a warning shot to show Walker he means business, Michael commands Walker to kneel down in order for Namond to douse him in paint. As Michael spots the gaudy diamond ring on Walker’s finger, he brakes from the crew’s plan, removes his bandana, and takes the ring off Walker, risking being seen unmasked by Walker in the process. Namond is angry, scared, and surprised by Michael’s renegade risk, a noteworthy event in Michael’s degeneration (2007: “A New Day”). Freed from subjection to his stepfather, Michael now acts increasingly in step with his acquired empowerment through his subjection to Marlo and the streets.

Michael’s street evolution reaches a similar pivotal moment as he violently beats Kenard, the defiant thirteen year old corner boy, whose insubordination against Namond lead him to steal Namond’s drugs instead of selling them. As Michael makes swift work of Kenard, Namond, undergoing an identity regeneration, is traumatized by the violence, running away tearfully, crying “I ain’t want it [the drugs]” back anyway (2007: “That’s Got His Own”). Kent Jones describes

PREVIOUSLY ON

(2008: 25) the next encounter between Namond and Michael, as “two characters at a spiritual crossroads, one moving into abasement, the other into regeneration”. Looking to make up for his weakness with Kenard, Namond attempts to act tough in front of Michael by bullying Duquan. Michael, enraged by Namond’s weak, hypocritical character for the last time, pummels his former friend with several punches to the face. At this moment, Michael has begun his descent into the street game, shortly to take over his own corner and commit his first murder as a Stanfield soldier. As Namond tearfully recoups from his beating, he remarks that “Mike ain’t Mike no more,” a sentiment which, while truthful and a satisfactory quick answer, presents a reductive understanding of Michael’s actions neglecting the deeper aspects of Michael’s street evolution.

That Michael must turn to the streets for purpose and solutions which are not found in his environment’s educational or government systems speaks loudly to Simon’s understanding of the inner city as institution that forces its inhabitants to the only viable option: enlisting in the street game, an ultimate move toward destruction and death. As season four closes with Michael coolly walking up to his target, face to face, and firing one bullet to the head, his moral degeneration is unquestionable (2007: “Final Grades”). Yet aside from the anomaly of Namond’s regeneration in escaping the corner through his adoption to ex-cop turned social researcher, Bunny Colvin, Michael’s choice to subject himself to the hood through Marlo is arguably the best choice of the quartet, which in and of itself, is a damning testimony to the destructive nature of the inner city as revealed by Simon. Randy, in his naive innocence and trust of adults, is unable to keenly understand the workings of subjectivity and the hood like Michael, getting pegged as a stitch (the most despised persona in the hood) and consequently being placed in an abusive, dysfunctional group home after teens burn his foster home down in retaliation for his stitching. Duquan, on the other hand, resides with Michael in his new apartment free, yet once Michael makes a play at increased autonomy, Duquan feels he can only turn to living on the streets and becomes dependent upon heroin. While only Namond is able to escape the destructive nature of the hood, reaching “salvation” by virtue of adoption, Randy and Duquan progress toward “damnation” as they cannot escape subjection to hood nor do their actions indicate they are privy to their subjection. Michael, too, progresses toward damnation particularly when contrasted with Namond’s journey; however Michael’s awareness of the inescapable nature of the hood enables him to maneuver with a more autonomous posture within the trappings of the inner city than Randy or Duquan, thus Randy and Duquan’s damnation is total while Michael’s remains qualified as he uses his degeneration to his benefit.

After following this young quartet over the course of season four and sections of five, Simon assaults viewers with the gut-wrenching prospect that the damnation of Randy, Michael, and Duquan is the ubiquitous, expected outcome for inner city youth subjected to the institution of the hood. Tyree notes that “[i]n Hollywood, we would only see Namond’s reclamation story; in *The Wire*, Namond is seen as a brilliant and unlikely exception to the rules of the game, in which institutions crush individuals.” According to *The Wire*, Namond is an anomaly as are all “individuals who overcome the odds [are]...pernicious and unacceptable” (Tyree, 2008:38). Similarly, Michael’s qualified subjectivity makes him somewhat of an anomaly considering his

PREVIOUSLY ON

increasingly autonomous posture by season five's end.

Given this constant decree that the institution of the inner city hands to its inhabitants only death and destruction, Michael's ability to maneuver through the active graveyard that is the hood, though ultimately subjected to its inevitable outcome, is the course of an independent mind trapped in an environment designed to suffocate his existence. Whereas season four's closing montage shows Michael moving up the ranks of the Stanfield crew, "Late Editions" of season five (2008) and the closing montage of the season/series in "—30—," illustrate Michael's boundary-testing quest to achieve as much subjectivity and longevity as the institution of the hood will permit. As the Stanfield crew begins to deteriorate with the Chris's arrest on murder charges, questions arise between Marlo, Chris, and Snoop as to whether or not there is a stitch in their crew. Deciding that Michael may be the stitch, Snoop picks him up in her SUV following orders to murder him. Aware of the vulnerable state of the crew, Michael has already scoped out the scene prior to Snoop arrival and is privy to the setup. In the car, Michael asks Snoop to pull into an alley so he can go to the bathroom, as Snoop acquiesces, Michael quickly pulls his own gun from his jacket. As Michael, gun ready, prepares to eliminate Snoop, she smirks at Michael's reading of the plot:

SNOOP. Smart nigga. You always was. How you know?

MICHAEL. Y'all taught me...Why? What'd I do wrong?

SNOOP. Chris locked up over something he did for you and you downtown with the police.

MICHAEL. I ain't say a word.

SNOOP. Yeah, that's what you say but it's how you carry yourself. Always apart, always askin' why when you should be doin' what you told. You was never one of us and you never could be. (2008: "Late Editions")

In what comes across as an eerily tender exchange, Snoop reveals Michael's independence stopped him from being a good soldier, quiet and obedient. Blogger intellectual, Bethlehem Shoals skillfully addresses the possible readings of Snoop's assessment of Michael's character, the comment "You was never one of us," stating:

There's still the possibility that, in making this move, Michael showed what we've suspected all along: That's he destined to end up like Marlo, because he's just too smart, shrewd and determined to work for anyone else. Hence that flipping of what Chris and Snoop taught him about how to scope out a potential hit. He took the field manual and used it for himself. (Shoals, 2008)

Implicit in Shoals' insightful commentary are strong hints of Michael's unflinching desire to remain as unsubjected and autonomous as his environment will allow. While not addressing the institution of the hood explicitly, Shoals's observation that Michael "took the field manual and used it for himself" affirm my reading that Michael's shrewdness comes from an adept, metacognitive understanding of the rituals, as Althusser would state, or the workings of the institution of the hood, and more so, being able to implement them to secure as much free subjectivity as possible in an environment created to subject and eventually destroy all.

In the closing scene of season five, *The Wire* (2008) cements Michael as a shrewdly autonomous

figure able to maneuver through dangers of the hood to his own benefit by drawing an overt parallel between Michael and Baltimore's infamous, gay, renegade stick-up artist, Omar. A key figure in *The Wire* since season one, Omar is nothing short of legendary status in the hood, known for his renegade rules of never "serving any masters other than himself and never cursing," and constantly sticking up strictly big time dealers for their cash and supply (Weisburg, 2006). What's noteworthy is that Simon fashions Michael, fresh off his departure from the Stanfield crew, as the next Omar. Episode "—30—" shows Michael coolly robbing local dealer, Vinson's cash front, shooting him in the knee when he quips "You're just a boy," and quickly responding in Omar-esque fashion, as Vinson writhers in pain, "and that's just your knee". The last image viewers catch of Michael is his replacement of Omar as the hood's the quintessential autonomous street renegade, the one player in the streets free from rules and a chain of command, the one player with the most free subjectivity. In Michael, viewers are presented with a character, who evolves from a typical inner city youth to a shrewd player in the drug game—yet his ability to kill before killed, to kill and slang to position himself most advantageously in life should be read as a teen exerting his intelligence and autonomy as best as his environment permits, which is unquestionably the damning indictment of the intuition of the inner city *The Wire* wishes to be seen, felt, and understood.

As intricate and intriguing as Michael's evolution is, a reading of his evolutionary complexities that omits the societal implications of his evolution—that is, not considering what his path reveals about the hood as an institution—would be disrespectful to the *The Wire* and the systemic analysis it so emphatically embodies. In the character of Michael Lee, *The Wire* presents us with a promising, smart youth with enormous potential, possibly the next Barack Obama or Spike Lee according to some, only to show viewers how such promising characters are devoured and destroyed by the inner city. Even Michael's display of shrewd intellect in becoming the street's autonomous renegade damns the institution of the inner city, showing that Michael could only take the destructive path dictated to him by his environment, yet skillfully made from this fate what he could.

As enticing as it is to be consumed solely by the compelling nature of *The Wire's* characters, Simon speaks to being interested in the institutional and how individual evolutions point to the flawed institutions of the American city. While the institution of the hood or inner city functions to destroy, it is, in fact, a product of a larger institution or cause. Just as Althusser claims that ideological state apparatuses and their ideologies and rituals are created by specific entities like the church or government, Simon similarly attributes the state of the hood to the larger, somewhat ambiguous system of "unchecked capitalism" (Jones, 2008: 23). That is, the marginalization of a particular demographic must occur in order to allow the dominant demographic to maintain their financial, educational, and material well-being. Kent Jones puts it well, "That 'raw, unencumbered capitalism,' to quote Simon, is the real enemy; that the drug trade is only its most visible and destructive manifestation" (Jones, 2008:25). The institution of the hood, a system gravitationally pulling its inhabitants toward the streets and its destructive fates, is the product of "capitalism unbound" where "nothing but the moral luck of the draw separates us from the homeless addict

Bubs, or Namond, the teenager with no heart for the game” (Jones, 2008: 26). In a worldview where all are already always subjects, constructive paths or right choices do not free one from the institutions that dictates fates, rather it is exclusively the “luck of the draw” as to what institution one is subjected to via uncontrolled factors like locale or ethnicity that determine one’s ultimate outcome, a systemic repercussion of capitalism unchecked.

In accordance with Simon’s statement that *The Wire* is about the “triumph of capitalism,” “the very simple idea that...human beings—all of us—are worthless,” a constant concept fleshed out in *The Wire*’s treatment of its characters and in Simon’s revelation that institutions dictate fates, it’s crucial to register the discrepancy between what Simon sees *The Wire* revealing in this regard, and what viewers seem apt to take away (O’Rourke, 2006). As Simon’s statements affirm, and my close reading also attempts to affirm and nuance, *The Wire* is about the institution of the American city and the fates they dictate, like angry Greek gods, upon their subjects. Yet intelligent, insight commentators like the aforementioned DeAngelo Starnes can misread Simon and characters on the show itself by claiming that Michael on a constructive path could evade the ills of the hood, a reading that largely misses the function of Michael’s character: that the hood is designed to predominately destroy even its most potentially vibrant subjects.

If an astute mind can misread *The Wire*’s institutional commentary, how much more so might the so called average viewer fumble this infinitely valuable critique, which Simon affirms as the central thematic purpose of *The Wire*? Surprising or not, Tristan Wilds, the brilliant young actor who plays Michael, reveals a similar misreading of his character’s subjectivity and *The Wire*’s emphasis on institutional power over individuality, as does the LAist interviewer (2008), who asks him, “Right from the start it was easy to see that Michael was different from the other kids, a leader. If swayed in the right direction, he has potential to do great things, what do you think him going the other way says about today’s youth?” Like Starnes, Wilds’s response signifies an emphasis on individual choices ignoring the subjection to an institutional power, “...even with positive influences around him, he [Michael] went the other direction because he felt it was the only way he could get what he needed done. He didn’t realize there were plenty of other ways he could have gone, being from Baltimore and seeing what he has seen, he thought this was the only way he could go” (Wilds, 2008). Wilds dances near the show’s concept of the institution in mentioning Michael’s subjection consequent of his locale and environment (“being from Baltimore”), but the claim that “[Michael] didn’t realize there were plenty of other ways he could have gone” denotes a contradictory ideology to the show’s. Wilds’s belief that fate lies in the actions of an individual neglects the power of the institution and is largely indicative of the American ideology of the individual, that is “the inevitability of progress through can-do attitudes” and correct individual decisions. The fact that “*The Wire* is, at its core, a critique of America itself,” particularly this ideology of the individual, and still the concrete implications of this critique, the indictment of American capitalism and its subsequent institutions, are misread, or worse missed entirely by countless viewers, reveal that this America ideology of the individual may be an unshakeable paradigm (Tyree, 2008:38).

PREVIOUSLY ON

The destructive, marginalizing effects of the ideology of the individual constitute the core of *The Wire*'s narrative and its critique of the American city. Simon and his writing team, in their portrayal of characters like Michael, vividly display that the institutions of the American city, erected by capitalism, are inherently poised to destroy its inner city inhabitants barring a great and unlikely systemic restructuring of the social and political system. Sadly, it may be the case that those who rightly laude *The Wire* for its cinematic merits, impeccable acting, authentic writing, and hyper-realism and those who just plain enjoy the show, lay viewers, if you will, may both neglect, at varying levels, the incredible societal commentary leveled against the American ideology of the individual. As seen in *The Wire*'s portrayal of Michael (and countless other characters not treated in this argument), individual actions—whether it's urban youth following good role models or suburban outsiders being more philanthropic or more after-school programs at urban schools—will not lead to progress aside from monumental institutional reworking in the capitalist political and social spheres that create institutions like the hood.

With its authenticity being one of its most celebrated attributes, *The Wire*'s depiction of the institution of the inner city is certainly taken seriously, however viewers remain unable or unwillingly to recognize Simon's explicit critique of the capitalist institutional powers that create such institutions like the inner city. Such a mishandling of Simon's critique as seen by misreadings of Michael's street evolution has disastrous social implications as it places the onus for reform in the hood on the shoulders of its inhabitants needing to pull up their boots straps or schools needing more programs, rather than a total reevaluation of American social and political ideologies with issues of subjectivity in mind. Noting the realism of his character's street evolution, Wilds states "[w]hat you see on the show is really happening, and not just in Baltimore. It's happening in a neighborhood two blocks down from where you live" (Wilds, 2008). There is indeed a wrenching exigency tied *The Wire*'s portrayal of Michael's degeneration and its social critique of the institution of the hood and the structures that put it in play. Viewing Michael's degeneration over the course of season four and five without grasping the systemic critique that the institution of the hood dispenses only destruction is a functional castration of *The Wire*'s social commentary; it is akin to viewing the show solely to "better understand the lives of black drug dealers and those living in neighborhoods where they [the viewers] work" (Walters, 2008: 64). This fantasy-like voyeurism squanders the commentary crafted to bring awareness and reform to the institution which perversely and rightly requires Michael's moral degeneration to be read as an intelligent youth's shrewd, resourceful path to make something for himself in a society that promises him only destruction.

Works cited

- Bianco, R. (2008, March 5). Too Few Were Plugged in, But HBO's 'The Wire' Was Electric. *USA Today*. Retrieved November 12, 2009, from http://www.usatoday.com/life/television/news/2008-03-05-the-wire_N.htm
- Hammer, T., & Wilds, T. (2008, January 2). LAist Interview: The Wire's Tristan Wilds - LAist.

PREVIOUSLY ON

- LAist: Los Angeles News, Food, Arts & Events*. Retrieved November 10, 2009, from http://laist.com/2008/01/02/laist_interview_85.php
- Jones, K. (2008). Down in the Hole. *Sight & Sound*, May 2008, 23-29.
- Kinder, M. (2008). Film Quarterly. *Re-Wiring Baltimore: The Emotive Power of Systemics, Seriality, and the City*, 62.2, 50-57. Retrieved October 1, 2009, from <http://caliber.ucpress.net/doi/abs/10.1525/fq.2008.62.2.50>
- O'Rourke, M. (2006, December 6). Interviewing the Man Behind The Wire. *Slate*, December. Retrieved October 15, 2009, from <http://www.slate.com/id/2154694/pagenum/all>
- Richter, D. H., & Althusser, L. (1989). Ideology and Ideological State Apparatuses. *The Critical tradition: classic texts and contemporary trends* (pp. 1263-1272). New York: St. Martin's Press.
- Shoals, B. (2006, September 18). Through the rapids of time. *Heaven and Here*. Retrieved October 10, 2009, from <http://heavenandhere.wordpress.com/2006/09/18/through-the-rapids-of-time/>
- Shoals, B. (2008, February 25). When It's Time, It's Time. *Heaven and Here*. Retrieved October 10, 2009, from <http://heavenandhere.wordpress.com/2008/02/25/when-its-time-its-time/>
- Starnes, D. (2008, January 28). Hot Wire: Episode 54 Transitions. *EbonyJet Online | African American Magazine*. Retrieved November 10, 2009, from <http://www.ebonyjet.com/entertainment/movies/index.aspx?id=4789>
- Simon, D. (Director). (2008). *The Wire: The Complete Fifth Season* [Motion picture]. USA: Hbo Home Video.
- Attias, D. (Director). (2007). *The Wire: The Complete Fourth Season* [Motion picture]. USA: Hbo Home Video.
- Tyree, J. (2008). The Wire: The Complete Fourth Season. *Film Quarterly*, 61.3, 32-38.
- Walters, B. (2008). The Wire for Tourists?. *Film Quarterly*, 62.2, 64-65. Retrieved October 4, 2009, from <http://caliber.ucpress.net/doi/abs/10.1525/fq.2008.62.2.64>
- Weisberg, J. (2006, September 13). Why The Wire is the best show on television. - By Jacob Weisberg - Slate . *Slate*. Retrieved October 10, 2009, from <http://www.slate.com/id/2149566/>

Nerds y geeks como protagonistas de las nuevas sitcoms. Estudio de los personajes principales de The IT Crowd y The Big Bang Theory

Francisco Javier López Rodríguez

Introducción. Geeks y nerds en la ficción audiovisual

Los vocablos ingleses *nerd* y *geek* aluden a un cierto tipo de persona caracterizada por su alta capacidad intelectual, por sus pobres habilidades sociales y por una gran dedicación a sus aficiones, ya sean la informática, los cómics o los videojuegos. Estos términos, cada vez más frecuentes en la lengua española, son usados prácticamente como sinónimos en la actualidad para designar al arquetipo del “empollón”, “el pardillo” o “el friki”. Su origen social está principalmente vinculado a la estratificación estudiantil estadounidense en tanto que sirven para designar a determinados grupos de estudiantes de instituto (Kinney, 1999; Urberg et al., 2000). De hecho, tal y como señala Kinney, durante más de cuatro décadas los científicos sociales han estudiado y documentado la existencia de un sistema de estratificación social dentro de los institutos. Este sistema divide a los estudiantes en diversos grupos como los “populares” (por ejemplo, los *preppies*, *trendies* y *jocks*, es decir, los “pijos”, los “modernos” y los “deportistas”), los pertenecientes a “subculturas alternativas” (como los *burnouts*, *headbangers* y *gangbangers*, es decir, los “porreros”, los “fans de la música *heavy*” y los “miembros de bandas”) y, por último, los marginados *nerds* o “empollones” (denominados *geeks*, *brainiacs* y *dweebs*, es decir, “pardillos”, “cerebritos” y “pringados”). En general, los estudios han establecido que la inclusión en uno de estos grupos viene marcada por el comportamiento en clase y la participación en actividades extraescolares, de modo que los grupos populares intervienen en los equipos de fútbol o baloncesto, el consejo de estudiantes, la elaboración de anuarios o en los equipos de animadoras. Estos estudiantes populares presentan niveles superiores de autoestima que los miembros pertenecientes a grupos menos populares, como los *nerds*, que no suelen participar mucho en las actividades extracurriculares (Kinney, 1999: 21). En concreto, este autor señala que los estudiantes denominados “*nerds*” o “*geeks*” por sus propios compañeros suelen asistir a cursos preparatorios para la universidad y participan en actividades menos populares como clubs de ajedrez, competiciones académicas, periódicos escolares así como clubs de idiomas o ciencia. La mayoría de estos estudiantes provienen de familias de clase media o alta y, a través del encuentro con compañeros con las mismas aficiones, llegan a verse a sí mismos como “normales” (Kinney, 1999: 24).

Aunque la proximidad haya hecho que las palabras *nerd* y *geek* se usen prácticamente como sinónimos, lo cierto es que cada una de ellas presenta matices propios, por lo que conviene detenernos en una definición más certera. Comencemos con el término *nerd*, que se usa para designar a aquella persona débil físicamente y poco atractiva cuya actividad principal es el estudio de disciplinas científicas o tecnológicas. Este estereotipo implica una cierta obsesión por estas actividades hasta el punto de reducir drásticamente sus interacciones sociales o

participación en otros campos. También se caracterizan por su desinterés por el deporte y el descuido de su apariencia, llegando a vestir de forma ridícula o pasada de moda. La imagen del *nerd* se vincula en muchos casos al mundo de la informática así como a aficiones tales como los videojuegos, la ciencia ficción y los juegos de rol. Kendall señala que el origen etimológico de *nerd* es desconocido y que su significado original venía a ser el de “marginado” o “inadaptado” principalmente, sin ninguna vinculación del término con la inteligencia o el uso de ordenadores. Por su parte, McArthur señala que el término *nerd* tiene una sórdida historia en tanto que se usaba para denominar a los fenómenos de ferias ambulantes. La palabra ha ido evolucionando hasta convertirse en un insulto para degradar y humillar a los marginados “empollones” de los institutos. No obstante, este autor sugiere que, dado que estas personas se caracterizan por sus amplios conocimientos, la palabra *nerd* se ha convertido recientemente en una etiqueta para denominar a aquellos que demuestran una gran sabiduría en un campo concreto (McArthur, 2009: 61). Según sus propias palabras,

the geek is one who becomes an expert on a topic by will and determination. Thus, geeks can be found in specific groups and spaces that are classically “geekish,” such as *Star Trek* and comic book conventions, computer-based chat rooms, and Mensa conferences. These sites have been stereotyped as sites for community among intelligent experts. But geeks can also be found among groups in which expertise is required. To be geek is to be engaged, to be enthralled in a topic, and then to act on that engagement. Geeks come together based on common expertise on a certain topic. These groups might identify themselves as computer geeks, anime geeks, trivia geeks, gamers, hackers, and a number of other specific identifiers. Regardless of classification, these geeks share the experience of being experts (McArthur, 2009: 62).

Kelty también señala esta cualidad y los vincula a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, puesto que Internet ha supuesto una nueva vía de interacción en la que compartir conocimiento e intercambiar opiniones (Kelty, 2005: 187). En cuanto a su caracterización, el estereotipo del *geek* es físicamente similar al del *nerd* si bien su personalidad suele ser más extrovertida. También comparten la dedicación excesiva al tema que centra sus intereses aunque, mientras en el caso del *nerd* se trata de la ciencia, la tecnología o la informática, el *geek* suele vincularse más a productos culturales como el cine, el cómic o los videojuegos.

Como vemos, las figuras del *nerd* y el *geek* suelen mezclarse y solaparse en varios niveles por lo que, a lo largo de este artículo, se utilizarán indistintamente ambos términos ingleses como sinónimos. De hecho, es necesario destacar la dificultad de encontrar un equivalente en español que denote las características básicas de estos estereotipos puesto que palabras como “empollón” o “pardillo” resultan insuficientes. Quizás el término más aproximado sea “*friki*”, proveniente de la voz inglesa “*freaky*”, el cual también conlleva un matiz despectivo pero que resulta demasiado amplio. Un *friki* puede ser desde un aficionado al cómic o un obseso de la informática pasando por ciertas figuras televisivas como Carmen de Mairena o El Pozí. En este sentido, es preferible usar los vocablos ingleses originales con el fin de mantener una nomenclatura más precisa.

Sin duda, los medios de comunicación de masas han contribuido considerablemente a extender estos estereotipos propios de los institutos estadounidenses más allá de las aulas. En concreto, la ficción audiovisual ha construido una imagen arquetípica de los *nerds* y los *geeks* a partir de personajes caracterizados por su escaso atractivo físico, sus elevadas capacidades intelectuales, su torpeza crónica, su mal gusto al vestir, sus comportamientos antisociales o extraños y su exagerada afición a la ciencia, la tecnología o los cómics. Kendall explica que la figura del *nerd* o *geek* aparece como motivo recurrente en el cine y los programas de televisión de temática adolescente desde mediados de los años 70 del siglo pasado, mostrándolos como inteligentes pero socialmente ineptos. Y, tan sólo a partir de comienzos de los años 80, comienzan a aparecer como expertos en el uso de los ordenadores (Kendall, 1999: 262). Podemos señalar como perfectos estereotipos del *nerd* a los protagonistas de la saga de películas iniciada por *The revenge of the nerds* (Jeff Kanew, 1984), conocida en España como *La venganza de los novatos* y compuesta por cuatro largometrajes. Lewis Skolnick, el protagonista de la saga interpretado por el actor Robert Carradine, lidera a una pandilla de marginados en su lucha contra los abusos de los deportistas del campus de la Universidad. Las series de televisión también nos han proporcionado una galería de *geeks* y *nerds* de manual, entre los que podemos destacar a Samuel “Screech” Powers, interpretado por Dustin Diamond en *Salvados por la campana* (*Saved by the bell*, 1989-1993), y a Steve Urkel, interpretado por Jaleel White en *Cosas de casa* (*Family matters*, 1989-1998). También en las series de animación estadounidenses podemos encontrar numerosas caricaturas de los *nerds* y *geeks*, tal y como ocurre con los personajes de Milhouse y Martin en *Los Simpsons* (*The Simpsons*, 1989-) o Steve Smith y sus amigos Barry, Snot y Toshi, todos ellos procedentes de *Padre Made in Usa* (*American Dad*, 2005-). Otras series de televisión centradas en este tipo de personajes son *Freaks and Geeks* (1999-2000) o la reciente *Glee* (2009-).

A todas estas producciones debemos añadir las dos series de televisión que serán analizadas a lo largo de las siguientes páginas: *Los informáticos* (*The IT Crowd*, 2006-) y *The Big Bang Theory* (2007-). *The IT Crowd* es una producción británica de Channel 4 que cuenta en la actualidad con cuatro temporadas y que se centra en las desventuras de Roy Tenneman (Chris O’Dowd) y Maurice Moss (Richard Ayoade), dos trabajadores del área de mantenimiento informático de una gran empresa. Por su parte, *The Big Bang Theory* es una serie estadounidense creada por Chuck Lorre cuyo argumento gira en torno a Leonard Hofstadter (Johnny Galecki), Sheldon Cooper (Jim Parsons), Howard Wolowitz (Simon Helberg) y Raj Koothrappali (Kunal Nayyar), todos ellos investigadores del California Institute of Technology. Estas dos series comparten entre sí varias características que nos permitirán estudiar la construcción audiovisual del arquetipo del *nerd* y del *geek* desde una nueva óptica puesto que, en vez de centrarse en ambientes académicos, los protagonistas de estas comedias de situación son brillantes jóvenes que rondan los treinta años de edad. Es decir, son adultos que se han incorporado plenamente a la sociedad y ocupan determinados empleos pero que, en cierto modo, no han dejado atrás sus rasgos como *nerds*. Además, mientras que en otras producciones los *nerds* y *geeks* han estado relegados a roles secundarios, en estas series se erigen como protagonistas indiscutibles de

toda acción. Y otro aspecto a tener en cuenta es que estos estereotipos socio-culturales siempre han estado marcados de forma negativa pero en *The IT Crowd* y *The Big Bang Theory* se puede apreciar una cierta reivindicación y revalorización de este “estilo de vida”, lo cual queda evidenciado a través del despliegue de múltiples referencias a las subculturas *geek* y *nerd*.

Así pues, a través de un análisis de personajes basado en las categorías de la narrativa audiovisual, se procederá a estudiar las rasgos físicos, psíquicos y socio-culturales de estos personajes así como sus perfiles de masculinidad y sus relaciones con el género contrario. Tal y como señala Kendall, “analyzing nerds as a particular type of white straight male helps illuminate facets of that category. Exploring the discourse around nerds as reflective of the changing relationships of masculinities sheds some light on the enigma of white male identity by viewing some of the cultural processes implicated in its ongoing construction” (1999: 265). Por ello, el estudio de la representación de los *nerds* y *geeks* no sólo repercute en la caracterización de este estereotipo del imaginario social sino que nos permite reflexionar sobre las nociones de masculinidad, identidad y raza (Bucholtz, 2001: 97).

Caracterización física y socio-cultural de los protagonistas de *The IT Crowd* y *The Big Bang Theory*.

Antes de empezar a analizar en profundidad los personajes de las *sitcoms* seleccionadas, conviene establecer la imagen arquetípica de los *nerds* y los *geeks*. Cobo-Durán señala que los *nerds* son “un grupo de personajes feos caracterizados por su inteligencia, siempre contrarrestada por sus nulas o pocas, en el mejor de los casos, habilidades sociales. Su fealdad puede ser física pero en muchos momentos viene acompañada por comportamientos torpes, suelen usar gafas de gran tamaño y ropa descontextualizadas en cualquier situación” (2010: 179). Por su parte, Guerrero González y González Leal explican que “los personajes *geeks* tienen grados altos de estudios (licenciatura, maestrías, postgrado), un vocabulario complejo que demuestra su alto grado de educación y son afines a pasatiempos tecnológicos (videojuegos, computadoras, robots, etc.). Sin embargo tienen un nivel de relación social bajo que se refleja en las inusuales muestras de afecto” (2010: 16). Cox también sugiere que los *geeks* y *nerds* son mostrados como físicamente débiles y socialmente aislados e incompetentes pero añade que, en cierto modo, pueden llegar a ser poderosos y arrogantes. Este autor señala una característica clave como es el hecho de que la inmensa mayoría de los *nerds* y *geeks* de la ficción televisiva son hombres, jóvenes y mayoritariamente blancos (2009: 91).

Los protagonistas de *The IT Crowd* y *The Big Bang Theory* encajan en la descripción que acabamos de comentar pero, si estudiamos atentamente a los personajes, descubriremos variaciones determinantes entre ellos que nos permitirán establecer una cierta tipología del personaje *nerd* o *geek*. De hecho, estas dos producciones presentan una estructura similar en cuanto a lo que personajes principales y secundarios respecta. En las dos series encontramos como protagonistas principales a una pareja de personajes (Roy y Moss en *The IT Crowd*, Leonard y Sheldon en *The Big Bang Theory*) con una evidente diferencia cualitativa en su grado

de *nerdismo* o *geekismo*. Aunque todos estos personajes se pueden catalogar como *nerds* o *geeks*, uno de ellos siempre presenta una estereotipia más marcada y exagerada en contraste con la personalidad más “normal” del compañero. Así pues, Roy y Leonard son los *nerds* y *geeks* más “normales”, es decir, cercanos a cualquier persona mientras que Moss y Sheldon presentan una imagen paródica, exagerada y prácticamente increíble. Alrededor de estas parejas protagonistas encontramos personajes secundarios que vienen a añadir una variedad racial (Raj es hindú), étnica (Howard es judío) o sub-cultural (Richmond es un gótico en *The IT Crowd*).

Comencemos viendo, en primer lugar, a los personajes *nerds* y *geeks* protagonistas más neutros en lo que a sus características se refiere. Roy (*The IT Crowd*), irlandés de treinta y pocos años, tiene una apariencia desaliñada, suele lucir barba de varios días y viste habitualmente camisetas con mensajes o referencias a la cultura *nerd*. Tiene un carácter algo inmaduro que le lleva a disfrutar con las bromas y a presentar una gran irresponsabilidad en su puesto de trabajo. Suele jugar durante su horario laboral a videojuegos o leer cómics, desatendiendo en muchos casos sus responsabilidades. Es heterosexual pero no tiene pareja. De hecho, está muy necesitado y no duda en mentir o aprovechar cualquier situación para hablar con chicas guapas. Por su parte, Leonard (*The Big Bang Theory*) es bajito y lleva gafas de montura negra. Suele vestir de forma discreta con pantalones marrones, chaquetas y camisetas de colores vivos. En su trabajo es profesional y eficiente, a pesar de los continuos ataques de Sheldon hacia su labor investigadora (lo acusa varias veces de plagiar a otros científicos). A pesar de que presenta muchas características de los *nerds* y los *geeks*, Leonard es el menos *nerd* de sus amigos y tiene una personalidad más abierta y social que los demás. En ciertos episodios intenta ocultar sus aficiones más *geeks* a Penny, la chica de la que está enamorado, para no ahuyentarla. Él suele mostrarse tímido con las mujeres en un primer momento y, a pesar de su poco atractivo físico, en la serie ha mantenido diversos encuentros sexuales.

Frente a estos dos personajes más “normales”, encontramos a dos evidentes caricaturas de los *geeks* y los *nerds* que, en varias ocasiones, se mezclan con el estereotipo del científico loco, del superdotado intelectualmente o, incluso, del hombre psicológicamente inestable. Así pues, Moss (*The IT Crowd*) resulta ser un *nerd* de manual que lleva gafas con montura negra de gran tamaño y siempre viste con el mismo atuendo (pantalón marrón, camisa de cuadros y corbata), lo cual le confiere una apariencia ridícula junto con su particular peinado. Su forma de hablar es algo rebuscada y destaca por su ensimismamiento y despiste. Es extremadamente creativo, vive con su madre, y es torpe física y socialmente. Su retraimiento le lleva a extraer sus propias conclusiones y a veces no capta matices como la ironía o el sarcasmo. Presenta cierta ambigüedad sexual ya que apenas muestra atracción sexual por nadie pero es heterosexual. A diferencia de Roy, es muy responsable y eficiente en su trabajo. Por su parte, Sheldon representa el grado más extremo de *nerdismo* de todos los personajes que se analizarán. Él es un físico teórico de gran cociente intelectual que, desde su infancia como niño prodigio, ha estado dedicado en cuerpo y alma a sus labores científicas. Su personalidad es completamente

intelectual y todas sus acciones se derivan de la lógica más absoluta. Es calculador, cínico y rutinario, además de tener un alto concepto de sí mismo. En cierto sentido, Sheldon desprecia a aquellos que no están a su mismo nivel intelectual. Carece de cualquier tipo de habilidad social y, en muchos casos, desconoce incluso las convenciones más básicas como saludos, las muestras de afecto, la ironía, el sarcasmo o el humor. También presenta rasgos de personalidad infantil que se manifiestan en la necesidad de salirse siempre con la suya o en su obediencia directa a su madre. En lo que respecta a su sexualidad, Sheldon parece ser asexual puesto que en ningún momento de la serie ha presentado atracción por otra persona, ya sea hombre o mujer.

Ante lo expuesto, resulta evidente señalar las principales características de estos dos tipos de personajes *nerds* y *geeks* que podemos denominar el *nerd/geek* neutro y el *nerd/geek* extremo. Aunque ambos compartan su físico poco atractivo, sus altas capacidades intelectuales y su bajo nivel de socialización, existen notables diferencias entre estos dos estereotipos. Así pues, el *nerd/geek* neutro se caracteriza principalmente por evidenciar su sexualidad, su deseo de encajar o ser respetado socialmente, su inseguridad, su personalidad adolescente y su autoconsciencia de *geek* o *nerd*. Por su parte, el *nerd/geek* extremo resulta mucho más extravagante en tanto que carece de habilidades sociales básicas, no presenta ningún tipo de orientación sexual o lo hace de forma muy sutil, tiene una creatividad e inteligencia fuera de lo normal, se muestra seguro de sí mismo, tiene una personalidad infantil y no tiene consciencia propia de su posición de *nerd* o *geek* dentro de la sociedad.

A continuación centraremos nuestra atención en los personajes secundarios de estas series de televisión que también puede ser catalogados dentro de la categoría de *nerd* o *geek*. Comencemos con Howard y Raj, dos personajes de *The Big Bang Theory* que podemos definir como *nerd/geeks* marcados en contraposición con el estereotipo del *nerd/geek* neutro. Es decir, son personajes que más allá de su personalidad y estilo de vida eminentemente *geek* o *nerd*, presentan rasgos definitorios importantes que condicionan sus actos, sus opiniones, su visión del mundo y su integración en el grupo. En este caso se trata de atributos como la raza o la etnia, los cuales afectan de modo determinante al perfil del personaje. Comencemos con Howard, probablemente el personaje menos atractivo físicamente de todo el reparto de la serie puesto que resulta ser bastante bajito, tiene los ojos saltones, lleva un peinado pasado de moda, tiene una nariz de gran tamaño y viste ropa ajustada de colores chillones. Trabaja junto con sus amigos en el California Technology Institute pero, a diferencia de ellos, no ha completado sus estudios de doctorado sino que “simplemente” ostenta un máster. Este hecho provoca que Sheldon cuestione continuamente su capacidad y su inteligencia. En varios capítulos se ha señalado que Howard habla varias lenguas, aunque no parece dominarlas a la perfección. Sin duda alguna, este personaje es el que tiene más presente su sexualidad, la cual se manifiesta no sólo en sus múltiples y frustrados intentos de ligar con chicas sino en la representación de sus fantasías eróticas con personajes de ficción. Aunque es judío, Howard no practica su fe, incumple varios mandamientos como comer cerdo y suele hacer bromas sobre el pueblo judío.

En cuanto a Raj, se trata de un astrofísico procedente de Nueva Delhi, India, que comparte las características propias de los *nerds* y los *geeks*. En su caso, la falta de atractivo viene por su particular vestimenta puesto que siempre lleva llamativos jerséis pasados de moda. Este personaje es dulce, inocente, interno y algo ingenuo. Es brillante en su trabajo, donde ha publicado artículos y realizado descubrimientos destacados, pero no parece tener igual suerte en su vida personal. Y es que Raj se caracteriza por padecer un mutismo selectivo que le impide hablar directamente con cualquier mujer hermosa a no ser que beba alcohol. Esta timidez extrema, incluso patológica, le impide mantener una relación sentimental. De hecho, a lo largo de la serie, Raj se queja continuamente de su mala suerte con las mujeres y su tensión va en aumento cuando todos sus amigos encuentran parejas salvo él. Al igual que ocurría con Howard, Raj también parece dejar atrás sus raíces en tanto que durante la serie reniega varias veces de sus orígenes, insiste en que no quiere volver a la India y realiza varias bromas o comentarios negativos sobre la cultura, la comida y las costumbres indias.

Howard y Raj son buenos ejemplos de lo que hemos denominado *nerds/geeks* marcados en tanto en que son varios los niveles identitarios de los que participan. Por un lado, ambos son reconocidos como *nerds* y *geeks* a partir de su apariencia, sus habilidades sociales y sus aficiones. No obstante, sus trasfondos personales, culturales y religiosos los apartan de la imagen arquetípica del *nerd* asociada al hombre occidental blanco. Así pues, a pesar de que el estilo de vida *nerd/geek* y sus características raciales o étnicas puedan entrar en conflicto en algún momento, ambos personajes se fundamentan en su identidad como *nerds* por encima de sus procedencias geográficas o culturales. Por ello, podemos afirmar que el estereotipo del *nerd* y el *geek* supera la hegemonía del “hombre blanco occidental” al poder ser aplicado a personajes judíos o hindúes. No obstante, debemos señalar que este estereotipo tiene una vinculación más directa con personajes interpretados por hombres de raza blanca o asiática que por aquellos de origen africano, los cuales suelen desempeñar estereotipos más físicos y, en muchos casos, alejados de actividades científicas. Tal y como apuntan Guerrero González y González Leal, *The Big Bang Theory* muestra “estereotipos de minorías étnicas, religiosas e intelectuales” evidenciando que “quien es parte de estas minorías tiene problemas para socializar en la vida estadounidense” (2010: 4).

En términos generales, podemos caracterizar al personaje *nerd* y *geek* como independiente económicamente gracias a su trabajo. Dicho empleo suele estar vinculado directamente con la ciencia y la tecnología, ocupando un lugar destacado la informática y los ordenadores. Su tiempo de ocio está dedicado exclusivamente al consumo de productos culturales tradicionalmente vinculados a los “jóvenes” como los cómics, la animación, los videojuegos o la ciencia ficción. El hecho de que estas actividades hayan sido consideradas hasta épocas recientes como algo propio de niños, adolescentes o, en cualquier caso, personas inmaduras ha contribuido a menoscabar la percepción social de todas ellas. Todavía hoy, a estas alturas del siglo XXI, podemos encontrar académicos e investigadores de la comunicación (por no hablar de padres, educadores y determinados organismos sociales) que ven en los videojuegos o en los cómics

peligrosas influencias para las mentes infantiles. La conexión de estas actividades con la violencia, el fracaso escolar o el aislamiento social han contribuido a estigmatizar la imagen de quienes disfrutan con ellas, por lo que gran parte de la visión negativa de los estereotipos de los *nerds* y los *geeks* se debe a las actividades de ocio que realizan. No obstante, es necesario destacar que estos personajes no se dedican únicamente a consumir estos productos culturales sino que podemos percibir en ellos un gran conocimiento acumulativo sobre sus autores, personajes y series favoritas. Son frecuentes las discusiones entre los personajes de *The Big Bang Theory* sobre determinados superhéroes, a las cuales aplican toda la lógica y rigurosidad de sus mentes científicas. Por otra parte, el personaje *nerd* y *geek* no sólo consume y habla sobre estos productos sino que su vinculación con ellos los lleva a coleccionar cómics y figuras, a asistir a convenciones de fans así como a interactuar con otros *nerds* y *geeks* que no pertenecen a su círculo más íntimo, ya sea a través de Internet o en lugares específicos como tiendas de cómics. De hecho, los espacios en los que habitan y trabajan aparecen repletos de figuras, posters y videoconsolas, demostrando su necesidad de manifestar externamente su adhesión a dichos productos culturales y, al mismo tiempo, evidenciando una especie de orgullo *nerd* o *geek*. De hecho, tanto en *The IT Crowd* como en *The Big Bang Theory*, la puesta en escena, la decoración y el vestuario de los actores contienen multitud de referencias que tan sólo aquellos con ciertos conocimientos de la cultura *geek* y *nerd* podrán descubrir y apreciar. Al presentar todas estas referencias encubiertas, la propia serie de televisión se codifica socio-culturalmente como un producto eminentemente destinado a los *geeks* y *nerds*. A pesar de que cualquier espectador medio pueda pasarlo bien con las tramas argumentales y las situaciones de enredo, tan sólo los auténticos *nerds* y *geeks* podrán disfrutar del placer del reconocimiento de dichas marcas.

A continuación reflexionaremos sobre dos características esenciales de los *nerds* y *geeks* estudiados: la relación con los personajes femeninos y el tipo de masculinidad que representan.

Entre la masculinidad hegemónica y la masculinidad subordinada.

The IT Crowd y *The Big Bang Theory* utilizan una premisa argumental muy similar como arranque de ambas series, la cual consiste en enfrentar a los *nerds* y *geeks* protagonistas contra otro personaje totalmente distinto y ajeno a sus particulares estilos de vida. ¿Y qué puede haber más distinto que un *nerd* o un *geek*? La respuesta, según estas dos producciones televisivas, es un personaje femenino. Ya sea en el ámbito profesional o en el personal, el encuentro con una mujer, ese Otro absoluto para los *nerds* y *geeks*, es el punto de arranque de ambas comedias de situación. Así pues, las tramas argumentales inciden en el contraste entre estos personajes tan distintos y la progresiva relación que se establece entre los *nerds* y las chicas.

Podemos comenzar comentando las relaciones que encontramos en *The IT Crowd*, puesto que durante el primer episodio de la serie asistimos al encuentro de Roy y Moss con Jen Barber (Katherine Parkinson). Jen acaba de llegar a la empresa y es nombrada directora del departamento de mantenimiento informático, es decir, será la jefa de estos dos *nerds* a

pesar de que no tiene la más mínima idea de ordenadores. En un principio, los chicos intentan impresionarla y antes de presentarse oficialmente se asean, usan desodorante, se lavan los dientes y fingen una interesante conversación sobre libros para resultar más intelectuales. Cuando ella se desvela como su nueva jefa, estalla un pequeño conflicto en tanto que Roy se muestra reacio a que una mujer sin conocimientos informáticos tome el mando del departamento. Su rechazo inicial a que una mujer fuera su superiora no se debía a su naturaleza femenina sino a su falta de preparación. Y es que la ignorancia de Jen sobre aspectos informáticos es un recurso humorístico constante a lo largo de la serie. A pesar de que Roy y Moss se burlan de ella en varias ocasiones por este motivo, suelen estar dispuestos a ayudarla. A cambio, Jen se proclama como “manager de relaciones” y se autoimpone la tarea de mejorar la popularidad del departamento de mantenimiento informático. Ella se percata de las nulas habilidades sociales de sus compañeros, a los que llega a denominar “pirañas sociales”.

Sin duda, la presencia de Jen en el departamento alterará las vidas de Roy y Moss, dos *nerds* que se preguntan cómo es posible que no se haya emocionado ante un ZX81 original. No obstante, el desconocimiento informático de Jen parece ser proporcional a la ignorancia de los dos hombres respecto a las mujeres. En un episodio Jen intenta explicarles que tiene el periodo utilizando varios eufemismos pero Moss no lo capta hasta que Roy le menciona la primera escena de *Carrie* (Brian de Palma, 1976). Resulta evidente, por tanto, que el conocimiento de la naturaleza femenina de este personaje no procede de la práctica ni de la vida diaria sino de productos culturales. Del mismo modo, Moss caerá desmayado al escuchar a Jen quejarse sobre un sujetador que le molesta en los hombros. Aun así, poco a poco se va reduciendo este abismo que separa a los protagonistas y comienzan a entenderse. Jen llega a considerarlos como “amigos” pero no el tipo de amigos que uno llevaría a casa a una cena con sus amigas. Cuando esta circunstancia se da, Jen les da a su compañeros lecciones para comportarse en público. Les pide que “finjan ser personales normales” y que hablen de cosas que interesen a todo el mundo, es decir, les prohíbe que hablen sobre informática. A pesar de todo, Jen irá congeniando cada vez más con ellos e incluso la veremos jugar a videojuegos con Roy. Tras alcanzar una puntuación perfecta en el *Guitar Hero*, Jen comienza a hiperventilar víctima de una crisis de ansiedad mientras repite de forma desesperada que está desperdiciando su vida. En otro episodio, al ver cómo Roy juega a la Wii, Jen se replantea su situación y decide buscar otro trabajo. En la entrevista la mujer se da cuenta de que no puede abandonarlos porque “la han convertido en una de ellos” y decide volver para cuidarlos. Así pues, la relación entre los géneros en *The IT Crowd* viene marcada por una diferencia en cuanto a las habilidades: ellos son listos, aplicados y eficientes en cuestiones informáticas mientras que Jen es socialmente competente. Ellos poseen el conocimiento y las habilidades prácticas mientras que los méritos de ella consisten en saber comunicarse con los demás. Conforme progresa la serie, la relación inicial de hostilidad se va transformando hacia un contacto más positivo basado en el consejo, la confianza y el apoyo mutuo. Dada la personalidad semi-adolescente de Roy y Moss, Jen termina siendo para ellos una especie de figura maternal que les aporta sentido común. Hay que mencionar que en ningún momento se establece ningún tipo de interés romántico entre Jen

y Roy (recordemos que Moss es prácticamente asexual) sino que sus relaciones sentimentales se forman con hombres y mujeres externos al grupo. En el caso de Roy, cabe señalar su queja de que las mujeres sólo hablan con los *nerds* para que les arreglen los ordenadores. En cierto modo, se siente usado porque no siguen hablando con él después de que reparen los problemas técnicos.

En cuanto a *The Big Bang Theory*, el encuentro con la mujer no se produce en el espacio laboral sino en el privado puesto que la acción de la serie arranca cuando Penny (Kaley Cuoco) se muda al apartamento situado frente al de Sheldon y Leonard. Como contraste a los personajes masculinos, Penny es una camarera y eterna aspirante a actriz que escasamente ha terminado la educación obligatoria. Físicamente es muy atractiva y al ser rubia y voluptuosa encaja perfectamente en el arquetipo de la “vecina sexy”. Leonard cae inmediatamente prendado de ella y, a lo largo de toda la serie, su relación sentimental va generando diversas tramas. Llegan a salir juntos pero rompen, luego vuelven a salir otra vez y actualmente están separados pero es evidente que ambos sienten algo el uno por el otro. Penny es una chica activa, sencilla, simpática y habladora, bastante desordenada y de naturaleza pragmática. Pese a que Leonard le resulta tierno, no puede soportar la personalidad de Sheldon. Ambos se sacan de quicio mutuamente y es destacable el desprecio del científico hacia la camarera tanto por sus escasos conocimientos como por su naturaleza femenina. Sheldon no puede soportar sus “tonterías de mujeres” ni sus temas de conversación sobre “comprar zapatos, peinados, mascarillas de barro y cotilleos sobre Brad y Angelina”. De hecho, incluso intenta condicionarla para que actúe correctamente premiándola con chocolate, al igual que se hace con las ratas de laboratorio. Aun así, conforme la serie progresa van limando sus diferencias y se establece un cierto vínculo entre ellos. De nuevo percibimos la faceta maternal del personaje femenino pues ella suele cuidar de Sheldon cuando está enfermo, llegándole a cantar en varias ocasiones un particular nana para que se sintiera mejor.

Al igual que ocurría con Jen, que sentía cómo se iba transformando en “uno de ellos”, Penny también sufre un cierto proceso de “nerdización” a lo largo de la serie. Se trata de pequeños gestos que muestran hasta qué punto está siendo influenciada por sus nuevos amigos. Por ejemplo, la primera vez que jugó a *Halo 3* resultó ser bastante buena y, en un episodio en concreto, se vuelve adicta al videojuego online *Age of Conan*. Este capítulo mostró cómo se interesaba tanto en el juego que perdía el contacto con sus amigos y descuidaba su aspecto completamente, promoviendo una imagen tremendamente negativa de los consumidores de videojuegos. Del mismo modo, poco a poco va conociendo mejor las obras favoritas de los chicos como *Star Trek* o *Star Wars*, llegando a citar ciertas frases célebres. Estos pequeños toques de *nerdismo* hacen que ella sea cada vez más popular entre los chicos sin llegar a perder en ningún momento su esencia femenina.

Además de Penny, encontramos otros dos grupos de personajes femeninos importantes en *The Big Bang Theory*. Por un lado tenemos a las madres de los protagonistas masculinos

y, por el otro, a un grupo de chicas *nerds* que vienen a ser el espejo femenino de los chicos. Las madres de estos *nerds* y *geeks* son tremendamente particulares y diferentes entre sí. La madre de Leonard es una eminente psiquiatra y neurocientífica completamente racional y analítica que aplicó en su hijo muchas teorías sobre el desarrollo infantil. En general, nunca le abrazó ni apremió sus esfuerzos por lo que ella puede ser una responsable directa de la falta de autoestima del joven. En cuanto a la madre de Sheldon, se trata de una devota cristiana que reza continuamente por todo lo que le preocupa. Es una madre bondadosa y comprensiva que acepta la particular personalidad de Sheldon, quien parece mucho más vinculado a su abuela que a su madre. En este sentido, la absoluta racionalidad del personaje contrasta con la religiosidad de su madre, la cual ni comparte ni respeta. Howard es el personaje que mantiene una relación más directa con su madre pues aún vive con ella. Esta mujer, que nunca aparece físicamente en pantalla y apenas escuchamos su voz, representa el estereotipo de la madre sobreprotectora que aún trata a su hijo de casi treinta años como a un niño pequeño. Es una mujer basta, ordinaria y escandalosa que habla a gritos. El hecho de que el padre los haya abandonado puede haber influido en la extravagante personalidad de Howard. Y, por último, el hindú Raj sigue estando bajo la vigilancia de sus padres a pesar de que ellos vivan en India y él en California. A través de videoconferencias, los padres de Raj han aparecido varias veces en la serie como una pareja tradicional y autoritaria que quiere que su hijo respete las normas de su cultura. No obstante, él no les hace caso y no tiene ninguna intención de permitir que concierten su matrimonio. Así pues, resulta evidente que la relación con los padres es un factor determinante en la formación de las personalidades de los personajes de *The Big Bang Theory*. Por último, simplemente constataremos la presencia de varias *nerdettes* o *geek chics*, es decir, la versión femenina de los *nerds* y *geeks*. En la serie podemos incluir dentro de este grupo a Leslie Winkle (Sara Gilbert), una investigadora sexualmente muy activa; Bernadette (Melissa Rauch), una estudiante de microbiología que trabaja de camarera con Penny, o Amy Farrah Fowler (Mayim Bialik), que viene a ser una versión femenina de Sheldon.

A continuación pasaremos a comentar la masculinidad presente en los personajes protagonistas de *The IT Crowd* y *The Big Bang Theory*. Para ello, resulta tremendamente esclarecedor el concepto de masculinidad hegemónica propuesto por Connell. Este autor señala que no hay una idea absoluta sobre la masculinidad sino que existe una pluralidad de masculinidades que, históricamente, se ordenan jerárquicamente de modo que un tipo de masculinidad es percibido como la masculinidad dominante y normativa, es decir, la que establece cómo deben ser los hombres de verdad (2005, 846). Esta masculinidad hegemónica implica la subordinación de las demás masculinidades, que son percibidas como defectuosas o inadecuadas. Aun así, hay que destacar la naturaleza histórica de este proceso puesto que las masculinidades hegemónicas se construyen a lo largo del tiempo y pueden ser redefinidas. Kendall argumenta que la figura del *nerd*, la cual representa una masculinidad subordinada, comienza a ser asimilada dentro de la masculinidad hegemónica durante principios de los años 80. En su opinión, los cambios socioeconómicos que comienzan a producirse en dicha época y que traen consigo la llegada de la sociedad de la información y la comunicación así como la implantación definitiva de la

tecnología informática han hecho que el estereotipo masculino anteriormente subyugado del *nerd* se adhiera al éxito económico, la capacidad intelectual y al dominio de los ordenadores (1999: 261).

Así pues, el estereotipo del *nerd* y del *geek* puede considerarse como un ente complejo en términos de masculinidad puesto que incorpora elementos propios de la hipermasculinidad (inteligencia, arrogancia, seguridad en sí mismo, falta de lado femenino y habilidades de relación) y otros aspectos más afeminados (cuerpos pequeños y débiles, nula habilidad en los deportes, poca iniciativa sexual). Esta disparidad está patente en las dos series comentadas puesto en diversos episodios se produce el contraste entre la masculinidad de los *nerds/geeks* y la de otros “hombres de verdad”. Por ejemplo, en el primer episodio de *The Big Bang Theory*, los protagonistas van al piso del antiguo novio de Penny (un tipo alto y fornido con carácter pendenciero) para recuperar su televisión. En lugar de conseguirlo, este tipo chulesco y canalla les roba los pantalones y los humilla considerablemente. En *The IT Crowd* encontramos un episodio titulado “Are we not men?” (“¿No somos hombres?”) en el que Moss y Roy utilizan una web para poder hablar sobre fútbol con otros hombres. Dado que ninguno de los dos tiene ninguna idea sobre fútbol o deporte en general, esta web les permite entrar en contacto lo que ellos consideran “hombres de verdad”. Gracias a las frases de la web se integran en un grupo de hombres rudos, fuertes y varoniles a los que les gusta el fútbol cuyo carácter masculino contrasta con el de los *nerds*. Otro aspecto que minimiza la masculinidad del *nerd* o *geek* es su escasa actividad sexual y su poca iniciativa en lo que al cortejo se refiere. De hecho, en las dos series analizadas encontramos diversas bromas y chistes consistentes en vincular a los personajes *nerds* o *geeks* con la homosexualidad. En *The Big Bang Theory* los cuatro protagonistas se vieron obligados a dormir juntos y desnudos para no pasar frío, vimos cómo Howard y Raj se besaban en los labios accidentalmente y observamos cómo George Takei, reconocido homosexual, se colaba en las fantasías eróticas de Howard. En *The IT Crowd* Roy y Moss también se besaron en los labios para pasar desapercibidos ante la policía, fueron llamados homosexuales por su propio jefe y experimentaron los efectos del periodo debido a su sincronización emocional con Jen. Sin duda, estos chistes y bromas vienen a minar la masculinidad del *nerd* o *geek*, que termina siendo vinculado a otra masculinidad subordinada como es la homosexual.

En este sentido, son varios los autores que equiparan el estatus subordinado del *geek* y el *nerd* con otros tipos de identidad masculina igualmente oprimidas. Kendall afirma que “the appearance of the nerd as an oppressed straight white male identity addresses critiques of white straight masculine authority without actually considering the plight of oppressed peoples directly” (1999: 265) y concluye que la imaginería del *nerd* puede contribuir tanto a desafiar como a reforzar la masculinidad hegemónica puesto que, que en cierto modo, desplaza las peticiones otras identidades como las de los gays o los afroamericanos pero, al mismo tiempo, contribuye a ampliar la definición de masculinidad para poder incluir mejor a estos grupos (1999: 279). Por su parte, Cheng señala que la masculinidad hegemónica es algo característico de los hombres

euro-americanos blancos, heterosexuales y pertenecientes al primer mundo, en oposición de los hombres de color, homosexuales y colonizados (1999) y concluye que los *nerds* y *geeks* son marginalizados porque su construcción genérica difiere de la masculinidad hegemónica, la cual se caracteriza por la dominación, la agresividad, la competitividad, el estoicismo y el control.

No obstante, a pesar de su masculinidad híbrida y desplazada, el estereotipo del *geek* y el *nerd* parece haber ganado fuerza durante las últimas décadas como opción identitaria. Probablemente esto se deba a cuestiones puramente socioeconómicas en tanto que los *nerds* del mundo han resultado ser un grupo a tener en cuenta en el aspecto económico y cultural. De hecho, Hoppenstand afirma que “now it is downright cool to be a nerd” porque *nerds* como George Lucas o Stephen King han demostrado ser capaces de alcanzar un éxito impresionante. Además, el desarrollo y la importancia de la informática en la actualidad hace que aquellos que dominan esta disciplina sean apreciados en función de sus conocimientos y capacidades. En palabras de Kendall, “the perceived value of computers for businesses and individuals has given nerds increasingly positive status, yet some residue of the negative stereotype remains (1999: 280). Además de estos estereotipos negativos, también han surgido voces críticas contra la figura del *nerd* y todo lo que ello representa. Así, Kelly denuncia el auge de lo que él denomina “la tercera cultura”, siendo las dos primeras la cultura del arte y la cultura de la ciencia. En su opinión, se trata de “a pop culture based in technology for technology. Call it nerd culture. For the last two decades, as technology supersaturated our cultural environment, the gravity of technology simply became too hard to ignore. For this current generation of Nintendo kids, their technology is their culture. When they reached the point (as every generation of youth does) of creating the current fads, the next funny thing happened: nerds became cool” (1998). Este autor denuncia que la cultura *nerd* tan sólo persigue la novedad, la mejora y la diferencia de la tecnología sin ningún fin en sí mismo más allá de la propia tecnología.

Sea como sea, lo cierto es que la cultura *nerd* y *geek* cada vez es más conocida y reconocida en la sociedad. A ello contribuye enormemente la existencia de productos audiovisuales como las series *The IT Crowd* y *The Big Bang Theory*, cuyos personajes principales pueden ser vistos como arquetipos de *nerds* y *geeks* en los que se mantiene la imagen tradicional negativa del “empollón” y el “científico” abstraído de la realidad social y centrado en aficiones “pueriles” como los cómics o los videojuegos pero, al mismo tiempo, se les muestra capaces de desempeñar importantes puestos de trabajo, con altos salarios, con conocimientos prácticos y teóricos complejos así como con habilidades tecnológicas necesarias. Del mismo modo, el arquetipo del *nerd* y el *geek* viene a cuestionar la noción de la masculinidad hegemónica del hombre patriarcal, dominante, agresivo y avasallador para, junto con otras propuestas que surgen de las reivindicaciones de los homosexuales y los hombres no blancos, contribuir a componer un abanico identitario más amplio e igualitario.

Referencias bibliográficas

- Bucholtz M. (2001) "The Whiteness of Nerds: Superstandard English and Racial Markedness", *Journal of Linguistic Anthropology*, vol. 11, issue 1, junio, pp. 84-100, consultado el 26 de septiembre de 2010, <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1525/jlin.2001.11.1.84/abstract>>.
- Cheng, C. (1999) "Marginalized Masculinities and Hegemonic Masculinity: An Introduction", *Journal of Men's Studies*, vol. 7, issue 3, abril, consultado el 26 de septiembre de 2010, <<http://mensstudies.metapress.com/content/26082tt62j21172u/>>.
- Cobo-Durán, S. (2010) "Feos en la televisión. Desde Betty a la nueva generación de *nerds*" en I. Gordillo y V. Guarinos (eds.), *Todos los cuerpos. El cuerpo como obsesión hipermoderna*, Córdoba: Babel Editorial, pp. 171-186.
- Cox, A. (2009) "Visual Representations of Gender and Computing in Consumer and Professional Magazines", *New Technology Work and Employment*, vol. 24 (1), pp. 89-106, consultado el 26 de septiembre de 2010, <<http://eprints.whiterose.ac.uk/9042/>>.
- Connell, R. W. y Messerschmidt, J. W. (2005) "Hegemonic masculinity. Rethinking the concept", *Gender & Society December*, vol. 19, no. 6, pp. 829-859, consultado el 26 de septiembre de 2010, <<http://gas.sagepub.com/content/19/6/829.short?rss=1&ssource=mfc>>.
- Guerrero González, I. J. y González Leal, I. J. (2010) "Análisis de contenido de los estereotipos presentes en "The Big Bang Theory", *Razón y palabra*, no. 72, mayo-julio, consultado el 6 de agosto de 2010, <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N72/Varia_72/33_Guerrero_72.pdf>.
- Hatfield, E. (2010) "What it Means to Be a Man": Examining Hegemonic Masculinity in "Two and a Half Men", *Communication, Culture & Critique*, no. 3, pp 526–548, consultado el 23 de noviembre de 2010, <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1753-9137.2010.01084.x/abstract>>.
- Hoppenstand, G. (2009) "The revenge of the nerds", *The Journal of Popular Culture*, vol. 42, no. 5, pp. 809-810.
- Kelly, K. (1998), "The third culture", *Science*, 13 de febrero 1998, pp. 992-993, consultado el 10 de noviembre de 2010, <<http://www.sciencemag.org/content/279/5353/992.full>>.
- Kelty, C. (2005) "Geeks, Social Imaginaries, and Recursive Publics", *Cultural Anthropology*, vol. 20, no. 2, mayo, pp. 185-214.
- Kendall, L. (1999) "Nerd nation. Images of nerds in US popular culture", *International Journal of Cultural Studies*, vol. 2, 1999, pp. 260-283, consultado el 10 de noviembre de 2010, <<http://ics.sagepub.com/cgi/content/abstract/2/2/260>>.
- Kinney, D. (1999) "From "Headbangers" to "Hippies": Delineating adolescents' active attempts to form an alternative peer culture", *New Directions for Child and Adolescent Development*, issue 84, pp. 21-35, consultado el 10 de noviembre de 2010, <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/cd.23219998404/abstract>>.
- McArthur, J. A. (2009) "Digital Subculture: A Geek Meaning of Style", *Journal of Communication Inquiry*, volume 33, no. 1, enero, pp. 58-70, consultado el 26 de septiembre de 2010, <<http://jci.sagepub.com/content/33/1/58>>.

Urberg, K., Degirmencioglu, S., Tolson, J. y Halliday-Scher, K. (2000) "Adolescent Social Crowds: Measurement and Relationship to Friendships", *Journal of Adolescent Research*, vol. 15 no. 4, julio, pp. 427-445, consultado el 10 de noviembre de 2010, <<http://jar.sagepub.com/content/15/4/427>>.

XIII. Trasvases.

La suerte de la fea, muchas la desean. De *Yo soy Betty la fea* a *Ugly Betty*

Jerónimo Rivera-Betancur y Enrique Uribe-Jongbloed

Una breve fundamentación de la telenovela latinoamericana

Es de vieja data la discusión sobre si el melodrama es un recurso, un género o, inclusive, un discurso recurrente en la narrativa audiovisual. Lo que sí admite pocas discusiones es una asociación entre la narrativa hispanoamericana y el melodrama, cuyas características tienen mucho en común con la idiosincrasia de nuestros países, caracterizada por la lucha diaria por la supervivencia, los fuertes lazos familiares y sentimentales y cierto toque de dramatismo y solemnidad que se imprime a algunos de los momentos más importantes de la vida.

Durante varias décadas, países como Venezuela, México, Colombia y Brasil han tenido a las telenovelas, género eminentemente latinoamericano, como uno de sus productos de exportación privilegiados en el mercado audiovisual. Los relatos presentados por cada canal de televisión se han visto forzados poco a poco a encontrar marcas de identidad frente a un medio competitivo en donde durante mucho tiempo México y Venezuela dominaron.

El discurso del melodrama clásico, sin embargo, llega en algún momento a ser insuficiente frente a las expectativas de un sector de la audiencia que demanda historias diferentes con componentes tradicionalmente esquivos en esta corriente, como el humor, la cultura popular, los conflictos sociales y la violencia. La frontera entre la telenovela y la serie se hace más difusa aun cuando los dramatizados latinoamericanos empiezan a contar historias que mezclan elementos puramente melodramáticos con tramas policíacas, crítica social, ficción histórica, altas dosis de sexualidad o ingredientes cómicos.

Desde la década de 1990, Colombia empieza a ser uno de los países líderes en el competitivo mercado de la telenovela, al utilizar el humor como un punto diferenciador del melodrama mexicano y venezolano. La estética, las actuaciones, las bandas sonoras y los diálogos ayudan a construir un retrato audiovisual que se aparta de la solemnidad del melodrama sin olvidar la nota romántica que en la telenovela es el sello característico.

La Telenovela ha sido el producto audiovisual más reconocido en América Latina, siendo el principal tipo de programa desarrollado en los canales nacionales más relevantes de varios países de la región, y gozando aún hoy de las franjas triple A –*prime time*– en cada uno de ellos. De igual manera, podría hacerse referencia al fenómeno de la polinización cruzada. Este se puede definir como la influencia que las telenovelas de cada país tienen en las de otro, propiciada por el intercambio de telenovelas y artistas que participan en éstas. Este fenómeno ha generado todo un proceso de desarrollo narrativo de la telenovela en Latinoamérica.

En los últimos años, además, se han generado alianzas entre empresas productoras

internacionales que se han unido para crear productos conjuntamente con elencos y equipo técnico híbridos, pretendiendo llegar a la población hispana de los Estados Unidos y al resto del continente con productos supuestamente ‘neutros’, que han contribuido a que la telenovela nacional pierda su identidad al pretender ser ‘latinoamericanamente global’

El cambio de los flujos culturales

Entre los años 90 y el comienzo de este nuevo siglo las telenovelas se convierten en un producto internacional. Sin limitarse al mercado local, las productoras incrementan sus ganancias mediante la exportación de su producto a países a los que nunca se había pensado llegar y este género, típicamente latinoamericano y con profundas diferencias frente a los *Soap Opera* británicos y americanos, llega a doblarse a varios idiomas, lo que le permite la comercialización en mercados tan exóticos como Europa Oriental, el medio oriente y partes de Asia (Martínez, 2005).

No obstante, la fórmula es constantemente la misma: una telenovela exitosa en el ámbito nacional era vendida a naciones cercanas con alta proximidad cultural, y después de un tiempo, se le vendía a naciones más distantes (Miller, 2010). Como el mercado local es el primordial para resarcir las inversiones, las ventas a otros países se convierten en una oportunidad para ofrecer precios bajos que igual redundan en una ganancia extra para las productoras.

Estas condiciones de distribución han probado ser ampliamente favorables para los productores de las naciones latinoamericanas y los empresarios de los canales de difusión, en especial porque el bajo precio de estas producciones, con el alto número de capítulos (alrededor de 300, cada uno de media hora) y el bajo riesgo de inversión, los hace una opción asequible y atractiva que compite positivamente con las series de los países líderes en el mercado audiovisual. El caso de la telenovela es por lo tanto diametralmente opuesto al de los largometrajes de cine latinoamericanos que encuentran escollos por sus altos costos de producción, distribución y exhibición y la dificultad de recuperación económica de lo invertido.

La televisión ha entrado a hacer parte de este nuevo proceso de globalización, donde los intercambios de productos culturales entre los países han sobrepasado el modelo de un centro único de producción que distribuye al mundo, a convertirse en una serie de nódulos principales con extensión regional, en donde incluso la periferia logra incluir algunos de sus productos en el mercado transnacional (Castells, 2009).

Este proceso ha llevado a una mayor preocupación por el contenido cultural de los productos audiovisuales como un beneficio, en el caso de la proximidad cultural, que permite el intercambio de dichos productos en un área determinada (e.g. cercanía lingüística), así como la necesidad de disminuir los elementos culturales específicos para hacer el producto más asequible a otros mercados (Iwabuchi, 2000). Éste es uno de los aspectos fundamentales de la tercera etapa de la televisión, la hipertelevisión, en donde se “propicia la creación de formatos vendibles a varios países, a partir de adaptaciones de carácter local, lo que respalda los procesos de globalización de los contenidos” (Gordillo, 2009, p. 19).

Sin embargo, estas adaptaciones locales no se limitan a una adecuación de los factores culturales, sino que incluyen una redefinición de las características dramáticas del género original del producto audiovisual. Esta se convierte también en una de las formas mediante las cuales los géneros televisivos abandonan su claridad, presente en la neotelevisión, y se entremezclan, tomando características propias de otros géneros e hibridizándolos (Gordillo, 2009).

A diferencia de la coproducción, donde los elementos culturales se deben negociar desde la preproducción y durante el proceso creativo y de realización (ver Davies y Nadler, s.f.), la adaptación de una obra permite una gran libertad en la construcción de la narrativa, pues el uso de personajes, situaciones o escenarios queda plenamente a disposición de quienes optan por hacer estas modificaciones para reculturizar o localizar el producto audiovisual a su nuevo mercado (Wang y Yeh, 2005; Iwabuchi, 2000). En este proceso de reculturización, el producto puede generar una hibridación entre el formato del cual proviene y el formato en el que busca ser vendido localmente, evidenciando así las características de los hiperformatos planteados por Gordillo (2009).

Siguiendo este proceso de análisis, nos podríamos aventurar a decir que con un estudio de las características específicas de los personajes en el producto audiovisual adaptado y su original, podríamos comprender cuál ha sido el cambio del formato, y las implicaciones que ese cambio tiene para explicar el contexto sociocultural en el que busca enmarcarse.

Para hacerlo, tomaremos como ejemplo la telenovela *Yo soy Betty, La Fea*, hablaremos sobre el contexto en el cual se inscribe, y realizaremos un análisis de personajes, para luego abordar los de su adaptación estadounidense *Ugly Betty*, y reconocer los cambios que se han presentado en los personajes, cómo estos contribuyen a modificar el tipo de producto audiovisual, y cómo reflejan también debates sociales diferentes, adecuados a su entorno cultural.

La evolución dramática de la telenovela en Colombia

En los años setenta y ochenta la televisión Colombiana sustentó buena parte de su programación en la adaptación de obras teatrales y literarias nacionales y del llamado ‘boom’ latinoamericano. La puesta en escena de estas obras tenía ingredientes marcadamente teatrales, como la exageración de la actuación, y el énfasis puesto en los diálogos más que en los recursos audiovisuales. Especialmente importante fue la adaptación de novelas emblemáticas con alta dosis de folclorismo regional (ej. *La Casa de las dos Palmas*, de Manuel Mejía Vallejo; *La Vorágine*, de José Eustacio Rivera) y reconstrucciones históricas (ej. *Los Pecados de Inés de Hinojosa* y *Las Ibañez*). Estas telenovelas insertaban el melodrama en un periodo histórico en el cual reconstruían el mismo tipo de línea argumental, lo que no constituye, por lo tanto, una mezcla de géneros.

Por otra parte, ha existido una cierta coquetería con otros géneros dramáticos, usualmente distantes del melodrama, como el terror (ej. *Los Cuervos*, original de Julio Jiménez), el *thriller* (ej. *¿Por qué mataron a Betty si era tan buena muchacha?*, escrito por Mauricio Miranda), la aventura (ej. *Calamar*, escrita por Gustavo Álvarez y Bernardo Romero Pereiro), el musical (ej.

Música maestro, protagonizada por Fernando González Pacheco), los *biopics*, (ej. *Escalona*, dirigida por Sergio Cabrera), ciencia ficción (ej. *La dama del Pantano*, escrita por Magdalena La Rotta y Luis González) y fundamentalmente, la comedia (ej. *Yo soy Betty, La Fea*, escrita por Fernando Gaitán; *Leche*, escrita por Daniel Samper Pizano y Jorge Maronna; *Los Reyes*, basado en la serie Los Roldán de TeleFe-Argentina, entre otras tantas). Aunque la mayoría de estos intentos tuvieron éxitos menores, o fracasos absolutos en términos de audiencia –como en el caso de *La dama del Pantano* o de *Leche*- fue la comedia, tan cercana a la idiosincrasia de los colombianos, la que se apoderó de la pantalla, convirtiéndolo en un sello característico de identidad de la telenovela colombiana. En un capítulo del *Global Media Journal* dedicado a las telenovelas, La Pastina, Rego y Straubhaar (2003) citan a López (1995), quien dice que el rasgo más característico de las telenovelas colombianas deriva de que “son más cómicas e irónicas, con un interés mayor por el contexto”.

Esto no implica que otro tipo de telenovelas latinoamericanas no tengan su dosis de comedia. Aunque varias telenovelas mejicanas buscan incluir algo de humor, éste solo aparece usualmente a través de un único personaje burlesco (o en el mejor de los casos una pareja dispareja). La estructura fundamental de la telenovela, no obstante, continúa emparentada de manera más estrecha con el género melodramático que con la comedia.

Yo Soy Betty la fea

Se puede decir que con la telenovela colombiana *Yo soy Betty, La Fea* (RCN, 1999) se da un cambio considerable frente a esta hibridación entre la telenovela y la comedia. Esta telenovela fue exitosa en Colombia y en algunos de los mercados a los que fue exportada como producto propiamente dicho (es decir, sin modificaciones más allá del doblaje o subtítulos). No obstante el éxito de su transmisión en otros países, las distintas cadenas nacionales y transnacionales vieron aún más potencial en la posibilidad de adaptar culturalmente este producto, con el interés de reducir el descuento cultural que implica una obra tan inserta en las características culturales colombianas. En este caso, el producto original fue una plataforma que permitió pasar una historia local a lo universal y hacer el proceso inverso, de lo universal a una nueva condición local. De algún modo llevando a cabo el proceso de de-localización y re-localización que ha sido mencionado recientemente por algunos autores (ver, por ejemplo, Iwabuchi, 2000; Wang y Yeh, 2005).

Lo interesante es que este proceso se venía dando generalmente con una direccionalidad clara del Norte global hacia el Sur. Producciones audiovisuales norteamericanas y europeas se han vendido como formato y han sido adaptadas al mercado local, desde populares concursos como *¿Quién quiere ser millonario?* hasta series como *Lost*, *Married with children* y *Desperate Housewives*. El debate del flujo Norte-Sur de productos audiovisuales ha llevado constantemente a decir que existe un imperialismo cultural, en el cual el bagaje cultural de los países del norte (en especial de Estados Unidos y Europa) ha sido impuesto sobre los demás países del globo a través de la proliferación de sus productos audiovisuales. Esto se hace evidente en el caso de las producciones cinematográficas de Hollywood, que llenan las pantallas de todos los cines en el

mundo entero, mientras que otras producciones rara vez salen de sus países o regiones. Aunque se ha rebatido que esta influencia sea directa o intencionada, los productos del Norte global se han convertido en el punto de referencia para los audiovisuales. No obstante, recientemente se ha visto un cambio hacia una variedad de núcleos de producción y distribución regionales, que aunque no compiten en la misma hegemonía de los productos de Estados Unidos, sí presentan una reevaluación de los flujos de dominancia mediática (ver Castells, 2009).

Ciertos productos que no provienen de los ejes tradicionales de producción audiovisual adquieren ocasionalmente un reconocimiento global, y demuestran que las corrientes hegemónicas no fluyen en una sola dirección. De este modo, *Yo soy Betty, La Fea* se convierte en una telenovela que se vende, ya no como producto terminado a merced del descuento cultural, sino como formato adaptable a los diferentes contextos (Miller, 2010), representando así este contraflujo cultural.

Este proceso, que nunca antes había ocurrido para un producto televisivo colombiano, es relevante desde varios aspectos: desde la economía de medios plantea un nuevo sistema de intercambio de productos audiovisuales, en el cual el Sur global vende su producto en contraflujo a la mayoría de intercambios de productos audiovisuales; desde los estudios culturales, analizando los procesos de localización del producto mismo, y las diferencias culturales que se desarrollan en los procesos de de-culturización, a-culturización y re-culturización; y desde un estudio del género narrativo, que nos ilustra la forma en la cual este producto se ha visto modificado en su esencia dramática, de acuerdo con el mercado al cual ha sido adaptado.

Este último punto es el que buscamos debatir más a fondo en este capítulo, aunque otros elementos también se harán presentes.

De *Yo soy Betty la fea* a *Ugly Betty*

Como hemos dicho anteriormente, la telenovela es el género eminentemente latinoamericano y su construcción descansa, en buena parte, en la caracterización de personajes estereotipados, de fácil identificación y recordación para el público, cercanos a su realidad y que representan situaciones similares a las que el público vive o quisiera vivir. El personaje es el alma de una historia y de su personificación depende la posibilidad de que genere “afectos y aversiones, identificación o distancia, simpatía o abierta antipatía, es el que más allá de la historia y los efectos visuales, puede tocar el corazón de cada uno de los espectadores” (Rivera, 2007, p. 1).

Gordillo (2009, p. 125) afirma también que “la telenovela se caracteriza principalmente por poseer una temática que gira siempre en torno a las relaciones amorosas, con personajes arquetípicos, una estética codificada y una retórica ligada a la exageración” y que la estructura dramática es la separación de los extremos de la bondad y la maldad, concluyendo en que “así resultan unos personajes planos, monolíticos y excluyentes, sin evolución ni complejidad” (p. 128). Además, “se puede afirmar que en la telenovela, al igual que en el teatro griego, el personaje se deriva de la acción que desarrolla; por lo tanto, si él mata, será un asesino, y si calla, será un confidente” (Cervantes, 2005, p. 288).

El objeto de este análisis es encontrar diferencias y similitudes entre *Yo soy Betty, la fea* que inició emisiones en Colombia en 1999 con guión de Fernando Gaitán, y su adaptación a la televisión norteamericana *Ugly Betty* hecha por el mismo Gaitán para la cadena ABC y cuya primera temporada se presentó en 2006. Para el análisis se parte del rol que en la serie cumple cada uno de los personajes, la caracterización de los principales y el análisis de la relación entre todos ellos con el objetivo de encontrar la presencia de elementos narrativos que arrojen pistas sobre las representaciones presentes en la historia de ambas series. Para este análisis se tomaron como referencia los capítulos de la temporada 1 en la serie norteamericana y el equivalente en capítulos de la serie original, teniendo en cuenta que en Colombia se presentaron durante el primer año de emisión alrededor de 250 capítulos de un promedio de 24 minutos cada uno.

Los personajes

La historia de *Yo soy Betty, la fea*, guión original de Fernando Gaitán basa buena parte de su éxito en su condición, aparentemente paradójica, de tener visos de originalidad mezclados con elementos del más clásico melodrama. En primera instancia, se trata de una típica historia de triángulo amoroso, que en este caso pasa a un segundo plano, pero que podría definirse como: El galán/la fea/las bellas, puesto que en la obra, Don Armando (el galán) es un mujeriego que se ha comprometido con Marcela, una mujer de su misma condición social y que, antes de enamorarse de Betty, extraña su condición de soltero empedernido.

Muchos de los ingredientes del proyecto fueron determinantes para su éxito y el primero de ellos tiene que ver con descentrar la serie del escenario familiar para posicionarlo en el escenario laboral. La condición de que la serie ocurra en su mayor parte en la empresa y su formato cómico, permitió como nunca antes, una cercanía de los hombres con la telenovela, género asociado tradicionalmente con las amas de casa. Podríamos afirmar que en Colombia los hombres aprendieron y admitieron ver telenovelas después de *Yo soy Betty la Fea*.

El triángulo amoroso no aparece desde el inicio, ya que la condición de fealdad de la protagonista la convierte en un personaje invisible e indeseable para todos, incluyendo a su jefe, pero no para el público que la acompaña en su lucha, conoce a su familia y comparte sus deseos, aspiraciones y frustraciones. El enamoramiento definitivo de Armando hacia Betty se da por el reconocimiento del apoyo que ésta le da en los peores momentos pero también, y de manera fundamental, por el insinuado éxito de Betty en el campo sexual. Esta especie de McGuffin, a la manera Hitchcockiana (que sólo se insinúa y nunca se resuelve) reafirma una creencia machista popular en la sociedad colombiana. Al referirse a las mujeres feas con relación al sexo, se dice que 'las feas se esfuerzan, son más agradecidas'.

En el cuadro anexo (Cuadro 1.) presentamos parte del trabajo de análisis que se hizo con la serie *Yo soy Betty, la fea* al enmarcar cada uno de los personajes en categorías previamente establecidas por teóricos como Seger. Es importante resaltar la amplia presencia de personajes temáticos estereotipados y de personajes divertidos, características importantes de la narrativa de la comedia. De los más de treinta personajes que se analizaron, sólo incluimos a los más

importantes.

En el cuadro 2, presentamos el mismo análisis hecho a *Ugly Betty*. En este caso es importante destacar la soledad de la protagonista en su entorno laboral, representado en una mayor cantidad de personajes de contraste y la ubicación de todos los confidentes en el entorno familiar.

Betty Pinzón Solano y Betty Suárez

Beatriz Pinzón Solano (Betty) es presentada, en la versión colombiana, como una mujer intelectual e inteligente, preparada académicamente pero desesperada ante la falta de oportunidades profesionales, atribuidas todo el tiempo a su carácter de mujer fea. Su vida sentimental está completamente vacía y se limita a su mejor amigo (compañero de desgracia, pues también es un hombre feo socialmente rechazado) y a su familia que la apoya permanentemente y que la sobreprotege hasta el punto de ser, en cierto modo, responsable de su fracasada vida social.

En la telenovela se sugiere que el hecho de que Betty no tenga un novio tiene mucho que ver con su apariencia física que la ha hecho una mujer solitaria y rechazada y, aunque el primer capítulo inicia con su llegada a la empresa, desde el cabezote de presentación vemos desde una cámara subjetiva su vida anterior, su historia de fondo (concepto planteado en Seger, 1990), marcada por el rechazo que su aspecto físico ha suscitado en los momentos más importantes de su vida.

Este rechazo se manifiesta por una sucesión de hechos que van desde su nacimiento, cuando la enfermera se horroriza al verla y la cubre con la sábana nuevamente; pasando por una fiesta de quinceañeras en la que nadie quiere bailar con ella hasta llegar al momento en el que se abandona la cámara subjetiva y mostrándose por primera vez, por medio de la foto que aparece pegada en el formato de hoja de vida minerva, que en Colombia ha estado asociado con las personas de clases sociales bajas, que no tienen la posibilidad de crear una hoja de vida (curriculum vitae) original y deben comprar en una papelería este formato estándar.

Este primer punto ya nos da una pista de lo que posiblemente ocurra en la serie y es que su discriminación no obedece sólo a un tema cosmético, pues en la serie Betty, además de fea, es pobre y no se interesa por la moda. He aquí, pues, un elemento común con muchos de los melodramas latinoamericanos que se basan en la aspiración de una mujer pobre por encontrar su 'príncipe azul', hombre atractivo y de buena posición social.

Cuando la serie se empezó a vender a otros países, uno de los puntos más sensibles era la selección de la actriz que protagonizaría la historia y sorprende mucho el constatar que las más de diez actrices seleccionadas en los países en los que se hizo la adaptación (como México, Perú, India, Rusia, Alemania, entre otros), son realmente mujeres muy hermosas en la vida real y cuya caracterización se enfoca en un maquillaje que resalta atributos considerados poco atractivos como la obesidad, los tratamientos odontológicos (frenos), peinados descuidados o pasados de moda, lentes y, sobre todo, vestimentas que ocultan sus cualidades físicas.

En este caso solo hablaremos de la serie original y su adaptación a la televisión norteamericana.

Empecemos entonces por analizar la caracterización de Betty Suárez, la versión estadounidense de Beatriz Pinzón Solano, la *Betty la fea* original. Aunque ambos personajes comparten características físicas asociadas con la fealdad en contextos similares (pues la serie norteamericana se desarrolla en el contexto de los latinos en USA), su relevancia como mujeres en su entorno es radicalmente diferente. La Betty americana es activa, decidida y mucho más segura de sí misma que su homóloga colombiana. Desde el primer capítulo vemos como Suárez lucha por conseguir un puesto de trabajo en el conglomerado de medios de comunicación *Meade* insistiendo en sus capacidades, mientras en el mismo capítulo colombiano, Pinzón se resigna a ser rechazada una vez más y oculta a sus padres su fracaso en la búsqueda.

La Betty colombiana lleva una rutina centrada en lo familiar, no tiene novio ni pretendientes y ha dedicado toda su vida a prepararse académicamente, al punto de poseer varios posgrados en áreas relacionadas con la economía y la administración de empresas. Su designación como presidente de *Ecomoda* en la mitad de la serie no es, entonces, un golpe de suerte, si no el reconocimiento (así la razón no haya sido la más justa) de su alto nivel de preparación. Betty Suárez, por su parte, no tiene tantos títulos, pero sí es una líder en su familia, después de la muerte de su madre y, a diferencia de la colombiana, inicia la serie con un novio de su barrio, Queens, y a lo largo de la primera temporada tiene amoríos con Henry, quien es contador en *Mode*. Betty no depende de los hombres y Walter, su novio/exnovio, es un personaje ridiculizado como pusilánime. Durante la primera temporada, la relación con Daniel Meade, su interés romántico, sólo se insinúa, pues Betty sufre con su propio triángulo amoroso, cuando aparece la novia de Henry.

Don Armando y Daniel Meade

En la versión colombiana el rol protagónico, de interés romántico, le pertenece a Armando Mendoza, a quien Betty se refiere como Don Armando, tratamiento que le da durante casi toda la telenovela, para evidenciar el respeto que le adeuda en términos jerárquicos de la compañía y refleja la distancia en posición social y económica que caracteriza su relación. Don Armando se muestra desde el inicio como un *Playboy* hijo de un hombre adinerado y con una actitud despótica hacia todas las personas que están a su mando. En el primer encuentro entre Betty y Armando, éste le reclama a una de sus subalternas que ha fallado en mantener la oficina impecable, y al hacerlo levanta la voz con cólera e ira. Este encuentro enmarca la actitud de Don Armando hacia las personas de su oficina, en general, pero en especial hacia las mujeres, feas según su criterio, que trabajan para él.

Aunque su actitud cambia paulatinamente con el paso de la narrativa, Don Armando mantiene originalmente una relación de dominio sobre Betty. Incluso le encarga la odiosa labor de manejar su agenda de citas con otras mujeres, asignándole un el espacio como confidente, pero a su vez relegándola a labores que no corresponden a su trabajo.

El caso de Daniel Meade en la versión de ABC es diferente. Aunque comparte con Don Armando el ser mujeriego, Daniel demuestra buen corazón, inocencia e ingenuidad, muy distintas a las

coléricas características de Don Armando. Fuera de eso, la actitud relajada de Daniel es más divertida, pues lo pone en una posición similar a la de Betty, en la que ambos son peces fuera del agua, extraños en un mundo que ninguno de los dos está acostumbrado a participar. Don Armando no es sólo un Don Juan, sino que es además machista y chovinista al extremo. Daniel, por otro lado, es más tierno y calmado, y demuestra sentimientos de condescendencia con Betty – y admiración por sus capacidades – que Don Armando no demuestra tan rápidamente.

Daniel goza de un amplio “prestigio” como mujeriego y fiestero y debe luchar durante toda la temporada contra la desconfianza de todos, en especial de su padre, y el fantasma de su hermano mayor, que se presenta en un primer momento como su contraparte: Exitoso, emprendedor e inteligente y que, hacia el final de la temporada, aparece para reclamar sus derechos convertido en una mujer.

El círculo familiar

Si en algo difiere sustancialmente la narrativa de ambas series es en la caracterización de los personajes antagónicos, que rodean el círculo familiar y profesional de los protagonistas y en el círculo familiar mismo, que de alguna manera refleja las condiciones de vida de ambas sociedades (latinos en USA y colombianos).

En la serie original colombiana, Betty Pinzón vive con sus padres, una familia tradicional bogotana, un padre estricto y sobreprotector y una madre permisiva y cómplice de su hija. El papel de la madre de Betty es fundamental pues, junto con su mejor amigo, es su mayor confidente. La serie norteamericana, por el contrario, nos presenta una familia de origen mexicano, disfuncional pero muy unida, en contraposición a las relaciones que se muestran entre los miembros de la familia Meade y las que se insinúan en las familias de otros personajes de la serie. La familia de Betty Suárez está conformada por su padre inmigrante ilegal, una hermana sexy y madre soltera, que trabaja vendiendo productos en una empresa multinivel y que le recuerda con su apariencia su propia fealdad y su sobrino, que se sugiere homosexual (y en una temporada posterior reconoce su condición), está obsesionado con la moda y le recuerda su pésimo gusto al vestir. A pesar de que Betty encuentra gran aceptación en su casa, allí mismo encuentra sus propios fantasmas: su fealdad, su mal gusto para vestir y la ausencia de su madre que se siente a lo largo de toda la temporada.

Un punto importante es la presencia de lo mexicano en las costumbres familiares. De puertas hacia adentro la familia Suárez es casi completamente mexicana o, por lo menos, chicana. La decoración de su casa, las costumbres y relaciones familiares son producto de su origen, aunque entre ellos se hable en inglés. Esta condición marca en la serie un punto de choque importante cuando en el primer día de trabajo Betty se presenta en la empresa vestida con su mejor traje: un poncho rojo con la inscripción ‘GUADALAJARA’. Este hecho es motivo de burla desde ese momento y representa en ella una triple condición que la hace objeto de exclusión: es una mujer fea, sin sentido de la moda e inmigrante.

Los antagonistas

Si partimos de la base de que el personaje protagónico es una mujer fea, de humilde extracción social, sencilla y con pocas nociones de moda; es evidente que tendremos como antagonistas a mujeres con exactamente las condiciones contrarias.

Aunque el antagonismo de ambos productos audiovisuales es difuso, sí es claro el carácter de villano de un personaje que encarna todo lo que Betty no es y que se representa en Patricia Fernández (en el caso colombiano) y Wilhelmina Slater en el norteamericano. En Colombia, por el carácter cómico de la serie, Fernández es una mujer de evidentes atributos físicos que explota para su beneficio, sin preparación académica y sin mayores méritos que haber estado casada con un hombre de la alta sociedad bogotana que la relacionó con amigos poderosos como los Valencia (familia de la novia de Armando). Desde el primer momento, Patricia demuestra que es una mujer arribista que a pesar de estar en las mismas condiciones económicas de Betty y del 'cuartel', no está dispuesta a demostrarlo ante los demás y prefiere andar en un carro lujoso sin dinero para la gasolina y vestir ropa que sugiere ser de diseñador, aunque sea comprada en algún baratillo. Patricia es la representación de quien intenta acceder a un círculo social al que no se pertenece y es castigada por esto, reafirmando tal vez el dicho popular de que 'aunque la mona se vista de seda, mona se queda'.

En contraste con Betty, Patricia goza humillando a los demás, llama a todos los jefes por su nombre de pila y exhibe orgullosa sus pertenencias y amistades. Es la verdadera antagonista, pues capitaliza los celos de su amiga Marcela para aniquilar a Betty, quien representa todo lo que ella intelectualmente no ha logrado y se convierte en su dolor de cabeza cuando ella triunfa al final de la serie.

La representación de Patricia en la serie norteamericana es Wilhelmina Slater y en este personaje hay diferencias muy importantes que cambian por completo la condición del carácter de su villanía. Mientras que Patricia es "castigada" ante el público por ser arribista, Wilhelmina es premiada con prestigio, reconocimiento y respeto por parte del gremio de la moda, que aplaude su buen gusto y conocimiento. Wilhelmina es una mujer negra y, a pesar de hacer parte de una minoría y de su sugerido origen humilde, representa el sueño americano y la esperanza de que se puede llegar lejos a toda costa. El personaje es mezquino y audaz y su voracidad estriba en el deseo de dirigir la redacción de la revista que ha sido heredada por un heredero sin conocimiento ni talento.

Rodeando este par de personajes aparece representada otra minoría, filada del lado de los villanos. Se trata de los diseñadores, que en ambas series son personajes homosexuales. Hugo Lombardi, el colombiano, es un diseñador de prestigio, temperamental y clasista (es él quien bautiza a las secretarias de Ecomoda, incluyendo a Betty, como el *cuartel de las feas*, remoquete que ellas exhiben con orgullo). Por el contrario, en la serie norteamericana se ve con cierta simpatía al personaje de Marc, asistente de Wilhelmina y quien comparte su arribismo y a su amiga, la sexy recepcionista Amanda, quien a pesar de ser antagonista de Betty revela en ciertos momentos sus puntos vulnerables.

Podemos afirmar, entonces, que los villanos de ambas series están mejor caracterizados que los de muchas típicas telenovelas, pero es en la serie norteamericana en donde cada uno de ellos puede compartir con el público de forma más clara su dimensión humana íntima, compartiendo problemas que hasta cierto punto permiten una mayor identificación de estos con los espectadores.

El cuartel de las feas y los freaks de mode

Los personajes secundarios de apoyo de Betty Pinzón conforman un grupo de mujeres denominado *El cuartel de las feas* dentro de la telenovela. Estas mujeres, todas ellas en posiciones secretariales de rango medio o medio-bajo dentro de la jerarquía de la empresa, presentan a su vez complejas relaciones con los hombres. Rivero (2003, p. 70) las describe como feas por tener alguna de varias características: “muy alta, muy gorda, muy negra, muy sexual... en definitiva, muy clase trabajadora”. Aunque el tema de clases puede dar para toda otra discusión que no plantearemos aquí, lo claro es que la fealdad que las llevó a ser definidas como tal, parece justificar la relación que los hombres han tenido con ellas. Todas han sufrido de desplantes amorosos vinculados al abandono y el rechazo, y ven ésta como la razón de su posición subyugada en la sociedad.

Estos personajes pueden tener sus momentos graciosos, pero en general refuerzan el sentido melodramático de la novela, pues todos presentan una faceta de tragedia personal que parece servir como indicativo para Betty de que escalar la jerarquía de la empresa, o los niveles sociales, es imposible para las mujeres feas, quienes están condenadas a ser víctimas del poder de los hombres. Aunque sus actitudes exageradas tengan un valor cómico en la telenovela, su tragedia personal es la que le da más trasfondo a sus acciones. De ese modo la esencia melodramática se sobrepone a la comedia con su participación.

Las consuetas de Betty Suarez, por otro lado, incluyen un tipo muy diferente de personas y su soledad en el ámbito laboral es más evidente, por lo que cobra mayor relevancia su familia como base de apoyo. Aquí, el punto que manejan en común con Betty es que todos son, desde algún punto de vista, *freaks*. La costurera y encargada de vestuario, su primera amiga en *Mode*, Christina, es una inmigrante Escocesa, su padre, como ya se mencionó es un inmigrante mexicano ilegal con un sórdido pasado, su sobrino es gay y su hermana Hilda, una madre soltera, parece ser la homóloga de Aura María. Sin embargo, la situación de ellos es muy diferente. Su rechazo por la sociedad no se debe a sus características físicas, sino a la posición social de otras condiciones. Ellos son considerados *queers* o *freaks* por sus intereses, gustos, estilos y, mucho más importante, orígenes. No se victimizan ni se sienten como personajes trágicos, son más bien personajes reivindicativos que luchan activamente contra los estereotipos de la sociedad. Es precisamente esa lucha contra el estereotipo, la que da las dosis más profundas de humor a la serie, pero “aunque el programa trata de satirizar los estereotipos de raza, género, clase social y sexualidad, éste contribuye no obstante a la inscripción de estos estereotipos” (Esposito, 2009, p. 527).

Un ejemplo claro de esta reivindicación ocurre en la primera temporada, cuando Hilda se prepara

para una cita laboral, exagerando su sensualidad y el estereotipo de la inmigrante latina, lo cual haría suponer un desastre que no ocurre pues la cita era con una persona que había crecido en el mismo barrio que Betty, y por lo tanto esperaba, precisamente, ese tipo de estilo.

El humor de *Ugly Betty* está inscrito generalmente en esa lucha entre el estereotipo exagerado y el intento de los personajes por superar las expectativas puestas sobre su estereotipo. Los personajes de esta versión siempre dejan en evidencia su estereotipo y sus diálogos reflejan siempre esta posición, dejando en un segundo plano su lado triste y melancólico, y enfatizando en las acciones, o *gags*, para lograr traer más risas. Los personajes de *Ugly Betty*, como muchos latinos en Estados Unidos, defienden su identidad cultural de origen, aun a riesgo de encontrar grandes escollos para entrar en el 'American Way'.

Conclusiones

La adaptación de *Yo soy Betty, la Fea* en *Ugly Betty* ha mantenido una gran cantidad de rasgos, no obstante haya pasado de una telenovela a una comedia. Según nuestro análisis esto se debe a que originalmente *Yo soy Betty, la Fea* ya tenía muchos elementos de comedio imbuidos en la trama, esencialmente melodramática. Esta hibridación de géneros presente en el original permite que su contraparte invierta la premisa estructural y desarrolle una comedia que incluye varias características del melodrama.

Los personajes cambian claramente sus posiciones extremas de subyugación y dominio, así como la maldad profunda fruto de la envidia y del odio, en contraposición a la inocencia y bondad, que son elementos fundamentales en la telenovela, por la más compleja maraña de ambigüedades presente en los personajes de *Ugly Betty*. En cierto modo, la simpleza y excesiva radicalidad de los personajes melodramáticos de la telenovela, da paso a unos personajes que buscan constantemente oponerse a su estereotipo, y que por lo tanto son más complejos, pero más dados a caer en contradicciones que desatan las partes más entretenidas de la comedia.

Mientras que Beatriz Pinzón busca reivindicar la inteligencia de la mujer sobre su apariencia, y a través de ello cambiar el corazón del hombre al que ama desde un principio – siguiendo un final completamente predecible, como lo exige siempre una telenovela –, Betty Suarez se enfrenta a una lucha más compleja, donde no sólo su conocimiento, sino también sus orígenes étnicos, se convierten en la eterna contradicción que la obliga a estrellarse contra una sociedad que desdeña a quienes no cumplen sus cánones.

A través de los personajes hemos podido constatar que el cambio de la relación de balance entre los géneros que la componen busca, principalmente, exagerar las características estereotípicas de los personajes en *Ugly Betty*, con el interés de asegurar *gags* y otros eventos entretenidos. Aunque el concepto de belleza es constantemente aludido y debatido, la versión colombiana crítica, pero a su vez reinscribe, el machismo y el chovinismo (Rivero, 2003), mientras que en la versión norteamericana, los asuntos de pertenencia social étnica tienen un espacio más relevante (Esposito, 2009). Esta diferencia es, a su vez, muy constructiva, pues nos permite comprender cuál es la visión que tienen los productores sobre los conflictos que la audiencia

objetivo va a tener más presente.

Los claros paralelos nos dejan entrever cuáles son los principios culturales que cada uno de los dos mercados privilegia, y permite generar preguntas sobre cómo estos productos audiovisuales cuestionan, o reflejan, los debates sociales de su entorno.

La telenovela colombiana es el ejemplo de un producto comercial exitoso y con gran impacto en culturas de muchos países y la clave del éxito puede radicar, precisamente, en su habilidad para camuflar sus estereotipos, elementos melodramáticos y una trama predecible en un entorno diferente, atractivo y dirigido a un público más amplio que las telenovelas tradicionales. La reivindicación de la *fea* no es completa, sin embargo, pues aunque no analizamos la telenovela completa, sí es importante agregar que en el capítulo final, Betty, como en muchas comedias de Hollywood, deja atrás su mal peinado, sus lentes y sus frenos para dejar el mensaje: “Ahora yo soy Betty, la bella”. El cuento de la cenicienta no se trasgrede y vuelve a presentarse una vez más.

Referencia bibliográficas

- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford / New York: Oxford University Press.
- Cervantes, A. C. (2005). La Telenovela Colombiana: Un Relato que Reivindicó las Identidades Marginales. *Investigación y Desarrollo*, 13(2), 280-295.
- Davies, C.H. y Nadler, J. (2009). International Television Co-productions and the Cultural Discount: the Case of Family Biz, a Comedy. No Publicado.
- Esposito, J. (2009). What does Race have to do with *Ugly Betty*? *Television New Media*, 10(6), 521-535.
- Gordillo, I. (2009). *La Hipertelevisión: Géneros y Formatos*. Quito: Ciespal.
- Hoskins, C, y Mirus, R. (1988). Reasons for the US Dominance of the International Trade in Television Programmes. *Media, Culture and Society* 10(1), 499-515.
- Iwabuchi, K. (2000). To Globalize, Regionalize or Localize us, that is the question: Japan's response to media globalization. En: G. Wang, J. Servaes & A. Goonasekera (Eds.), *The New Communication Landscape* (pp. 188-198). London and New York: Routledge.
- La Pastina, A. C., Rego, C.M., Straubhaar, J.D. (2003). The centrality of telenovelas in Latin America's everyday life: Past tendencies, current knowledge, and future research. *Global Media Journal*, 2(2), Article 1. Disponible en: <http://lass.calumet.purdue.edu/cca/gmj/sp03/gmj-sp03-lapastina-rego-straubhaar.htm> obtenido el 26-11-2010.
- Lee, F.L.F. (2006). Cultural Discount and Cross-Culture Predictability: Examining the Box Office Performance of American Movies in Hong Kong. *Journal of Media Economics*, 19(4), 259-278.
- Martínez, I. (2005). Romancing the Globe. *Foreign Policy*, 48-56.
- Miller, J. L. (2010). Ugly Betty goes global. *Global Media and Communication*, 6(2), 198-217.
- Rivero, Y. M. (2003). The Performance and Reception of Televisual “Ugliness” in Yo soy Betty, la

fea. *Feminist Media Studies*, 3(1), 65-81.

Rivera, J (2007). Personajes con sello colombiano. *Revista Anagramas*, 11(6). Medellín: Universidad de Medellín.

Seger, L (1990). *Cómo crear personajes inolvidables*. Paidós: Barcelona.

Torres, V.F. (1998). *La Novela Bolero Latinoamericana*. Universidad Autónoma de México: México.

Wang G. y Yeh, E. (2005). Globalization and hybridization in cultural products: The cases of Mulan and Crouching Tiger, Hidden Dragon. *International Journal of Cultural Studies*, 8, 175-193.

CUADRO 1
YO SOY BETTY LA FEA - LISTA DE PERSONAJES

Personaje	Ocupación	Edad Aprox.	Función en la serie													
			Personajes principales			Personajes secundarios							Personajes Figurantes			
			Protagonista	Antagonista	Interés romántico	Confidente	Catalizador	Temático	Punto de vista	De contraste	Divertido	De equilibrio	De masa			
Beatriz Aurora 'Betty' Pinzón	Secretaria ejecutiva-Gerente	30	X													
Nicolas Mora	Consultor	30				X		X					X			
Hermes Pinzón Galarza	Contador	50						X	X							
Julia Solano Galindo de Pinzón	Ama de casa	45				X		X	X							
Don Armando Mendoza Sáenz	Presidente de la Cia.	35			X											
Marcela Valencia	Accionista	30		X												
Roberto Mendoza	Presidente de Ecomoda	55			X	X										
Hugo Lombardi	Diseñador	40				X	X				X	X				

PREVIOUSLY ON

Patricia Fernández	Secretaria Ejecutiva	30		X						X			
Inés 'Inesita' Peña de Gómez	Asistente del diseñador	60				X						X	
Aura María Fuentes	Recepcionista	25				X		X					
Sofía de Rodríguez	Secretaria	45				X		X					
Bertha Muñoz de González	Secretaria	50				X		X					
Mariana Valdez	Secretaria	28				X		X					
Sandra Patiño (La Jirafa)	Secretaria	28				X		X					

CUADRO 2
UGLY BETTY - LISTA DE PERSONAJES

			Personajes principales			Personajes secundarios						Personajes Figurantes	
			Protagonista	Antagonista	Interés romántico	Confidente	Catalizador	Temático	Punto de vista	De contraste	Divertido		De equilibrio
Betty Suarez	Asistente del Jefe de Redacción	30	X										
Ignacio Suarez	No es clara	55				X		X	X				
Hilda Suarez	Vendedora de Herbalife	38				X		X		X	X		
Justin Suarez	Estudiante	12								X		X	
Daniel Meade	Jefe de Redacción Revista Mode	32			X								
Claire Meade	Esposa y luego prisionera	50						X					
Bradford Meade	Empresario- Presidente Grupo Mode	60					X	X		X			
Amanda Tanen	Recepcionista	25								X	X		
Marc St. James	Asistente de la Dir. Creativa	25						X		X	X		
Wilhelmina Slater	Directora Creativa	45		X				X		X			
Christina McKinney	Encargada de vestuario- diseñadora sin oportunidad	40				X		X			X	X	
Henry Grubstick	Contador	35				X	X	X				X	
Walter	Técnico de computadores	35				X							
Masked Lady- Alexis Meade	Nueva Jefe de redacción	38					X	X		X			

La producción de adaptaciones de ficción televisivas en España: *Life on Mars* y *La Chica de Ayer*

Patricia Diego y María del Mar Grandío

La producción de adaptaciones de ficción televisiva en España (1956- 2010)

En la actualidad, tal vez motivado por la dificultad de crear proyectos originales y por el auge de la venta de formatos internacionales de éxito avalado en otros mercados, se observa en nuestro país una gran producción de adaptaciones televisivas basadas en series extranjeras como *Doctor Mateo* (Antena 3, 2009-) o *Las Chicas de Oro* (TVE, 2010). Sin embargo, las adaptaciones provenientes de otros formatos o series se remontan a los orígenes de la televisión en nuestro país.

La producción de adaptaciones en la televisión en España tiene su origen, como no podría ser de otra manera, en la cadena pública TVE. Conviene recordar que durante la etapa hegemónica de la televisión estatal (1956-1990), los programas televisivos eran producidos por la cadena, bien íntegramente o en asociación con productoras independientes muy ligadas al sector cinematográfico. A lo largo de esas décadas se estandarizan los primeros géneros televisivos de ficción. El teatro y las novelas seriadas propios de las décadas de los 50 y 60 y posteriormente las miniserias y series dramáticas a partir de los años 60 (Diego, 2009: 11). Muchas de estas producciones de ficción fueron adaptaciones de obras teatrales y novelas ya existentes y de reconocido prestigio nacional e internacional.

En este primer epígrafe haremos un breve repaso por algunas de las más importantes adaptaciones realizadas por la cadena estatal y después nos detendremos en las adaptaciones llevadas a cabo por el resto de cadenas comerciales a partir de los 90 cuando surgen las televisiones comerciales Antena 3 y Tele 5.

La evolución de las adaptaciones de ficción en TVE

Consideramos el teatro televisado como la primera forma de adaptación televisiva en nuestro país ya que se observan en estas producciones los primeros esfuerzos en transformar un espectáculo en directo inmutable durante siglos al ritmo y hacer televisivo. También es el primer género de ficción que surge en TVE. Podemos distinguir dos etapas desde el punto de vista de la producción. El teatro en directo y en diferido. Los teatros en directo supusieron un primer esfuerzo de estandarización del proceso de producción. Se caracterizaban por ser obras de 30 minutos de duración, realizadas a 2 ó 3 cámaras en un único decorado y con cierta precariedad de medios en áreas como la iluminación y el sonido.

Gracias a la llegada del magnetoscopio en 1960 el método de producción de estos teatros cambia de manera radical al facilitar grabar una obra por bloques sin respetar el orden cronológico y unirlos por medio del montaje, alargar el plan de grabación de una obra durante varios días o grabar en localizaciones exteriores. El teatro en diferido marca ciertas pautas de producción que

posteriormente se han aplicado a otros géneros de ficción. Algunas de ellas muy importantes como la estandarización de las cuatro fases del proceso de producción de ficción televisiva (Selección y desarrollo de la obra, Preproducción, Grabación y Postproducción), uso del sistema de grabación multicámara, predominio de la grabación en plató combinada con la grabación, en menor porcentaje, de escenas en exteriores.

Juan Guerrero Zamora, director y realizador, fue el impulsor y promotor de los programas teatrales más importantes como *Fila cero*, *Gran Teatro* o *Estudio 1*. Otros directores y realizadores de teatro relevantes fueron Gustavo Pérez Puig, Alberto González Vergel, Pedro Amalio López, Federico Ruiz, Claudio Guerín Hill, Pilar Miró o Josefina Molina. Durante más de tres décadas el público de televisión se acostumbró a ver en la pantalla obras del teatro universal y nacional de gran calidad dramática. Algunas de las adaptaciones más destacadas son *Antes del desayuno* de Eugene O'Neill (1957, *Teatro en la Televisión Española*), *La herida luminosa* y *La señorita Trevez* de Carlos Arniches (1958, *Fila cero*), Ricardo III de Shakespeare (1967, *Teatro de siempre*), entre cientos de obras.

En la década de los 70 el teatro empieza a dar signos de agotamiento aunque convive con el resto de géneros de ficción al menos durante los años de emisión en monopolio de TVE. La adaptación de novelas como género de ficción audiovisual comienza su andadura a finales de los 50. Sin embargo, en los años 60 es cuando la cadena pública emitió sus grandes novelas. A partir de entonces, este género conviviría con la ficción teatral. Por otra parte, la primera escenificación serial, o en varios capítulos, de una obra de la literatura universal fue *Oliver Twist* (1957), adaptada por Carlos Muñiz. Desde el punto de vista de la producción televisiva de ficción se inaugura la producción seriada. Estas novelas divididas en capítulos son el origen del serial televisivo nacional.

Al igual que hemos mencionado anteriormente con el teatro, la aparición del magnetoscopio fue el hecho que más influyó en los planteamientos de producción de este género de ficción. Sucesivamente desaparecieron las emisiones en directo, aunque durante años se continuaron grabando las escenas de una vez y en tiempo real como si se tratase de una emisión normal.

Atendiendo a su serialidad, el género novelesco puede dividirse en Novelas semanales y Novelas diarias. Algunas de las novelas semanales de mayor éxito de las décadas 50 y 60 fueron las adaptadas y dirigidas por Juan Guerrero Zamora como *Sherlock Holmes* de Arthur Conan Doyle, *Luz de gas* de Patrick Hamilton o *Crimen perfecto* de Frederik Knott. También destacaron *Mariona Rebull* y *El viudo Rius* de Ignacio Agustí (Diego, 2010: 22-23). Respecto a la novela de emisión diaria fue clave el programa *Novela* que se mantuvo en antena casi 20 años. En este espacio se produjeron para su emisión diaria entre 30 y 50 adaptaciones anuales. Eran obras de 20 a 30 minutos de duración por capítulo. Normalmente las novelas tenían entre 2 y 5 capítulos. En este programa se realizaron numerosas adaptaciones de autores españoles y extranjeros. Algunas de las más destacadas fueron *Niebla* de Miguel de Unamuno, *Marianela*

de Benito Pérez Galdós o algunas novelas extranjeras adaptadas por Pedro Amalio López como *El Conde de Montecristo* (1967) de Alejandro Dumas o *La pequeña Dorrit* (1970) adaptada por Pilar Miró y escrita por Charles Dickens.

Estas adaptaciones de novelas conllevaron avances en la implantación de algunos estándares de producción, que se verán reflejados años más tarde, aunque de forma mucho más modesta debido a su rápido proceso productivo y sus bajos presupuestos, en los seriales nacionales producidos a partir de los 90. Algunos de los estándares más importantes fueron el ajuste de los planes de grabación en función de su emisión o la combinación de escenas grabadas en plató (vídeo) con la filmación de exteriores en soporte cinematográfico o la utilización de gran número de decorados.

En la década de los 70, tanto las adaptaciones de novelas como el teatro eran géneros con signos de agotamiento en buena parte por causas externas a TVE. En las televisiones europeas se empezó a gestar otro tipo de género de ficción, las miniseries, muy relacionado con las novelas seriadas anteriormente detalladas. Algunos autores han definido el género como una “adaptación serializada de obras literarias con una narrativa de base cinematográfica” (Palacio, 2001, pp. 152-153). Uno de los rasgos distintivos de este género es que constan de menos de 13 episodios. La miniserie de la BBC *La saga de los Forsythe* (1967) es la producción europea que da inicio a este género de ficción. Desde el punto de vista de su producción era un género muy caro ya que cada miniserie se convertía en una especie de prototipo que requería un plan de rodaje y un presupuesto específico. Su proceso de producción se asemejaba más al de una película cinematográfica. A continuación se detallarán algunos presupuestos de miniseries de los años 80 como *Los gozos y las sombras* (120.000 € por capítulo), *Ramón y Cajal* (unos 100.000 € por capítulo) o *Goya* (300.000 €) (Diego, 2010: 26)

Debido a los altos presupuestos que implicaba este género se abandonó la modalidad de producción interna (la cadena producía exclusivamente recursos propios) y se recurrió a la externa o independiente bajo las modalidades de coproducción internacional o de producción asociada o financiada.

La primera opción contaba con la participación de varios socios financieros normalmente cadenas o productoras de otros países que permitían compartir gastos y afrontar proyectos más ambiciosos o de producción asociada o financiada. En la segunda, TVE recurría a productoras independientes nacionales y les encargaba la producción de sus miniseries.

Las miniseries significaron un importante avance y ayudaron también a consolidar nuevos parámetros de producción en el modo de realizar ficción televisiva. Además, como veremos en el siguiente epígrafe, es uno de los formatos preferidos en las adaptaciones televisivas entre 2000-2010. Algunos avances que podemos destacar son la utilización de un lenguaje más cinematográfico en la puesta en escena, el gran uso de localizaciones naturales para aportar

espectacularidad, importancia de la dirección artística al recrear historias de otras épocas, grabación con soporte cinematográfico, presupuestos elevados, planes de rodaje más dilatados en el tiempo o la duración de 60 a 90 minutos por capítulo.

Si atendemos a los contenidos de las miniseries, es un género en el que priman las adaptaciones. Podemos distinguir tres tipos de miniseries: las literarias, las biográficas y las originales. En el caso de las dos primeras la adaptación está muy presente. Las miniseries literarias se caracterizaron por ser adaptaciones de reconocidas novelas nacionales como *Cañas y Barro* (1978) y *La Barraca* (1979) de Blasco Ibáñez, *Fortunata y Jacinta* (1980) de Benito Pérez Galdós, *Los pazos de Ulloa* (1985) de Emilia Pardo Bazán o *Las aventuras de Pepe Carvalho* (1986) de Manuel Vázquez Montalbán entre otras muchas.

Las miniseries biográficas están basadas en la vida de personalidades o figuras históricas relevantes españolas. Como explica Manuel Palacio posibilitaron “combinar hechos históricos idealmente presentes en las memorias colectivas de los ciudadanos, con personajes ficticios que facilitarían el buen engarce de las situaciones ‘reales’ y las inventadas” (Palacio, 2001:157)

Algunas de las miniseries biográficas más importantes de estos años fueron *Cervantes* (1981), *Ramón y Cajal* (1982), *Teresa de Jesús* (1984), *Goya* (1985), *Lorca, muerte de un poeta* (1987), *Miguel Servet* (1988), *El Lute* (1988) y *Pedro I el cruel* (1989).

En la década de los 90 motivado por el nacimiento de las televisiones privadas y el clima de competencia que se genera, estas grandes miniseries, rodadas en cine y de altos presupuestos, dejaron de ser rentables para TVE y su producción se ve bastante reducida.

Por último llegamos al género de las series dramáticas que se desarrolla en TVE paralelamente al teatro, la novela y las miniseries. Son un tipo de producciones escritas y realizadas por y para la pequeña pantalla. A diferencia de los anteriores, este nuevo género basa su original planteamiento en su serialidad de mayor duración y en una mejor adecuación a las posibilidades del medio (Jiménez Losantos y Sánchez-Biosca, 1989, pp. 37). Las series producidas por TVE durante estos años, 1956 hasta el 1990, son muy numerosas pero no predominan las adaptaciones sino las series originadas por la creatividad de profesionales del guión o de la dirección y pioneros de nuestra ficción televisiva como Antonio Mercero (*Verano Azul*, 1981), Adolfo Marsillach (*La Señora García se confiesa*, 1976) o Narciso Ibáñez Serrador (*Historias para no dormir*, 1966). Esta serie estaba compuesta de capítulos independientes algunos basados en guiones originales y otros fueron adaptaciones de relatos de terror de autores consagrados como Ray Bradbury o Edgar Allan Poe.

La adaptación en tiempos de competencia televisiva (1990-2000)

Los primeros años de la década de los 90 son una etapa clave ya que supone la aparición de las televisiones privadas y la instauración de un nuevo régimen de competencia que provocó cambios en los hábitos de programación, en el reparto presupuestario y en el sistema de

producción de la ficción. La década de los 90 supone el arranque definitivo de la industria de la ficción televisiva nacional con la proliferación de las empresas de producción independiente. (Diego, 2010: 51)

Este entorno competitivo recién inaugurado provoca una revolución en el mundo de las audiencias que adquiere una gran importancia. La lucha de las cadenas por conseguir los mayores índices de audiencia hace que gane importancia un concepto, que en el periodo de monopolio antes descrito, pasaba inadvertido; la “fidelización” de la audiencia. Son las series de televisión uno de los productos que gozan de mayor poder de fidelización sobre el espectador. Ante este panorama los dos tipos de canales, públicos y privados, reaccionan de la misma manera apostando por este contenido para atraer a la audiencia. En concreto apuestan por las series de “largo recorrido” diseñadas y producidas para que perduren en antena más de una temporada. Compuestas de personajes y tramas articulados de modo que enganchen al espectador durante varios episodios. La diferencia con las de “corto recorrido”, propias de TVE en su época en solitario, radica en que el conflicto principal de la serie no se agota en los 13 primeros capítulos si no que se prolonga a merced de los resultados de audiencia. Los guiones se escriben según avanza la serie y teniendo en cuenta los dictámenes del público. Esto implica un enorme grado de proximidad a la audiencia y a la realidad social del momento, a fin de nutrir las tramas de temas cercanos y de verosimilitud (Diego, 2010: 53)

La mayoría de estas series de largo recorrido (*Farmacia de guardia*, *Médico de familia*, *Hostal Royal Manzanares*, ect.) que se producen en esta década son ideas originales que conviven, aunque en menor medida, con series o miniseries basadas en diferentes adaptaciones. A continuación destacaremos algunas adaptaciones de esta época llevadas a cabo por las cadenas públicas y comerciales.

En primer lugar, TVE cambia su sistema de producción para adaptarse a un mercado competitivo y pone en marcha iniciativas novedosas como las del Taller de Telecomedias (Diego, 2010, pp. 72-76). Aunque reduce la producción de grandes adaptaciones literarias y biográficas sigue siendo la cadena que mayor porcentaje de series adaptadas realiza.

En coherencia con su línea anterior sigue apostando por las miniseries basadas en la vida de grandes personajes como *Blasco Ibáñez* (1997), *Severo Ochoa: La conquista de un Nóbel* (2001) o *Vientos del pueblo: Miguel Hernández* (2002) y también continua con la adaptación de obras de literarias como *Los jinetes del Alba* (1991), *El Quijote* (1992), *Celia* (1992), *Entre naranjos* (1998), *La Regenta* (1995), *Don Juan o* (1997) o *El secreto de la porcelana* (1999).

En la temporada televisiva 2000-2001 la cadena estatal emite un *remake* del clásico *Estudio 1* con una serie de obras de teatro que intentaban recuperar este contenido de calidad para dar prestigio a la cadena pero el intento tuvo un seguimiento desigual dependiendo de las obras. Las adaptaciones de mayor audiencia fueron *Las amargas lágrimas de Petra von Kant* o *Usted*

puede ser un asesino.

Por último TVE también adaptó, por primera vez, en 1995 la serie *Las chicas de Oro*. El director Antonio del Real adaptó los guiones de la serie original y el *remake* se tituló *Juntas pero no revueltas*. La *sitcom Makinavaja* (1995) también fue una adaptación de la película *Makinavaja “El último choriso”* (1992) que daba vida al personaje del dibujante Ivá que aparecía en la revista de humor *El Jueves*.

Antena 3 apuesta en su mayoría por las series nacionales originales y es artífice de varios títulos como *Los ladrones van a la oficina* (1993), *¡Ay, Señor, Señor!* (1994) o el gran éxito de la cadena *Farmacia de guardia* (1991). En esta década podemos destacar la adaptación y segunda parte que se produce de la serie de TVE *Curro Jiménez* (1976). En 1994 la productora Aurum que perteneció a Antena 3 durante esos años y Sancho Gracia Producciones realizan *Curro Jiménez, el regreso de una leyenda*. Una serie de 13 capítulos que daba vida al famoso bandolero español casi 20 años después. Por último la serie *¡Por fin solos!* (1995) también fue una adaptación basada en la película cinematográfica del mismo título estrenada en 1994 y dirigida por Antonio del Real. La serie tuvo escaso éxito de audiencia y sólo se emitieron 7 capítulos.

Tele 5 empieza a apostar fuerte por las series de producción nacional a partir del gran éxito de *Médico de familia* (1995) y muchas producciones que siguieron su estela como *Periodistas* (1997), *Siete vidas* (1997), *El comisario* (1998), *Hospital Central* (2000) o seriales como *El súper* (1996) o *Al salir de clase* (1997). Durante esta década la cadena realizó numerosas adaptaciones a la hora de producir ficción. Algunas de ellas de ellas tuvieron escaso éxito de audiencia y la cadena las retiró con prontitud. Las podemos clasificar de la siguiente manera: basadas en películas cinematográficas, en formatos de series extranjeras y en obras literarias.

Basadas en películas cinematográficas destacan *Truhanes* (1993) idea que se originó a raíz de la película *Truhanes* (1983) también dirigida por Miguel Hermoso y protagonizada, al igual que la serie, por Paco Rabal y Arturo Fernández. También basada en un cómic del dibujante Ivá se creó la serie *Historias de la puta mili* (1994) que había tenido también su versión cinematográfica. Los guiones de la serie intentaban respetar al máximo las historietas que durante 10 años se publicaron en *El Jueves* y que pretendían ser una caricatura de los pelotones americanos representados en el cine (Diego, 2010: 68). Lo mismo sucedió con la serie *Todos los hombres sois iguales* (1996) basada en la película de 1994 del mismo título también producida por Bocaboca.

Adaptaciones de series extranjeras de formato original italiano, importadas de la RAI, fueron *Casa para dos* (1995) que con tan sólo 6 capítulos Tele 5 retiró de la parrilla por baja audiencia, *Querido maestro* (1997) que tuvo más éxito y estuvo en emisión durante tres temporadas y *Hermanas* (1998) en emisión durante dos.

Finalmente la serie *Petra Delicado* (1999) era una adaptación del personaje literario creado por la escritora Alicia Giménez Bartlett. Se trataba de una inspectora de policía destinada en Barcelona, que apareció por primera vez en la novela *Ritos de muerte* en 1996. Esta serie de 13 capítulos fue protagonizada por Ana Belén.

Fruto de la gran competencia entre cadenas y de la celeridad con la que la programación televisiva engulle sus contenidos muchas de estas adaptaciones son intentos de mitigar el fracaso de audiencia apostando por formatos de series que han sido grandes fidelizadores de audiencia. A pesar de este hecho las cadenas y productoras saben que en la industria audiovisual no existe la fórmula del éxito seguro.

Tipología de adaptaciones televisivas en España (2000-2010)

En la actualidad, se observa un auge en la producción de adaptaciones televisivas en España. La tipología que encontramos en estos últimos años en nuestro país podríamos agruparlas en tres categorías: 1) adaptaciones históricas 2) adaptaciones basadas en obras literarias y 3) las adaptaciones de formatos de series extranjeras.

En primer, se observa un aumento en la producción de series históricas o de época. En este sentido, el formato preferido por las productoras españolas para contar este tipo de historias es la miniserie. En el año 2010, un total de 7 miniseries televisivas se han colocado entre los mejores 20 estrenos del año. *Felipe y Leticia* ha sido la miniserie más vista. Consiguió más de 5 millones de espectadores en la emisión de su segundo capítulo y un 24,6% de *share* (Fórmula TV, 2010). Detallaremos a continuación algunas de las series históricas o biográficas más importantes en el periodo reseñado:

-Miniseries o TV-movies biográficas o “Biopics”. En esta categoría encontramos principalmente adaptaciones de personajes de la realeza o personajes públicos del ámbito artístico español. Su característica común de todas estas producciones es que narran hechos o personajes españoles. Algunas de las más importantes han sido *La Duquesa* (Telecinco, 2010) sobre la figura de la duquesa de Alba; *Los Borgia* (Antena 3, 2008) que narra la vida de Los Borgia, familia que dieron los únicos dos Papas españoles que han existido; *Marisol, La película* (Antena 3, 2009) que cuenta la vida de la actriz y cantante Pepa Flores, popularmente conocida como Marisol; *Paquirri* (Telecinco, 2005), una miniserie de dos capítulos que se produjo con motivo del 25 aniversario de la muerte del torero gaditano en Pozoblanco; *Alfonso el Príncipe Maldito* (Telecinco, 2010) sobre la vida de Alfonso de Borbón; *La Princesa de Éboli* (Antena 3, 2010) narró la vida de Ana de Mendoza, más conocida como Princesa de Éboli, y que vivió bajo el mandado de Felipe II en el Siglo XVI; *Adolfo Suárez, El Presidente* (Antena 3, 2010), que trató sobre la vida política pero también personal de uno de los presidentes más decisivos de la era democrática en España; y finalmente *Felipe y Letizia* (2010- Telecinco) que cuenta los

comienzos de la historia de amor entre los Príncipes de Asturias.

- Miniseries o TV-movies basadas en acontecimientos históricos recientes. Muchas de las adaptaciones televisivas de hechos históricos están basados en eventos acaecidos durante la historia de España de los últimos, sobre todo referente a la época de la Transición como ocurre con el fallido golpe de Estado en 1981 contada en *23-F, El día más difícil del Rey* (TVE, 2009) o, más recientemente, el intento de asesinato del Rey Juan Carlos I durante sus vacaciones estivales en Mallorca en 1995 que perpetró la banda terrorista ETA y que se contó en la TV-movie *Una bala para el Rey* (Antena 3, 2009).

- Miniseries o Tv-movies basadas en hechos noticiosos o de actualidad cercanos en el tiempo para el espectador actual. Podríamos considerarlas películas instantáneas o *instant-movies* ya que se hacen eco de hechos noticiosos de la historia reciente. Entre los títulos más destacados tenemos *Padre Coraje* (Antena 3, 2002) que narra el asesinato de Juan Delgado en una gasolinera de Jerez de la Frontera en 1995 y el esfuerzo de su familia para que se haga justicia; el asesinato de Miguel Ángel Blanco a manos de la banda terrorista ETA y que fue narrado en *48 horas* (Antena 3, 2008); *El caso Wanninkhof* (Antena 3, 2008) sobre la desaparición y el asesinato de la joven de 19 años Rocío Wanninkhof en 1999; *Días Sin Luz* (Antena 3, 2009) que cuenta la búsqueda durante 54 días de la niña Mari Luz Cortés y que finalmente apareció muerta. La miniserie fue supervisada por el propio padre de la niña, Juan José Cortés; *El Bloke. Coslada Cero* (TVE, 2009) estuvo inspirada en el caso de la supuesta trama de corrupción policial en la localidad madrileña de Coslada en mayo de 2008; *Vuelo IL8714* (Telecinco, 2010) narra el accidente de avión Spanair en Barajas ocurrido en agosto de 2008 y su posterior investigación; *Alakrana* (Telecinco, 2010) trata sobre el secuestro del atunero vasco Alakrana en manos de piratas somalíes.

En segundo lugar y dentro de la tipología de adaptaciones del periodo 2000-2010, se encuentran las adaptaciones televisivas basadas en obras literarias, en su mayoría, provenientes de autores españoles o de la literatura hispanoamericana. Destacamos títulos televisivos como *Arroz y tartana* (TVE, 2003) dirigida por José Antonio Escrivá y basada en la novela del escritor Vicente Blasco Ibáñez; *Las cerezas del cementerio* (TVE, 2005) basada en la obra del escritor alicantino Gabriel Mir y que narra la relación de un joven estudiante de ingeniería con una mujer madura casada infelizmente con un naviero inglés. La historia transcurre en la costa valenciana a principios del XX; *Un Burka por Amor* (Antena 3, 2009) es una miniserie basada en la obra con el mismo nombre de la autora Reyes Monforte y que narra la vida de la mallorquina María Galera quien, tras casarse con un afgano, se traslada a vivir a ese país y tiene grandes dificultades para volver a España.

En tercero y último lugar encontraríamos la adaptación de formatos de series extranjeras en el mercado televisivo español provenientes de Estados Unidos, Latinoamérica y también Europa.

Esos formatos se compran en los grandes mercados televisivos donde acuden las cadenas y las productoras para encontrar ideas de series exitosas y poder realizarlas en el país comprador. Sobre la adaptación series encontramos casos como *Mesa para cinco* (La Sexta, 2006) adaptación de la serie americana *Party of five* (Fox, 1994-2000); *Matrimonio con hijos* (Cuatro, 2006) adaptación española de la comedia americana *Married with Children* (ABC, 1987). Un formato alemán es el que toma vida en la serie *Suárez y Mariscal: caso cerrado* (Cuatro, 2005) basado en la serie *Niedrig Und Kuhnt* (Sat 1, 2003). *Los simuladores* (Cuatro, 2006) basada en la serie argentina *Los simuladores* (Telefé, 2002), *Hermanos y detectives* (Telecinco, 2007) basada también en la serie argentina *Hermanos y detectives* (Telefe, 2006); la telenovela *Sin Tetas No Hay Paraíso* (Telecinco, 2008) que está basada en la serie colombiana con el mismo nombre que emitió Caracol Televisión en 2006. La serie original colombiana está basada a su vez en la novela *Sin Tetas No hay Paraíso* de Gustavo Bolívar; *Doctor Mateo* (Antena 3, 2009-) y que se basa en la serie británica *Doc Martin* (ITV, 2002-); la comedia *Lalola* (Antena 3, 2008) se basó en la comedia argentina con el mismo nombre que emitió la cadena América TV en 2007 y 2008; recientemente, destacar la segunda adaptación de *Las chicas de oro* (TVE, 2010-) que proviene de la famosa *sitcom The Golden Girls* (NBC, 1985-1992).

Adaptación de *Life on Mars* (BBC One, 2006-2007) en España: *La chica de Ayer* (Antena 3, 2009)

“Me llamo Sam Tyler. Tuve un accidente y me desperté en 1973. ¿Estoy loco, en coma, o viajé en el tiempo? Pasara lo que pasara, es como si hubiera aterrizado en otro planeta. Quizás si descubriera la razón, podría volver a casa”.

Así comienza la voz en *off* de Sam Tyler en la introducción de *Life on Mars* (BBC, 2006-2007), uno de los dramas británicos con más repercusión internacional y crítica y público de los últimos años. Esta serie, producida por la compañía independiente Kudos Film and Television para la BBC Wales, se emitió por primera vez a través de primer canal de la BBC el 9 de enero de 2006, aunque su gestación y producción no fue fácil. La serie fue ideada durante un fin de semana de retiro en Blackpool, Inglaterra, en el que la propia productora Kudos invitó a varios de sus guionistas para recibir ideas frescas y crear un nuevo drama. Atraídos por uno de los grandes éxitos policiales en Gran Bretaña de la década de los 70, *The Sweeney* (ITV, 1974-78), los creadores acordaron ese fin de semana una trama de ciencia-ficción en la que un policía de la época moderna era transportado de regreso a la década de los 70 cuando sufre un accidente de tráfico. Durante el fin de semana se gestó sólo la idea y poco a poco fueron dotándole de contenido. Tanto el canal británico Channel Four como la propia BBC en un primer momento dieron la espalda a este proyecto que en un principio podría sonar rocambolesco.

Sin embargo, con el tiempo la BBC Wales, que ya se había comprometido con éxito con otro drama de ciencia ficción como era el *remake* de *Doctor Who* (BBC, 2005-), apostó por este

drama y dio luz verde para convertir en realidad esta idea (BBC, Screenonline). Según Matthew Graham, guionista y productor ejecutivo de *Life on Mars*, tuvieron que escribir más de 36 versiones del guión desde 1997 hasta el año 2006 para dar consistencia a ese argumento. El resultado: una serie *pastiche* en la que la trama policial se mezclaba con la comedia o el romance, y que cautivó a crítica y público internacionalmente. Al construir un mundo que combinaba el pasado y el presente, *Life on Mars* crea una sensación de tiempo y espacio casi mítico (Downey, 2010) propio de la ciencia-ficción. La serie completa de *Life on Mars* consta de dos temporadas con un total de 16 episodios y supuso una gran apuesta tanto para la BBC como para Kudos, productora que cuenta ya en su haber exitosas series como *Spooks* (BBC One, 2002-), *Ashes to Ashes* (BBC One, 2008-2010) o *Hustle* (BBC One, 2004-). El último capítulo de *Life on Mars* se emitió el 10 de abril de 2007. El título de *Life on Mars* proviene de una canción de David Bowie de 1971 que puede encontrarse en su álbum *Hunky Dory*.

El planteamiento de partida de la serie era reflejar el conflicto emocional y temporal de Sam al verse transportado a 1973, sin saber muy bien si está loco o en coma. La serie fue diseñada desde el primer momento como una producción a gran escala para programarse en horario de máxima audiencia (21:00 horas) por el primer canal de la BBC, el denominado BBC One. La intención era conectar con el imaginario colectivo de los británicos, que recordarían con nostalgia la época representada a través de esas tramas (Downey, 2010). Respecto al guión, en cada episodio se presentaba una trama autoconclusiva relacionada con el ámbito policial, en la que se debe resolver un crimen planteado. En este sentido, se repite la estructura clásica de las series procedimentales en las que: 1) ocurre un crimen que se debe resolver 2) el equipo de policías buscan pruebas para encontrar el culpable 3) se resuelve el crimen y se encuentra al culpable. Como señala John Yorke, Controller of Continuing Drama Series y Director de Independent Drama en BBC, “la belleza de *Life on Mars* es que cada semana se centra en coger a un criminal desde dos maneras completamente distintas de entender el trabajo policial. Ponemos a un agente moderno en la escuela de un viejo poli así que exploramos dos mundos totalmente extranjeros. A Sam le repele pero le fascina al mismo tiempo ese mundo prehistórico, y el drama se centra en cómo amoldará él mismo su vida a ese planeta completamente distinto” (Página web oficial de *Life on Mars*). El choque de planteamientos entre Sam y el sargento de la unidad, Gene Hunt, mostrarán el choque de miradas culturales entre los dos tiempos. En cada episodio se plantea también una trama más íntima relacionada con la inestabilidad que le produce a Sam estar en la década de los 70. Su anhelo por volver con sus seres queridos dominará estas tramas.

La música y la ambientación de los escenarios juegan un papel importante para lograr esa evocación histórica en la audiencia de la década de los 70. En este sentido, debemos señalar la dificultad de conseguir el dato exacto de lo que cuesta producir una serie como *Life on Mars*. Sin embargo, la BBC es una corporación que apuesta abiertamente con colaborar con el sector de independiente. En la memoria anual de la BBC del año 2008-2009, aparecen algunos datos de lo que denominan “economía creativa”. Aquí queda reflejado como en la temporada 2006-

2007, gastaron un total de 414 millones de libras en el sector independiente (televisión, radio y servicios online) (Memoria anual BBC 2008-2009). Más en concreto, con un presupuesto entre 700.000- 900.000 libras por capítulo, la BBC no escatima en ninguna unidad de producción para llenar los 60 minutos que dura cada uno de los episodios de sus dramas en *prime time*.

Tabla 1: Tarifas correspondientes a los *High Cost Dramas* de horario de máxima audiencia (BBC)

Drama 5	£700.000 - £790.000 por hora	Alto nivel de producción, localizaciones que pueden estar en el extranjero y localizaciones grabadas en varios días. El número de profesionales en el equipo puede ser grande.
Drama 6	£800.000 - £900.000 por hora	Gran combinación de varias localizaciones. Gran equipo de profesionales. Aplicación de efectos especiales...

Fuente: BBC Commissioning 2006

Con un equipo humano compuesto por más de 186 personas, la serie se rodó principalmente en formato cinematográfico. Muchas de las localizaciones fueron grabadas en la propia ciudad de Manchester, donde se desarrolla la acción de la serie y que fue elegida por la BBC con un afán de descentralizar el protagonismo de la ciudad de Londres en la ficción televisiva británica (Bonaut y Ojer, 2010). La producción de *Life on Mars* combina localizaciones en exteriores con interiores. Los exteriores de la estación de policías fueron grabados en el barrio de Stockport. Respecto a los interiores, la BBC mandó construir en sus estudios de Mánchester tres *sets* que corresponden a las localizaciones principales de la serie: la estación de policía, el apartamento de Sam y el pub donde se reúnen los policías. Sobre la estación de policía, el co-creador de la serie y guionista, Matthew Graham, destaca:

La estación de policía fue diseñada y construida en los estudios de la BBC en Mánchester y su *look* fue inspirado por las películas como *Seven* y *Todos los Hombres del Presidente*. La idea es que pareciera claustrofóbica y un poco alien, y también que estuviera llena de pilas de documentos arcaicos. Edificios como estos fueron diseñados durante toda la época de los 60 y los 70. ¡Fueron construidos de cementos con ventanas y paredes que podrían soportar un guerra nuclear! (Página web oficial de *Life on Mars*, 2007).

Por otro lado, el Departamento de Arte de la serie proveía de todo tipo de *props* para poder recrear el ambiente de 1973, desde vestuario, coches, muebles... Graham comenta que contrataban a casas especializadas en recolectar este tipo de elementos antiguos (Página web oficial de *Life on Mars*, 2007).

La apuesta de esta producción televisiva fue sin duda arriesgada, pero la crítica y público respondió positivamente desde el primer episodio. En términos de audiencia, el día de su

estreno consiguió un 27% de *share* (más de 6 millones de espectadores), un tanto por ciento que se mantuvo estable en toda su primera temporada, algo que facilitó sin duda su renovación para una segunda temporada. Tras la emisión de estas dos temporadas, le siguió lo que podría considerarse su *spin-off* titulado *Ashes to Ashes*, serie producida y emitida por la misma productora y canal, y que cierra de alguna manera toda la historia. La versión original británica de *Life On Mars* cosechó varios premios tanto dentro como fuera de su país, alzándose en 2006 y 2008 con el premio Emmy a mejor serie dramática en Estados Unidos, así como un Premio Bafta de la Audiencia al mejor programa de televisión. La serie original ha sido emitida en varios países, entre los que se encuentra Estados Unidos, Canadá, Francia o España y ha sido adaptada en otros dos contextos, Estados Unidos y España (*La Chica de Ayer*), caso de estudio de este artículo. Por su parte, la ABC adaptó el formato de *Life on Mars* en Estados Unidos sin el éxito de audiencia ni de crítica esperados. La ABC canceló la serie tras su primera temporada. Problemas de definición de género así como el no encontrar una identidad propia, hicieron de este estreno un fracaso (Tinic, 2009).

El germen de adaptar la serie al mercado español tiene su origen en la ciudad de Los Ángeles donde uno de los directores de la serie, Álvaro Ron, estaba trabajando. Ron es productor de numerosas películas como *Mía Sarah*, *Americano* o *Green Zone*. AÑOS PONER Cayó en sus manos el guión original de *Life on Mars* y al leerlo pensó que la historia tenía potencial para realizar una versión en España. Redactó un proyecto de adaptación y se lo envió a Antena 3. A la cadena le interesó mucho la idea y se celebró una reunión entre la BBC, Antena 3 y Álvaro Ron en la que la BBC muestra su conformidad para que se realice una versión en España. La Directora de Ficción de Antena 3, Sonia Martínez, exponía por escrito las razones que llevaron a la compañía a comprar los derechos del formato original:

Nos llamó la atención *Life on Mars*. Era uno de los formatos que queríamos poner las manos encima. Nos creó grandes expectativas desde el principio: una historia de amor, una familia que debía ser revisada, un viaje debía ser entendida en términos de una misión que cumplir; una persona que tiene que aprender a enfrentarse a la vida, a él mismo, a sus amigos... sólo que hace algunos años antes. Una segunda oportunidad en la vida para saber cómo enfocarla. Un gran formato. (Biblia de *La chica de ayer*: 5)

Antena 3, ilusionada con el proyecto, encarga el desarrollo de la adaptación a varias productoras españolas. De todas ellas, el desarrollo que les convenció fue el de la productora Ida y Vuelta a la que le encargará definitivamente la adaptación y producción de la serie. Esta compañía ya había realizado para Antena 3 series como *Círculo Rojo* (2007) o *Física o química* (2008-). La única condición por parte de Antena 3 es que en el equipo de la serie participara el artífice de la idea, Álvaro Ron. El Director General de Ida y Vuelta el productor, Gregorio Quintana, manifestaba en la biblia del proyecto su intención de que la adaptación resultante no fuera una simple copia de la inglesa. Había que adaptar la “receta” al “gusto” local:

Nuestro enfoque era encontrar la esencia del original y de mantenerla, hacerla nuestra, y se transformarla en algo nuevo, diferente y único. No queríamos copiar y pegar sólo todos los

PREVIOUSLY ON

elementos, porque teníamos que llevar la historia más cerca a una nueva audiencia. Tuvimos suerte de encontrar en *Life on Mars* todos los ingredientes que pensamos puede hacer una serie perfecta: el amor, el humor, la familia, la amistad ...sentimientos universales que nos hace parte de este increíble viaje en el tiempo. (Biblia de *La chica de ayer*: 6)

La producción ejecutiva por parte de la productora recayó en M^a Ángeles Caballero y se formó un equipo de cuatro directores que fueron Ignacio Mercero, Álvaro Ron, José Ramos Paíno y Alfonso Arandia. La serie tuvo un total de 8 capítulos de 70 minutos de duración. El proceso de grabación de los capítulos se llevó a cabo en 6 meses desde septiembre de 2008 hasta febrero de 2009. La fecha de estreno fue el domingo 26 de abril de 2009 en *prime time*. Todos los capítulos se grabaron en Madrid y alrededores tanto el plató donde estaban los decorados como los interiores naturales y los exteriores naturales (Leganés, Puente de los Franceses, Río Manzanares, etc)

A lo largo de todo el proceso de producción de *La chica de ayer* hubo varias reuniones con la BBC y Kudos en Londres donde su objetivo fue supervisar los 8 capítulos de la versión española que quedaron aprobados por la cadena inglesa. También visitaron los decorados construidos en Madrid, se familiarizaron con el *casting* o reparto y visionaron el capítulo piloto.

Como hemos mencionado anteriormente en la producción británica, el título *Life on Mars* se inspira en una canción de David Bowie. La música tiene un papel determinante en la ficción. Es lo que le permite a la audiencia “viajar” en el tiempo. En este sentido Antena 3 realizó un gran esfuerzo económico en materia de derechos para poder utilizar canciones editadas en 1977 como *Bohemian rhapsody* de Queen o éxitos de grupos españoles como Triana o Los Chunguitos. En cuanto a la elección de *La chica de ayer* como título para la ficción se optó por escoger esta canción ya que se ha convertido en un himno para una generación de españoles. La canción Nacha Pop simbolizaba la relación que Samuel tenía con Ana y con su madre en el pasado. La canción no aparece en ningún capítulo ya que no se editó hasta 1978 y la narración de la serie arrancaba en 1977.

En cuanto a la “españolización” de la serie lo que se pretendió fue potenciar más ciertas tramas que en la original eran más sutiles como el humor y la relación amorosa entre Samuel y Ana. El personaje de Samuel era el encargado de reforzar esos guiños humorísticos cayendo en ciertas ocasiones en una sobreactuación actoral. Todo el halo de misterio relacionado con la trama principal de la serie por decisión de producción redujo al mínimo. Las escenas más propias del género de ciencia-ficción se mitigaron en la adaptación perdiendo, en este punto, parte de la esencia única de *Life on Mars*.

A excepción del primer capítulo que alcanzó un *share* de 19,7% los resultados de audiencia no fueron los esperados por la cadena y la productora tuvo que buscar un final que cerrara la trama principal en el capítulo octavo.

PREVIOUSLY ON

En cuanto a la elección de La chica de ayer como título para la ficción, Sonia Martínez señaló que “no encontramos ninguna canción española de 1977 cuyo título fuera representativo”. Por ello, optaron por escoger la canción que se ha convertido en un himno para una generación de españoles. “Elegimos ‘La chica de ayer’ porque simboliza la relación que Samuel tiene con Ana y su madre en el pasado”. Pero los espectadores tendrán que esperar a una segunda temporada para poder escuchar el éxito de Nacha Pop, que no se editó hasta 1978.

Para finalizar, en la siguiente tabla se detallan de manera comparativa los estándares de producción de las dos series que responden a dos industrias diferentes en sus modos y tiempos de producir ficción y con presupuesto muy dispares.

Tabla: Estándares de producción de las series analizadas

Estándares	<i>Life on mars</i>	<i>La chica de ayer</i>
Episodios por temporada	16	8
Programación/serialidad	Semanal (<i>prime time</i>)	Semanal (<i>prime time</i>)
Duración	60 mins.	70 mins.
Nº tramas por episodio	3	3
Presupuesto medio por capítulo	Entre 700.000 y 900.000 libras por episodio	360.000-500.000 euros
Nº Directores	4	4
Reparto	Actores estrellas	Actor estrella: Ernesto Alterio estaba presente en todas las escenas
Equipo de producción	185	120
Plan de grabación	8 días por capítulo	11 días por capítulo
Escenas por día	7-8	7-8 (8 páginas de guión. Interiores) 3-6 (3 páginas de guión. Exteriores)
Unidades de producción o grabación	1	1
Localizaciones	60% plató 40% exteriores	60% plató 40% exteriores
Nº de decorados (<i>sets</i>)	3 fijos (Comisaría, bar y casa) + 1 polivalente	3 fijos (comisaría, bar y casa) + 1 polivalente
Cámaras: plató / exteriors	2	2
Soporte de grabación	16 mm (Kodak) Celuloide (Super 16)	Video Digital en HD

Fuente: Elaboración propia, sobre análisis de los episodios, documentos de producción y entrevista a productores y directores.

Conclusiones

A lo largo de este artículo se ha puesto de manifiesto cómo las adaptaciones televisivas en el ámbito de la ficción seriada han estado presentes desde lo inicios de la televisión en España,

siendo TVE de los canales que más ha invertido históricamente en estas producciones. La visión panorámica de las adaptaciones en nuestro país presentada en estas líneas subraya la importancia de las obras de teatro, las novelas y las series de televisión extranjeras como principales fuentes de inspiración en este proceso. En este sentido, en los últimos diez años (2000-2010) observamos un aumento en las adaptaciones de series de televisión extranjeras en nuestro mercado, que abarcan los géneros de la comedia, telenovela y el drama. El resultado en términos artísticos y de audiencias es irregular ya que no todas obtienen el éxito de sus predecesoras originales. La adaptación analizada en este artículo, el caso de *Life on Mars* y *La Chica de Ayer*, es un buen ejemplo de la complejidad que supone producir una serie que proviene de otro mercado. En este sentido, los profesionales de la industria española no deben aplicar únicamente el saber hacer (*know-how*) adquirido con la compra de los derechos de una serie, si no que hay cuestiones más ligadas con el contenido que requiere una profunda reconstrucción por parte de guionistas, productores y directores. Las principales razones para determinar por qué no obtuvo el éxito de audiencia esperado podrían resumirse en las siguientes ideas que a continuación recopilaremos.

En primer lugar y desde el punto de vista del contenido y género, ambas series comparten el concepto básico inicial y las dos se enmarcarían en lo que podemos denominar como “drama histórico”. Sin embargo, *Life on Mars* representa una sociedad histórica concreta, la Inglaterra de 1973, mientras que *La Chica de Ayer* nos muestra la España de la Transición de 1977. Obviamente, tanto los eventos históricos específicos como los problemas sociales de los dos países son distintos. En consecuencia, fue necesaria una “localización” o “españolización” de las tramas episódicas para acercar ese mundo a la audiencia española. Desde el punto de vista del desarrollo de las tramas, la versión española se centró en la relación sentimental del protagonista, Samuel Santos con Ana Valverde, en vez de centrarse en el conflicto vital del personaje, tal y como se hace en el argumento original (¿Sam está en coma o ha viajado en el tiempo?) y que es la seña distintiva de la serie. En este sentido, hay que poner de manifiesto la poca tradición en España en la producción de ciencia-ficción. La versión española sacrifica de alguna manera el elemento fantástico tan característico y parte del éxito de la versión británica.

En segundo lugar, el modo de producción de las dos series es distinto, variando el tiempo y el presupuesto sustancialmente. Como queda patente en la tabla comparativa, el presupuesto medio destinado a cada capítulo de la serie original es casi el doble que el invertido en la versión española. De tal manera que la envergadura de la producción y los tiempos dedicados a la grabación de los capítulos difieren mucho y afectan a todas las áreas restantes de la producción (Dirección Artística, Fotografía, etc). También dista mucho la relevancia de los actores seleccionados, ya que la elección de actores británicos y su interpretación es superior a la española.

El resultado final tras el proceso de adaptación: un gran diferencia entre la calidad global de la producción de ambas series. En el caso de *La Chica de Ayer* se produjo pronto un distanciamiento

con la audiencia que impidió la renovación de la serie, y precipitó el final de su primera y única temporada (paso de 13 episodios estipulados a 8).

Referencias bibliográficas

Biblia de La Chica de Ayer. *Diary of Adaptation*.

Diego, Patricia (2010), *La ficción en la pequeña pantalla. Cincuenta años de series en España*, Pamplona, Eunsa.

Downey, Christine (2010): “*Life on Mars*, or How the Breaking of Genre Rules Revitalises the Crime Fiction Tradition” en *Crime Culture*. [Consultada: 10.12.10]. http://www.crimeculture.com/Contents/Articles-Summer07/Life_on_Mars.html

Entrevista a Álvaro Ron. Director de *La chica de ayer*. Realizada: 1/12/2010

Ojer, Teresa; Bonaut, Joseba (2010): “El transvase de formatos exitosos: el caso de *Life on Mars*” en Salgado, Alejandro, *Creatividad en televisión. Entretenimiento y ficción*, Madrid, Fragua, pp. 202-225.

Tinic, Serra (2009) “*Life on Mars* as seen from the United States: The Cultural Politics of Imports and Adaptations”, *Flow TV Journal*, [Consultada: 10.12.10] <http://flowtv.org/2009/04/life-on-mars-as-seen-from-the-united-states-the-cultural-politics-of-imports-and-adaptations-serra-tinic-the-university-of-alberta/>

BBC Commissioning (2006). [Consultada: 10.12.10] <http://www.bbc.co.uk/commissioning/tv/business/tariffs.shtml#drama>

Página web oficial de *Life on Mars*. [Consultada: 10.12.10] <http://www.bbc.co.uk/lifeonmars/>

Fórmula TV. 14 de noviembre de 2010. “Las TV-movies se cuelan entre los estrenos más vistos del año”. [Consultada: 10.12.10]

<http://www.formulatv.com/noticias/17028/tvmovies-cuelan-entre-estrenos-mas-vistos-ano/>

Vertele. 20 de abril de 2009. “Antena 3 destapa a “*La chica de ayer*”, su nueva gran apuesta”. [Consultada: 8.11.10]

<http://www.vertele.com/noticias/detail.php?id=21883>

Vertele. 20 de febrero de 2009. “La BBC está maravillada con nuestra versión de *Life on Mars*”. [Consultada: 7.11.10]

<http://www.vertele.com/noticias/detail.php?id=21991>

La influencia del serial estadounidense en el mercado español: una comparativa entre *Perdidos* y *El internado*

Enrique Canovaca de la Fuente

Introducción

El mercado televisivo español sufrió una gran transformación a raíz de la desregulación televisiva de principios de los noventa. Con la llegada de la competencia, aumentó el número de series importadas del mercado norteamericano, pero a su vez se produjo un proceso de *domesticación*, creando las bases para el posterior triunfo de las series españolas (García de Castro, 2002). Las cadenas de televisión entendieron que debían apostar por la producción nacional al observar el éxito rotundo de series como *Farmacia de Guardia* (Antena 3, 1991) o *Médico de Familia* (Telecinco, 1995), que congregaban a más de siete millones de telespectadores (GECA, Anuario de la Televisión, 1998).

Si por un lado, el mercado español de ficción televisiva asentaba su relanzamiento en la proximidad cultural, por el otro, debía gran parte de su estructura narrativa, estética y productiva al modelo norteamericano (De Castro, 2002: 141). Hoy en día, esta americanización de los contenidos televisivos también se observa con la fragmentación de la audiencia española y el auge de los canales temáticos (Contreras, 2006), al estilo del proceso vivido por las tres grandes *networks* norteamericanas (NBC, ABC y CBS) a principios de los ochenta. Desde un punto de vista narrativo, la influencia norteamericana se ha acentuado con la implantación del *thriller* serial, presente en producciones como *24* (Fox, 2001), *Perdidos* (ABC, 2004) o *Prison Break* (FOX, 2005) (Cascajosa, 2007: 64). La primera serie española en aplicar este modelo fue *Motivos personales* (Antena 3, 2005), aunque hasta la aparición de *El internado* (Antena 3, 2007) dicha estructura narrativa, basada en tramas seriales, suspense y giros argumentales, no gozó de éxito de audiencia.

A nivel mundial, existe un arduo debate acerca de la influencia norteamericana en los contenidos televisivos. Autores como Tomlinsom (1991), Straubhaar (1991) o Buonanno (2006) rebaten la teoría del imperialismo cultural estadounidense a través del *paradigma de la globalización*, que presupone que las culturas y telespectadores locales son capaces de modificar, adaptar o apropiarse los contenidos llegados desde el mercado norteamericano. Sin embargo, otros teóricos sostienen que todavía sigue existiendo una dominación, ya sea a través de la expansión de las corporaciones comunicativas estadounidenses (Chalaby, 2006) o del tipo de narrativas (Morley y Robins, 1995). En cuanto a los flujos culturales, hallamos un claro desequilibrio a favor de Estados Unidos, especialmente en las series de ficción (De Bens y Smaele, 2001; Buonanno, 2008).

Este artículo pretende poner de manifiesto cómo una serie española puede contener influencias de una norteamericana sin ser una adaptación directa y cuáles son los estándares narrativos, estéticos y de producción de las series nacionales. Se tomará como ejemplo el caso de *Perdidos*

y *El internado*, dos series que han gozado de éxito de audiencia en sus respectivos mercados. *Perdidos* supuso en 2004 el relanzamiento de la cadena ABC y se ha convertido en una de las series más importantes de la historia de la televisión, con centenares de comunidades de fans, alabanzas por parte de la crítica y gran cantidad de galardones. Por su parte, *El internado* consiguió relanzar los índices de audiencia del mercado televisivo español, pasando los cuatro millones de espectadores y el 25% de share (formulatv.com), mientras que sus actores y guionistas han recibido números premios, como el Ondas o el TP de oro.

En primer lugar, se realizará un repaso teórico por las principales estructuras serializadas en los mercados norteamericano y español, la adaptación cultural de las series, los flujos en la ficción televisiva y el contexto productivo en Estados Unidos y España. Posteriormente, se analizará la influencia de *Perdidos* en *El internado*.

Estructuras serializadas en Estados Unidos y España

Se pueden discernir tres grandes estructuras serializadas en la ficción televisiva: series, serial y miniseries. Los tres conceptos vienen definidos por el número de entregas, la evolución de las tramas, la estructura de los capítulos y el tipo de contenidos. Buonanno (2007: 121) marca las diferencias entre series y serial en función del tratamiento temporal y la sensación que provoca en el telespectador. La primera se basa en segmentos autónomos que no están ligados a una estructura secuencial, mientras que el segundo se caracteriza por estar dividido en partes inacabadas que forman un esquema rígido en su conjunto. Por su parte, Hugh O'Donnell considera que el elemento diferenciador lo marcan los personajes:

While narratives in a serial roll seamlessly across episodes and the characters may (and indeed often do) change over time, the characters in a series remain relatively stable while each episode contains its own independent, completed storyline (1999: 2)

Mientras que las series gozan de autonomía narrativa y la información revelada no se suele recuperar a lo largo de los capítulos, en los seriales todo acontecimiento encontrará su última significación en el conjunto, desvelando con posterioridad su importancia (Martínez, 1989: 240). Sin embargo, dentro de los seriales cabe diferenciar entre aquellos que se dilatan en el tiempo de forma indefinida (telenovelas o *soap-operas*) y las que gozan de un final más o menos cerrado, ya sea tras una temporada o toda la serie. Creeber (2004:11) considera que éste último tipo de producciones contienen un tono más adulto, una narración y personajes más complejos y tienden a usar técnicas experimentales. Se pueden considerar películas que se esparcen a lo largo de semanas, meses y años, que dejan en suspense a la audiencia y juegan con la conexión de tramas y personajes. Las consideraremos bajo la denominación de *serial cerrado*.

Las diferencias entre series y serial cerrado se han diluido a lo largo de los últimos años (O'Donnell, 1999). Las series continúan cerrando las tramas en cada capítulo pero de vez en cuando desarrollan argumentos a lo largo de más entregas y presentan personajes con un arco narrativo. Esto es típico de dramas hospitalarios o policiales, como *E.R.* (NBC, 1994) o *CSI Las Vegas* (CBS, 2000). Los seriales, por su parte, dilatan las resoluciones finales en el tiempo,

dejando la oportunidad a la creación de más temporadas (Creeber, 2004: 11). Hablamos de seriales cerrados para referirnos a producciones de más de cuarenta minutos de duración, que cuentan con una trama central en continuidad a lo largo de una temporada o varias, y que a diferencia de las telenovelas o las *soap-operas* cuentan con mayor presupuesto, un estilo cinematográfico y una producción más cuidada. Los seriales cerrados suelen tener un arco narrativo definido y unos personajes con espesor psicológico, además de dejar la trama en suspense al final de cada entrega.

Aunque las series de Steven Bochco, como *Hill Street Blues* (NBC, 1981) o *NYPD Blue* (NBC, 1993), ya contenían algunos de los rasgos aquí descritos, no será hasta la aparición de *24* (Fox, 2001) cuando éste tipo de fórmula narrativa se ponga de moda en la televisión norteamericana. Irrumpieron entonces producciones como *Alias* (Fox, 2001), *Prison Break* (Fox, 2005), *The Shield* (FX, 2002), *The Wire* (HBO, 2002), *Roma* (HBO, 2006), *Dexter* (Showtime, 2006), *Carnivàle* (HBO, 2003), *Perdidos* (ABC, 2004) o *Damages* (FX, 2008). En España, este modelo narrativo se estrenó de la mano de *Motivos Personales* (Telecinco, 2005) (Cascajosa, 2007: 64), se instaló definitivamente con *El internado* (Antena 3, 2007) y se ha desarrollado en series como *Acusados* (Telecinco, 2009), *La chica de ayer* (Antena 3, 2009), *Águila Roja* (TVE, 2009) o *Los Protegidos* (Antena 3, 2010). Sin embargo, no se trata de un género tan prolífico como las telecomedias o las *dramedias*, que todavía dominan la ficción televisiva española.

La adaptación cultural y los flujos en las series de televisión

La compra y adaptación de formatos en el extranjero es una práctica habitual para rellenar las parrillas televisivas en gran parte del mundo. Se tiende a pensar que si un producto ha triunfado en un determinado mercado, puede suceder lo mismo en el propio. Este proceso se da gracias al auge de la globalización y esconde un arduo debate acerca de la homogenización de los contenidos (una cultura global invade a otras locales) y la americanización de la televisión (EUA sigue siendo el mayor exportador mundial de programas televisivos).

La teoría del imperialismo cultural, asentada durante los setenta, pregonaba la invasión cultural norteamericana en los países menos poderosos, anulando las culturas nacionales o locales. Este proceso se veía como un peligro para la pluralidad. Se recuerda el famoso informe de Sean McBride (1980) presentado en la Unesco, 'Un solo mundo, voces múltiples', que ponía de manifiesto las asimetrías de poder existentes en la comunicación y difusión de mensajes, en la definición y orientación de los contenidos comunicativos y en el acceso y la propiedad de los medios de comunicación. Sin embargo, la teoría imperialista fue superada a principios de los noventa, por el *paradigma de la globalización*, que ve en la globalización un proceso de hibridación, donde los productos culturales son el resultado de la mezcla entre lo global y lo local y donde el telespectador es capaz de rebatir o adaptar los contenidos que consume (Buonanno, 2006; Straubhaar, 1991; Bhabha, 1994, Canclini 1995; Kraidy, 2005; Nederveen Piterse, 2004 o Barker, 2003).

En el ámbito de la televisión, John Fiske (1987: 62) cuestiona la invasión cultural, en tanto que las narrativas de la pequeña pantalla son más abiertas que las del cine o el teatro, con una

audiencia que es capaz de modificar lo que le llega. El modelo imperialista ofrece dudas desde un punto de vista receptivo y, además, es atacado por tres aspectos propios de las series televisivas: *proximidad cultural*, *descuento cultural* e *interdependencia mutua*.

La *proximidad cultural* es un concepto acuñado por Straubhaar (1991) que presupone que la audiencia prefiere ver programas de televisión que le son próximos, es decir, que apelan a una serie de costumbres, personajes y ambientes conocidos. Esta cercanía cultural no tan solo viene definida por espacios históricos y lingüísticos comunes –el marco nacional, por ejemplo-, sino también por otros niveles:

...there are other levels of similarity or proximity, based in cultural elements per se: dress, ethnic types, gestures, body, language, definitions of humour, ideas about story pacing, music traditions, religious elements, etc. Indian movies are popular in the Arab world for such similarities; Brazilian telenovelas dubbed into Spanish are more popular than Dallas or Dynasty because of such similarities (La Pastina y Straubhaar, 2005: 274)

Es difícil establecer que resulta próximo a la audiencia, ya que es un aspecto muy personal, pero sí podemos afirmar que las variantes que entran en el proceso de decodificación son muchas más que la lengua y el espacio geográfico. Por otro lado, la *proximidad cultural* se erige como un discurso estructurado previamente por los productores de la televisión, que trabajan con una serie de parámetros para acercarse convenientemente al tipo de audiencia nacional o local (Castelló, 2009). Así pues, dicho concepto se forma a través de una serie de discursos globales, nacionales o locales que son compartidos tanto por los profesionales del medio televisivo como por la audiencia.

El *descuento cultural* se refiere a la pérdida de sentido de los elementos de lenguaje, contexto o temáticos de una serie de televisión, cuando esta es exportada a otro país (Buonanno, 2007: 96). Inevitablemente, un telespectador español será incapaz de entender todos los gags que aparecen en *Friends* (1996, NBC), ya que no conoce la cultura popular norteamericana en su totalidad. Por último, la *interdependencia mutua* presupone que los flujos culturales no tan solo se producen desde los centros de poder hacia la periferia, sino también a la inversa (Barker, 2003). De ahí que en Estados Unidos existan multitud de canales televisivos o radiofónicos en castellano, apelando directamente al público latinoamericano.

Que la teoría imperialista sea incapaz de explicar la realidad televisiva actual, no significa el fin de la primacía norteamericana en el sector comunicativo. De hecho, los valores estadounidenses se siguen extendiendo a nivel mundial a través de grandes conglomerados comunicativos (Morley y Robins, 1995). Esta dominación tiene su origen en la tarea realizada por Hollywood en los años 40 para expandir el *American way of life*. Además, la influencia norteamericana no tan solo se ejerce de forma directa (mediante el dinero) sino también indirecta, estableciendo las pautas de trabajo de la mayoría de culturas nacionales o locales. Es Estados Unidos quien escribe la gramática de las series de televisión (estructura narrativa, producción y distribución) y el resto de naciones le siguen adaptando el modelo a su propia realidad (Morley y Robins, 1995: 223).

Con el nuevo paisaje multicanal y la fragmentación de la audiencia, los conglomerados norteamericanos crean productos con discursos globales que son capaces de modificar su estructura para entrar en los mercados regionales, nacionales o locales (Chalaby, 2006). Esta primacía norteamericana queda patente al leer los estudios cuantitativos realizados por De Bens y Smaele (2001) y por Buonanno (2008) sobre los flujos de las series de televisión. De Bens y Smaele contabilizaron en 2001 que el 79% de la ficción provenía del mercado norteamericano, mientras que la autora italiana indica (2008: 13) que en 2005 el 49% de las series tenían origen estadounidense. Observamos un proceso de auge de las producciones locales durante la última década, pero no un aumento de exportaciones de series europeas hacia otros países del mismo continente. Los productores norteamericanos crean las series con el objetivo de rentabilizarlas en el exterior (Chalaby, 2006), mientras que los europeos ofrecen productos localistas, difícilmente exportables. En general, sigue existiendo una primacía televisiva estadounidense, que provoca un empobrecimiento de los productos culturales disponibles (Buonanno, 2007: 112) pero a su vez ayuda a la diversificación de los mercados nacionales.

Contexto productivo de las series de televisión en España y Estados Unidos

El sistema de producción de las series televisivas en Estados Unidos responde a criterios comerciales (Villagrasa, 1992: 14-5) y está compartido por una cadena, que financia la serie, y el estudio o productor independiente que la lleva a cabo. El poder de decisión en el modelo norteamericano ha pasado de estar en los años ochenta en manos de las *networks* y los directivos de los estudios (Muriel G. Cantor, 1980: 93-4) a los productores ejecutivos, que se erigen en los auténticos líderes de la narrativa, estética y producción de las series (Pearson, 2005: 18). Este cambio se produjo gracias al ascenso imparable del cable, que hoy en día atrae más del 50% de la audiencia estadounidense (Cascajosa, 2007), y a un cambio en la política gubernamental para promocionar productos innovadores (Pearson, 2005: 14). Productores ejecutivos como David Chase, Joss Whedon, J.J. Abrahams, Aaron Spelling o David E. Kelley se han convertido en las estrellas de la series, en parte, porque a las cadenas les interesa como herramienta de promoción. Esta figura clave en el proceso de producción es descrita por Quinn Martin en el libro *The producer's medium* (1983), de Horace Newcomb y Robert S. Alley:

I don't think there's any question that in television the medium is a producer's medium. I very strongly controlled the creative content of everything that came out of this shop. We laughed when I used the term benevolent dictator but I do believe it's necessary to have a single focus or point of view. Once that is established I give people a lot of freedom. But there is a stamp that is placed on each show (Quinn Martin, 1983: 57)

El productor ejecutivo se encarga de que todos los elementos de la serie tengan coherencia a lo largo de los capítulos. Para conseguirlo, se dota de un equipo de *guionistas*, que se encarga de dar forma concreta a las ideas planteadas previamente (Newcomb y Allen, 1983). Estos profesionales suelen estar divididos en grupos de trabajo y no gozan del control creativo de su obra, que puede ser modificada con posterioridad por los verdaderos órganos de poder (Cantor,

1983: 89). Por último, el *director televisivo* se erige como un simple técnico contratado por el productor ejecutivo para llevar a cabo la realización de un capítulo concreto, con la dirección de actores y la puesta en escena (Cantor, 1983: 91).

El modelo de producción norteamericano es adaptado en España con la llegada de las televisiones privadas. Bustamante se refiere a esta apropiación española:

...la centralidad artística del productor ejecutivo o la rotación acelerada de los realizadores, hasta la división extrema del trabajo colectivo de los guionistas (sinopsis, Biblia, talleres de escritura...), desde los equipos numerosos hasta el ritmo acelerado, modular y fuerte metraje útil de la producción estadounidense (frente a la autoría individual europea, tributaria de la tradición del cine (Bustamente, 1999: 114)

La traducción de este sistema supone que el coste por episodio se reduce notablemente, los guionistas son capaces de escribir un capítulo cada dos semanas y se pueden grabar diversos episodios a la vez y hasta diez minutos al día, con un ritmo de veintiséis capítulos por temporada y un reparto coral que no encarece su contratación más de un 25 o 30% del presupuesto general (De Castro, 2002: 142-3). Además, este modelo ha facilitado el auge de las productoras independientes españolas, hoy en día, auténticas dominadoras de la ficción televisiva nacional, des de un punto de vista narrativo, estético y productivo. Debemos clarificar, sin embargo, que las cadenas españolas continúan teniendo gran poder de decisión respecto la continuidad y los contenidos de las series de ficción.

Antes de entrar en el análisis comparativo de *Perdidos* y *El internado*, cabe puntualizar que el contexto productivo de las series de ficción en Estados Unidos y España viene condicionado por una distinta concepción de la audiencia. Mientras el mercado norteamericano se halla completamente fragmentado, con cadenas que producen series para un determinado *nicho* de público, en el español las televisiones generalistas buscan el público familiar, creando programaciones homogéneas y convencionales (Contreras, 2006: 173). Una serie con un 13% de audiencia es todo un éxito en Estados Unidos, mientras que en España estaría al borde de la cancelación.

El mercado norteamericano cuenta con una mayor variedad demográfica y unos canales de pago y cable potentes, que permiten la segmentación de los telespectadores. Este proceso de fragmentación se está viviendo lentamente en España, especialmente tras la implantación de la Televisión Digital Terrestre (TDT). En la actualidad, difícilmente una cadena generalista española obtendrá una media de cuota de pantalla superior al 20% a lo largo de un mes o un año. Se está produciendo una *americanización* de la audiencia española, aunque las cadenas generalistas mantienen aún la idea de llegar a un público masivo. Esta idea viene marcada por la lógica comercial imperante en las televisiones españolas y da como resultado un sistema conservador y de baja calidad en cuanto a fórmulas narrativas (Huerta, 2007; Sangro, 2007).

Estudio comparativo: Perdidos y El internado

Para acometer el estudio comparativo entre las dos series estableceremos una clasificación

teórica que observa la relación entre un producto televisivo y otro. Tunstall (2008: 6-7) divide las exportaciones y adaptaciones de los programas en función de la fidelidad al original:

1. **Compra y emisión original de un producto televisivo**
2. **Compra y doblaje del programa**
3. **Adaptación de un formato con elementos nacionales:** Se siguen las mismas reglas que en el formato original pero los contenidos son locales. Se produce una compra de derechos
4. **Financiación externa:** un inversor extranjero invierte para producir un formato de ficción a nivel local e interfiere en la estructura del producto.
5. **Adaptaciones locales de un canal global:** una cadena se puede encargar de la producción y emisión de un programa propio a través de diversas filiales
6. **Compra y venta de formatos y guiones originales en los mercados**
7. **Copia de un formato o fórmula narrativa:** Una serie de televisión utiliza contenidos, personajes y estructura similar a otro, pero no se produce una compra de derechos
8. **La importación de políticas o sistemas de comunicación:** Un caso de este tipo sería la aplicación del modelo comercial norteamericano en las cadenas europeas tras los procesos de desregulación

En base a la clasificación de Tunstall, *El internado* no es una adaptación de formato de *Perdidos*, ya que se mueve por diferentes universos temáticos, narrativos y de personajes y no existe una compra de derechos. Tampoco resulta una copia de su fórmula narrativa. *Perdidos* nos sitúa en mitad de una isla desierta, con cuarenta supervivientes de avión que no tan sólo deben afrontar el hambre, la sed o las enfermedades, sino una serie de acontecimientos misteriosos próximos a la fantasía y la ciencia ficción. *El internado* narra la historia de seis adolescentes que investigan los asesinatos de cinco niños en el antiguo orfanato la Laguna Negra, actualmente reconvertido en un colegio para familias de clase alta, así como las relaciones amorosas y de amistad entre los profesores y los profesionales del centro. Mientras la serie norteamericana bebe de las películas de supervivientes, la española tiene como claro referente las series de adolescentes que se enmarcan en centros escolares.

Sin embargo, si profundizamos en un segundo nivel, hallaremos una serie de *patterns* narrativos y estéticos presentes tanto en *Perdidos* como en *El internado*. La propia productora ejecutiva de la serie española, Laura Belloso, reconoce en una entrevista realizada el 18 de junio de 2009 que *El internado* tiene como claro referente a *Perdidos*, en cuanto a utilización de los recursos narrativos para crear suspense o la construcción de una historia por piezas que se va completando capítulo a capítulo. La serie española se nutre de un conjunto de conceptos presentes en la norteamericana, pero a su vez los adapta a la realidad televisiva del mercado español. Este proceso da como resultado una narrativa simple y previsible, frente a la complejidad existente

en *Perdidos*, y viene condicionado por el sistema de producción español de series de ficción. En los primeros apartados compararemos la narrativa y la estética de los dos programas televisivos, mientras que en el tercero trazaremos un breve repaso por la producción de *El internado*. Esta última operación servirá para obtener respuestas sobre lo que vemos en pantalla.

Narrativa

Perdidos y *El internado* se mueven por distintos universos culturales. Mientras la serie española apela a una audiencia nacional que se identifica con una temática familiar y profesional, la estadounidense contiene un *target* multicultural que traspasa las barreras nacionales (Newbury, 2009: 206). *Perdidos* cuenta con numerosas referencias australianas, coreanas, inglesas o iraquíes, y un conjunto de temáticas y valores que se han universalizado, como el destino del ser humano o el miedo a lo desconocido. *El internado* se sitúa en una esfera localista que centra su atención en los conflictos intergeneracionales. Sin embargo, ambas series coinciden en dos puntos temáticos: *la fragmentación familiar y la búsqueda de una identidad propia*. El desgajo familiar presentado en ambas series se constituye como base para remover los cimientos de los personajes y hacer avanzar un conflicto interno que tiene como objetivo final descubrir la propia identidad.

En referencia a los ambientes, su función narrativa es compartida por ambas series. La isla, el colegio y el bosque adaptan el rol de maligno, escondiendo la mitología que da sentido a lo narrado. Los personajes investigan los ambientes que rodean el colegio o el campamento de la playa, descubriendo hechos inimaginables. La isla, sin embargo, resulta más enigmática que el centro escolar, provocando que los caracteres de *Perdidos* tengan mayores confusiones acerca del entorno.

Por otra parte, la edificación de los personajes en ambas series está realizada en función de unos enigmas centrales. Los hechos biográficos (en forma de *flashbacks*) o emocionales (relaciones en la isla o el colegio) forman parte de una unidad mayor. Cada nuevo elemento que descubramos sobre los supervivientes o los profesores nos servirá para completar el puzzle narrativo de misterio (ambas series esconden el pasado de los personajes para darlo a conocer en el momento que interesa). Esto da como resultado unos personajes *dinámicos* que cuentan con un arco narrativo y evolucionan a lo largo de los capítulos.

Las diferencias de personaje entre ambas series se producen en el ámbito de la complejidad psicológica. En *Perdidos* hallamos caracteres con gran profundidad, definidos a través de dos planos narrativos (el pasado y el presente) y de su colocación en situaciones límite dentro de la isla. En *El internado*, los personajes son claros y previsibles. Si en la serie norteamericana, los caracteres cuentan con una *dualidad moral*, en la española, no existe esta ambigüedad. *Perdidos* presenta una Kate (capítulo 1.3. Conejo blanco) ligada al valor de la bondad, a pesar de las horribles acciones que cometió en el pasado. En *El internado*, Héctor siempre mantendrá una actitud solidaria y educada.

Otro elemento en común es el hallazgo de *personajes estereotipados*, como la *femme fatale*, el

gracioso, el inocente o el dependiente. Jack, Sawyer, Iván y Marcos son inteligentes y apuestos, mientras que Charlie, Hurley, Cayetano y Roque gozan de nulo poder de decisión y poco atractivo físico. Sin embargo, en *Perdidos* los personajes son capaces de superar los estereotipos, mientras que en *El internado* los protagonistas tienen una personalidad inamovible. Sobre los caracteres, también cabe remarcar las grandes diferencias en su *composición social*. La serie norteamericana discierne los personajes en base a su origen cultural (americanos, ingleses, coreanos, iraquíes, etc.). La española los clasifica en función de su condición generacional (niños, adolescentes, adultos y mayores). El público de *El internado* pretende ser familiar, mientras que el de *Perdidos*, multinacional. De ahí que en una serie se establezcan conflictos generacionales y en la otra culturales.

Centrándonos en la estructura narrativa, la serie española recoge, en términos generales, la forma de la estadounidense, modificándola para *clarificar* la narración. El modelo narrativo de los dos programas está dirigido hacia la resolución de unos misterios que se van desenmascarando poco a poco y cuenta con un mapa de *tramas seriales*, que van cerrando conflictos a la vez que dejan otros abiertos que se supone se resolverán en un clímax final. Todo lo narrado en *Perdidos* y en *El internado* tiene una razón de ser dentro de la mitología de la serie, favoreciendo la creación de huecos informativos que captan la atención y que serán rellenados posteriormente ante la sorpresa o incredulidad de la audiencia. Ambas series comparten la estructura del *thriller* de suspense, con unos protagonistas que actúan como detectives ante una serie de hechos materiales (asesinatos) o sobrenaturales (los sonidos en la isla o el humo negro), para ir descubriendo los acontecimientos previos a su llegada al colegio o la isla.

Un aspecto que deriva del género narrativo de los dos programas es el juego con la tensión narrativa de las tramas. Se producen subidas y bajadas bruscas y se distribuyen los hechos para captar la atención del telespectador en momentos puntuales, ya sea al inicio, al final o justo antes de las pausas publicitarias (a pesar de que en *El internado* es el programador de la cadena quién decide donde cortar, muchas veces, sin tener en cuenta el tempo narrativo marcado por los guionistas). El misterio hace explotar la tensión sobre unos personajes que se encuentran en situaciones límite, para justo después crear un anticlímax. Sin embargo, en *El internado* se utiliza el tempo narrativo, en ocasiones, para engañar al telespectador, mientras que en *Perdidos* siempre habrá un motivo de fondo para subir la tensión narrativa.

A pesar de que las dos producciones comparten una dosificación informativa de los hechos, la norteamericana crea grandes *elipsis temporales*, al contrario de la española, donde las tramas transcurren de forma continua y cuando se muestra el pasado de un protagonista se hace para completar el sentido de un acontecimiento concreto. *Perdidos* pretende *confundir* a la audiencia. *El internado* ofrece *transparencia narrativa*. Si una serie crea grandes incógnitas narrativas a través de los hechos narrados en el *flashback* y en la isla, la otra centra el objetivo, des de su inicio, en la resolución de los enigmas centrales del colegio, caracterizando a los protagonistas en función de éstos. Por eso, *El internado* no dedica un capítulo a definir los conflictos internos de los personajes, como si sucede en *Perdidos*.

Esta diversa concepción narrativa se refleja en el tratamiento temporal. Si en *Perdidos* la narración salta de forma constante del presente hacia el pasado e incluso, a partir de la cuarta temporada, hacia el futuro, en *El internado* los saltos temporales se producen en momentos puntuales, para aclarar las relaciones de los personajes adultos con el antiguo orfanato o para completar hechos que sucedieron en capítulos anteriores. La primera serie basa gran parte de su complejidad en la distribución temporal. La segunda simplifica el tiempo para hacer transparente la narrativa. Los resúmenes de *El internado* duran entre cuatro y cinco minutos, con el objetivo de reenganchar a los telespectadores que han perdido parte de la trama, mientras que en *Perdidos* tan solo se recuerdan, durante treinta segundos, ciertos elementos de la narración que aparecieron bastantes capítulos atrás y que adquirirán significación en el episodio.

Por lo que respecta a la construcción espacial, hallamos un mínimo común denominador. Ambas series crean un conjunto de espacios unitarios, que aportan continuidad a la narración, y utilizan el fuera de campo para crear misterio en torno a los personajes y los acontecimientos. Es cierto que en *Perdidos* existe mayor fragmentación espacial, ya que la narración salta de la isla hacia el pasado de los personajes, si bien estos lugares contienen una función contextual más que narrativa. La principal diferencia en el ámbito espacial radica en que *Perdidos* conecta la isla con el lugar real donde sucede (la ciudad de Oahu, en Hawái), mientras que *El internado* construye un espacio artificial sin ninguna conexión con la geografía española.

Por último, indicar que tanto una serie como la otra ofrecen una *mezcla de géneros*. Su base está constituida por las relaciones interpersonales, los conflictos internos de los protagonistas y las tramas de suspense. Esta dualidad genérica (drama y misterio) se ve completada con la aparición de elementos recurrentes en los géneros de ciencia ficción, fantasía y aventuras. Por lo tanto, la audiencia puede realizar diversas lecturas, entiendo ambas series des de un punto de vista emotivo (drama de personajes), adictivo (creación de suspense) o irracional (hechos sobrenaturales). Sin embargo, notamos que *Perdidos* dirige su narración hacia lo sobrenatural, mientras que *El internado* acaba por moverse en parámetros más o menos racionales (casi todo tiene una explicación lógica).

Estética

A primera vista, las dos series difieren por completo en cuanto a su estética. *Perdidos* ofrece una producción de alto presupuesto, con ambientes extensos y espectaculares y verosimilitud en los hechos, mientras que *El internado* cuenta con unos espacios artificiales y menos recursos estilísticos. En este apartado, las diferencias vienen marcadas por el presupuesto. El guión de *El internado* se debe adaptar a la financiación disponible, mientras que en *Perdidos*, los productores invierten millones de dólares en la recreación de un accidente de avión o en la realización de planos que sobrevuelan la isla. La calidad estética de una serie no tiene nada que ver con la otra, si bien hasta cierto punto no se pueden comparar debido a las abismales diferencias económicas.

Sin embargo, las dos series coinciden en el uso narrativo de los elementos estéticos. Tanto en *Perdidos* como en *El internado* la música puntualiza el carácter dramático o de misterio de

los acontecimientos, esconde elementos de la trama, conecta las distintas piezas narrativas, marca el ritmo de la narración, establece el tránsito entre el presente y el futuro o incide en el estado psicológico de los personajes. La música es un complemento necesario para entender la significación de los hechos. Asimismo, hallamos unos sonidos ambientes potenciados, que resaltan las características de los espacios. En cuanto al montaje, éste elemento se usa en las dos series para dosificar la información, crear elipsis temporales, establecer un ritmo frenético en la historia y narrar acciones en paralelo. Pero el montaje en *Perdidos* es usado como herramienta de confusión narrativa, mientras que en *El internado* clarifica los hechos narrados. Si en la primera serie se producen constantes saltos en el tiempo, en la segunda todo fluye de manera lineal.

En el ámbito de la fotografía, las coincidencias se concentran en el uso de la composición de cuadro para focalizar la atención del telespectador, desenfocando partes del encuadre, mientras que las diferencias radican en la iluminación y el tipo de planos. La iluminación en *Perdidos* tiene un efecto realista, mientras que en *El internado* intenta ser creíble pero a la vez resulta artificial. Esta decisión responde a la falta de inversión y a la necesidad de crear una narrativa transparente. En la serie española, cuando la narración salta hacia el pasado la luz reduce su intensidad, haciendo notar al telespectador el cambio. En la norteamericana, la luz realista confunde a un telespectador que no reconoce lógica ninguna en las experiencias de los personajes en la isla. Además, *Perdidos* ofrece grandes planos generales, que demuestran la grandiosidad del paisaje, y una mayor distorsión de la perspectiva, a través de teleobjetivos que enfocan caras o detalles del paisaje.

Producción de El internado

Gran parte de los aspectos narrativos y estéticos descritos sobre *El internado* responden a una serie de procesos productivos en torno al guión, el presupuesto, la relación con Antena 3 de *Globomedia* (la productora de la serie), el *target* o el organigrama de trabajo. El hecho de dirigirse a una audiencia masiva provoca que la serie opte por un tipo de narrativa serial y de misterio, mezclada con tramas amorosas. Asimismo, la estructura narrativa con ganchos de misterio modifica la forma de trabajar el guión, edificándolo desde lo más general (argumentos de una temporada) hacia lo más concreto (detalles narrativos de cada episodio). El análisis productivo aquí descrito se basa en tres entrevistas realizada a Laura Belloso, productora ejecutiva de la serie, Mariano Baselga, co-productor de guión, y Aurora Martínez, jefa de producción.

El organigrama de trabajo en *Globomedia* está completamente jerarquizado. La figura más importante es la *productora ejecutiva*, Laura Belloso, que tiene responsabilidad sobre todos los aspectos referentes al guión, la contratación de actores, la dirección artística, el presupuesto, las localizaciones o la grabación. Sin embargo, su trabajo se centra casi exclusivamente en el guión, mientras que en el resto de áreas delega responsabilidades. Un escalón por debajo se encuentra el *coproductor ejecutivo en temas de guión*, Mariano Baselga, y el *coproductor ejecutivo en aspectos de realización*, Jesús Rodrigo. En un tercer nivel, hallamos las áreas de guión, producción y realización.

El trabajo de guión en *El internado* comienza con los aspectos generales de la temporada para después ir concretando qué se explica en capítulo y de qué forma. Cada equipo de guionistas trabaja en una trama concreta y la va desarrollando hasta llegar al final de temporada, manteniendo un diálogo constante con el área de producción ejecutiva, que tiene la última decisión. Al finalizar este trabajo, los tres grupos de guionistas ponen en común sus ideas, con el objetivo de conectar las tramas. Por lo tanto, existe una interacción constante que provoca la *reescritura* de un guión que pasa por manos de distintos profesionales. En esta primera fase quedaría definido el *mapa de tramas* de cada una de las temporadas.

Posteriormente, cada equipo escribe un episodio en concreto, manteniendo un *equilibrio* entre las tramas de misterio y las de amor. Se procura que haya una variación de personajes y tramas en cada una de las escenas, para satisfacer a todo tipo de público, y se trabaja en la *creación de ganchos* para asegurarse la fidelidad de la audiencia. Este esquema, basado en subir de forma radical la tensión narrativa, rompe con la estructura del capítulo autoconclusivo con un inicio, desarrollo y final. En *El internado*, el tercer elemento se suprime, dejando al telespectador frustrado y con un deseo de saber más. La narrativa de la serie requiere un seguimiento continuo por parte de la audiencia. Para combatir que el telespectador se desenganche de la historia si se pierde parte de ella, los guionistas trabajan en el *reciclaje de tramas*, no tan solo a través de los resúmenes iniciales sino mediante pequeños trucos narrativos (a modo de ejemplo, un personaje que en la primera escena de cada temporada recuerda los hechos principales).

La relación de *Globomedia* con Antena 3 marca una serie de cuestiones de la serie, referidas a los cortes de publicidad y la duración del formato. Las cadenas españolas no respetan el tempo narrativo de las escenas, cortando a publicidad en momentos inoportunos para los guionistas, e imponen una duración por encima de los cuarenta minutos establecidos en Estados Unidos, llegando incluso a la hora y media de metraje. Los motivos para esta política son estrictamente comerciales y de contraprogramación. Las cadenas esperan a que su oponente vaya a publicidad para realizar la misma operación y exigen llenar más de dos horas de programación (contando los anuncios) para que un producto sea rentable.

Otra de las cuestiones planteadas en las entrevistas a los productores de *El internado* es si se ha trabajado el concepto de *proximidad cultural* como un discurso productivo, creando un tipo de historias y narrativas cercanas al público español. Los productores de *El internado* no trabajan con elementos costumbristas, a diferencia de las series de televisión que triunfaron en los noventa y que mostraban los hábitos del español medio, y han eliminado las referencias locales más evidentes. La productora ejecutiva de la serie, Laura Belloso, reconoce que la intención era crear un producto exportable, basado en tramas seriales y de misterio, al estilo de series como *Perdidos* o *Prison Break*. Esta política ha tenido resultados económicos excelentes para *Globomedia*, que ha vendido la serie a países como Francia o Finlandia.

El sistema de producción empleado por *Globomedia* proviene de Estados Unidos y se aplica al ser el único que permite producir veintiséis capítulos por año, divididos en dos temporadas. Se trata de un modelo jerarquizado, despersonalizado e industrial que se adapta a la realidad

española, condicionada por la mentalidad comercial de las televisiones. Laura Beloso reconoce que se utilizan estrategias narrativas para llegar al máximo de público posible, reenganchar a la audiencia perdida o encontrar nuevos públicos, y que la duración responde a una imposición de las cadenas, que pretenden rellenar el máximo de programación. Esta forma de trabajar difiere del sistema norteamericano, donde las series están producidas para un tipo de público y donde, en ocasiones, se valora más el prestigio que da el producto a la cadena que no su éxito comercial. También es verdad que en Estados Unidos existe un mayor abanico de posibilidades productivas, ya que la capacidad presupuestaria es mayor.

Conclusiones

La influencia de *Perdidos* en *El internado* se produce a través de mecanismos indirectos. La segunda serie recoge elementos presentes en la primera y los adapta a la realidad no tan solo cultural sino *productiva* del mercado español, marcada por unas cadenas cuyo objetivo es la rentabilidad económica. Sigue existiendo una gran dependencia con respecto al mercado norteamericano, en tanto que los productores domésticos beben de sus fórmulas narrativas y estéticas para trazar sus propias series. Este proceso presupone una adaptación al concepto de audiencia masiva y la mentalidad conservadora de las cadenas españolas, y explicaría por qué en *El internado* los protagonistas pertenecen a distintas generaciones, se mantiene un equilibrio entre las tramas de amor y de misterio, se intenta, constantemente, reenganchar al telespectador y se crea una narrativa transparente y unos personajes planos.

Hasta ahora, el debate teórico sobre las series de televisión españolas se había centrado en observar las características culturales que hacían único al producto, puntualizando el costumbrismo como la clave del éxito de las ficciones domésticas. Sin embargo, la *proximidad cultural* no solo debe estudiarse desde un punto de vista receptivo, sino también productivo, en tanto que se erige como un discurso construido por los creadores de las series (Castelló, 2009). En este proceso, la *forma de las narrativas* juega un papel fundamental como elemento de cercanía hacia la audiencia. *El internado* apela a la realidad del telespectador español a través de una narración transparente, unos caracteres previsibles y una linealidad temporal, mezclada con conflictos intergeneracionales, dejando de lado el costumbrismo presente en series como *Farmacia de Guardia* (Antena 3, 1991), *Médico de Familia* (Telecinco, 1995), *Hostal Royal Manzanares* (TVE, 1996), *Los Serrano* (Telecinco, 2003), *Siete Vidas* (Telecinco, 2009), *Aquí no hay quién viva* (Antena 3, 2003) o *Aída* (Telecinco, 2005).

El mercado español había apostado, principalmente, por telecomedias o *dramedias*, ya sea con la inclusión de una estrella que lidera el reparto o a través de tramas cómicas que apelan directamente al día a día del telespectador modélico. En este sentido, la influencia de *Perdidos* en *El internado* resulta positiva, en tanto que ha consolidado un nuevo camino narrativo para las series de televisión españolas, basado en el misterio, los giros de guión, la serialidad en las tramas principales y la creación de ganchos. El éxito de *El internado* ha demostrado que se pueden obviar las ficciones totalmente localistas, creando productos que tengan mayores posibilidades de exportación a otros mercados. Este es el primer paso para solucionar la escasez

de flujos culturales entre los países europeos (Buonanno, 2007) y acabar con una primacía norteamericana que todavía existe en los mercados domésticos. Las cadenas españolas, al ver el éxito económico cosechado por *El internado* se han lanzado a realizar más adaptaciones del modelo narrativo serial de suspense y misterio –a modo de ejemplo; *La chica de ayer* (Antena 3, 2009), *Acusados* (Telecinco, 2009) o *Los protegidos* (Antena 3, 2010).

El caso de *Perdidos* y *El internado* también pone de relieve la tendencia de las cadenas españolas por realizar adaptaciones de contenido o de fórmulas narrativas sin pagar los derechos del producto original. Las dos series analizadas no gozan de similitudes obvias en cuanto al contenido, sin embargo, existen otros casos donde las coincidencias son flagrantes y se producen acciones legales de una compañía a otra. Sony llevó a juicio a Telecinco porque consideró que *Acusados* (Telecinco, 2009) era una copia de *Damages* (FX, 2007). Finalmente, la productora multinacional y la cadena llegaron al acuerdo que Telecinco produciría una adaptación con compra de derechos de la serie *The Riches* (FX, 2007), como compensación por el caso anterior. En España, se llamó *De repente, los Gómez* (Telecinco, 2009) y no duró más que un par de capítulos, debido a su baja audiencia. Pese a todo, existen adaptaciones con compra de formato en el mercado español, tales como *Matrimonio con hijos* (Cuatro, 2006), *La chica de ayer* (Antena 3, 2009) o *Las chicas de oro* (TVE, 2009), que han tenido cierto éxito de audiencia.

La americanización del sistema televisivo español puede ser positiva, en tanto que veamos una industria más madura y diversificada. Des de un punto de vista narrativo y cultural, vivimos una época dorada de las series norteamericanas, que favorece propuestas plurales y de calidad (Cascajosa, 2007; Creeber, 2004 o Buonanno, 1999). Si el mercado español de ficción televisiva es capaz de acercarse al modelo estadounidense, la influencia habrá sido positiva. Para ello, hace falta que las cadenas de televisión y los anunciantes redefinan su papel en el negocio televisivo. En parte, se ven obligados por el imparable proceso de fragmentación de la audiencia de los últimos años.

Referencias bibliográficas

- Barker, C. (2003) *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona: Paidós Comunicación
- Buonanno, M. (2008) *The age of television experiences and theories*. Bristol: Intellect Books
- Bustamante, E. (1999) *La Televisión económica: financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa
- Cantor G.M. (1980) *Prime-Time Television: content and control*. London: Sage Publications.
- Cascajosa, C. (2007) “Préstamos e influencias de la ficción televisiva norteamericana en las series españolas contemporáneas”, pp. 50-64 en M. A. Huerta y P. Sangro (ed.) *De cuéntame a Los Serrano: cómo se crean las series de televisión en España*. Madrid: Arkadin

- Castelló, E. (2009) *Dramatizing proximity*. European Journal of Communication: Vol 34 (1): 103-132
- Chalaby, J.K. (2006) *American cultural primacy in a new media order*. International Communication Gazette: Vol 68(1): 33-51
- Contreras, J.M. (2006) "Segmentación e integración de la audiencia en el futuro escenario televisivo", pp. 173-180 en GECA (ed.) *Anuario de la Televisión en España 2006*
- Creeber, G. (2004) *Serial Television. Big Drama on Small Screen*. Londres: British Film Institute
- De Bens, E. y de Smaele, H. (2001) *The inflow of American Television Fiction on European Broadcasting Channels Revisited*. European Journal of Communication: Vol 16: 51-75
- García de Castro, M. (2002) *La ficción televisiva popular: una evolución de las series de televisión en España*. Barcelona: Gedisa
- GECA (1998) *Anuario de la televisión en España 1998*
- Fiske, J. (1987) *Television culture*. Nueva York: Methuen
- Huerta, M.A. y Sangro, P. (2007) *De cuéntame a Los Serrano: cómo se crean las series de televisión en España*. Madrid: Arkadin
- La Pastina, A y Straubhaar, Joseph D. (2005) *Multiple proximities between television genres and audiences: the schism between telenovela's global distribution and local consumption*. Gazette: the international journal for communication Studies. Vol 67(3): 271-288
- McBride, S. (1980) *Un solo mundo, voces múltiples: comunicación e información en nuestro tiempo*. UNESCO
- Martínez, A. (1989) *Televisión y narratividad*. Valencia: Universitat Politècnica de València
- Morley, D. y Robins, K. (1995) *Spaces of identity: global media, electronic landscapes and cultural boundaries*. London: Routledge
- Newcomb, H. y Alley, R.S. (1983) *The Producer's Medium*. Nueva York: Boston University Press
- O'Donnell, H. (1999) *Good times, Bad times. Soap operas and society in Western Europe*. Londres y Nueva York. Leicester University Press
- Pearson, R. (2005) "The Writer/Producer in American Television", pp 11-25 en Michael Hammond y Lucy Mazdon (ed.) *The Contemporary Television Series*. Edimburgo: Edinburgh University Press
- Straubhaar, Joseph D. (2007) *World television: from global to local*. Los Ángeles: Sage
- Tomlinson, J. (1991) *Cultural Imperialism: A critical introduction*. Londres: Pinter
- Tunstall, J. (2008) *The media were american: U.S. mass media in decline*. Oxford: Oxford University Press
- Villagrasa, J.M. (1992) *La Producción de ficción narrativa en la televisión norteamericana*. Universitat Autònoma de Barcelona: Tesis doctoral

Contributors.

Jordi Alberich Pascual (Universidad de Granada)

Jordi Alberich Pascual (La Bisbal de Falset, Tarragona, 1969) es en la actualidad Profesor Titular de Universidad de Comunicación audiovisual y Publicidad de la Universidad de Granada, e investigador colaborador del Internet Interdisciplinary Institute IN3-UOC. El conjunto de su actividad docente e investigadora se ha desarrollado a partir del estudio de las implicaciones que el proceso de emergencia de las tecnologías de la información y de la comunicación ha tenido para el discurso audiovisual contemporáneo. Ha sido autor y/o co-autor de numerosas publicaciones, entre las que destacan las obras 'Exploraciones creativas. Prácticas artísticas y culturales en los nuevos medios' (Editorial UOC, 2010), 'Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas' (Editorial UOC, 2005) y 'Realidad Virtual. Visiones del Ciberespacio' (Editorial Devir, 2004).

Claude Atcho (Western Washington University)

Claude Atcho is currently a graduate student at Western Washington University in Bellingham, Washington. Born in Pasadena, California, Claude now resides in Bellingham with his wife, Kelsey. Claude's favorite activities include spending time with his wife, reading, writing, and serving at his local church in Bellingham.

Fran Benavente Burian (Universitat Pompeu Fabra)

Profesor de los Estudios de Comunicación Audiovisual de la Universitat Pompeu. Imparte asignaturas en el Grado en Comunicación Audiovisual; el Máster en Cine y Audiovisual Contemporáneo; y el Hispanic and European Study Program de la UPF. Miembro del consejo de redacción de *Cahiers du cinéma-España*. Ha escrito en diversos libros sobre cine y televisión y publicado artículos en revistas divulgativas (*Cultura/s*; *El viejo topo*, entre otras) y académicas (*Akademisk Kvarter*, *Formats*, *Quaderns del CAC*, entre otras), nacionales e internacionales.

Eleonora Benecchi (Università della Svizzera italiana)

Eleonora Benecchi is a PhD candidate at the Faculty of Communication Sciences at the Università della Svizzera Italiana. Her main research object is the phenomenon of fandom as seen in an economic perspective. She is also tutor of the radio project Psicoradio and active in the Japanese animation field of studies, having published the book "Anime, Cartoni con l'anima", dedicated to the distribution and fandom of anime.

Ángela Bermúdez Enríquez (Universidad de Sevilla)

Ángela Bermúdez Enríquez es licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla y posee una Licence Pro Activités et Techniques de Communication, Spécialité Stratégies et Supports de Communication por la Universidad de Le Havre en Francia. Actualmente combina sus estudios de doctorado con trabajo en el Parlamento Europeo en Bruselas. En materia de investigación, sus intereses se acercan a la comunicación política especialmente en el ámbito de la Unión Europea.

Melanie Bourdaa (MICA, Bordeaux 3)

Mélanie Bourdaa holds a PhD in Communication and Information Sciences. She analyzes the new television environment and the technical and cultural convergence. She studies particularly American TV series, the phenomenon of fandom in a digital age and production's strategies (i.e. Transmedia Storytelling). She also teaches courses on Audience and programming, Television and cultures and Transmedia Storytelling .

Francisco Cabezuelo Lorenzo (Universidad San Pablo CEU)

Francisco Cabezuelo Lorenzo (Madrid, 1977) es profesor contratado doctor de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Pablo CEU de Madrid. Es doctor europeo en 'Tecnologías, Estructuras y Tratamientos de la Información' por la Universidad Complutense de Madrid. Entre sus intereses en el campo de la investigación se encuentra el estudio de la serie 'Mad Men' como paradigma metacomunicativo de la Publicidad y las Relaciones Públicas en la actual sociedad de consumo. Es autor de varios artículos académicos en revistas científicas, comunicaciones, ponencias y capítulos de libro sobre este tema.

José María Calvo Moreno (Universidad de Sevilla)

José María Calvo Moreno is a PhD student in the Facultad de Comunicación of Seville. Currently he is developing his doctoral thesis. His main fields of interest include popular music and videogames, as well as intellectual property and cultural industries.

Enrique Canovaca de la Fuente (Universitat Rovira i Virgili)

Enrique Canovaca de la Fuente es doctorando por la Universidad Rovira i Virgili (URV) de Tarragona, centrado su investigación en la influencia y adaptación del modelo de ficción televisiva norteamericano en las series españolas. Los resultados obtenidos en la tesina, que compara *Perdidos* con *El internado*, fueron presentados en la conferencia ‘*Contemporary Serial Culture: Quality TV Series in a New Media Environment*’, celebrada en enero de 2010 en la Universidad de Potsdam-Babelsberg (Alemania). El autor compagina su actividad académica con la profesión de periodista, en el diario local www.reusdigital.cat.

Arantxa Capdevila, Iolanda Tortajada, Josetxo Cerdán, Nuria Araña (Universitat Rovira i Virgili)

Investigadores de ASTERISC, grupo consolidado de investigación en comunicación de la Universitat Rovira i Virgili (Tarragona), que se dedica, entre otras líneas de investigación, a estudios sobre televisión, sobre cine y sobre las desigualdades sociales (entre géneros, entre grupos culturales, etc.) en el apartado del acceso y la representación mediáticos.

Mario Carlón (Universidad de Buenos Aires)

Mario Carlón es Doctor en Ciencias Sociales por la Facultad de Ciencias Sociales (Universidad de Buenos Aires) y Licenciado en Historia del Arte por la Facultad de Bellas Artes (Universidad Nacional de La Plata). Dirige el Proyecto de Investigación Ubacyt S417 “Mundo del arte/mundo de la información”, radicado en el Instituto Gino Germani (UBA). Ha dictado cursos de posgrado en la Argentina y en el exterior. Ha publicado una serie libros, entre los que se encuentran: *Sobre lo televisivo: dispositivos, discursos y sujetos* (La Crujía, 2004), *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad* (La Crujía, 2006) y, junto a Carlos Scolari, *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate* (La Crujía, 2009). Actualmente *De lo cinematográfico a lo televisivo* se está traduciendo al portugués por la Universidad de Unisinos, Brasil.

Ana María Caro Oca (Universidad de Sevilla)

Ana M^a Caro Oca es licenciada en Comunicación Audiovisual por la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, donde también ha realizado sus estudios de tercer ciclo dentro del programa de doctorado Procesos de la Comunicación. Actualmente elabora su tesis doctoral sobre en el uso de elementos narrativos en el videoclip.

Sergio Cobo-Durán (Universidad de Sevilla)

Sergio Cobo-Durán es doctorando en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura de la Universidad de Sevilla. Licenciado en 2008 en Comunicación Audiovisual en la Facultad de Comunicación y miembro del Grupo de Investigación ADMIRA, Sergio Cobo-Durán compatibiliza la realización de su Tesis Doctoral sobre estructuras narrativas en el cine de no-ficción con la coordinación del Master Oficial de “Guión, Narrativa y Creatividad Audiovisual”, y las tareas docentes en los cursos de Experto “Documental Creativo” y “Educomunicación: competencias audiovisuales para la enseñanza”, todos ellos de la Universidad de Sevilla.

Cinzia Colapinto (Università della Svizzera italiana)

Dr. Cinzia Colapinto, journalist, is assistant professor at the Department of Management at Ca’ Foscari University of Venice. She obtained a PhD in Business history and Finance from the University of Milan (Italy), where she has been post-doc fellow in media economics and management. Her main research topics include media management, decision making and innovation.

Laura Cortés Selva (Universidad Católica San Antonio)

Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Navarra y en Dirección de Fotografía Cinematográfica por la Escuela Superior de Cine y Audiovisuales de Cataluña (Universitat de Barcelona). Actualmente es profesora e investigadora en la Universidad Católica San Antonio de Murcia y se encuentra en la fase final de su tesis doctoral. Ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales y su línea de investigación se centra en el estilo visual.

Patricia Diego (Universidad de Navarra)

Patricia Diego González es profesora de Producción de Ficción Televisiva en la Universidad de Navarra. Es doctora en Comunicación por la misma universidad en la que recibió el Premio Extraordinario de doctorado por la tesis "La producción de ficción televisiva en España (1990-2002): Evolución histórica, industria, mercado". Autora de *La ficción en la pequeña pantalla. Cincuenta años de series en España* (EUNSA, 2010). Ha sido investigadora visitante en la Universidad de Westminster y actualmente ejerce como Subdirectora del Máster en Gestión de Empresas de Comunicación. Su investigación se centra en la producción, industria y mercado de la ficción televisiva y ha colaborado en diferentes libros y artículos sobre la materia.

Milagros Expósito-Barea (Universidad de Sevilla)

Milagros Expósito-Barea is PhD Candidate at University of Seville in the Audiovisual Communication and Advertisement Department. Her theoretical focus is cultural studies and television studies. Her research interests are situated in the field of Thai Cinema with emphasis on the New Thai Cinema from 1997.

Bartolomé Fernández García (Universidad de Sevilla)

Bartolomé Fernández García es Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla, y actualmente se encuentra realizando un Doctorado en Narrativa Audiovisual y Género. Sus principales inquietudes se encuentran dentro del campo de la narrativa gráfica, donde ha participado en varios proyectos tanto de investigación como de creación, aunque no descarta otros campos como la ficción audiovisual o el ocio electrónico.

Sarah French (University of Melbourne)

Sarah French holds a PhD from the University of Melbourne (2006). Her PhD is an interdisciplinary thesis that examines the representation of memory and female subjectivity in feminist film theatre and literature. She has recently published articles on Chris Marker's film *Sans Soleil*, Alain Resnais and Marguerite Duras' film *Hiroshima mon amour*, and Hélène Cixous' play *Portrait of Dora*. She currently lectures at the University of Melbourne in the areas of Cinema Studies and Theatre Studies.

Pedro José García García (Universidad de Sevilla)

Licenciado en Filología Inglesa por la Universidad de Murcia y Licenciado en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla. Ha realizado un Máster en Traducción Audiovisual Aplicada a la Subtitulación y al Doblaje y colabora como traductor audiovisual para una empresa norteamericana. Actualmente se encuentra preparando su tesis doctoral sobre transformaciones narrativas en el drama televisivo y la noción de autoría en televisión.

Alberto Nahum García Martínez (Universidad de Navarra)

Alberto Nahum García Martínez es profesor de Comunicación Audiovisual y Subdirector del Máster de Guión de la Universidad de Navarra. Ha publicado sus trabajos académicos en *Zer, Comunicación y sociedad* o *Post Script*. Es co-editor de *Landscapes of the Self. The Cinema of Ross McElwee* (2007), autor de *El cine de no-ficción en Martín Patino* (2008) y colaborador del libro *Supernatural: TV Goes to Hell* (Lavery y Abott, 2011). Escribe el blog especializado "Diamantes en serie".

Patrick Gill (Johannes Gutenberg – Universität, Mainz)

Patrick Gill has been a lecturer in the Department of English and Linguistics at Mainz University since 2001. While his current research is into the intercultural aesthetics of literary translation, he maintains a strong interest in aspects of popular culture, particularly in British and American television culture.

Ellen Grabiner (Simmons College, Boston)

Ellen Grabiner is a writer, visual artist and educator living and working in the Boston area. She teaches digital imaging and cinema studies at Simmons College, and is currently working on a book about James Cameron's film, *Avatar*, which will be available from McFarland & Company, Inc., in the spring of 2012.

Mar Grandío (Universidad Católica de Murcia)

María del Mar Grandío es profesora de Publicidad y Políticas y Estrategias de la Programación Audiovisual en la Universidad Católica San Antonio (UCAM). Doctora en Comunicación por la Universidad de Navarra (2006) es autora de [Audiencia, fenómeno fan y ficción televisiva. El caso de Friends](#) (2009). Su principal área de investigación es el entretenimiento televisivo, con un especial interés por las series de televisión y las audiencias. Ha investigado en universidades de Los Ángeles (EE.UU), Gales (Reino Unido), Maryland (EE.UU) y Londres (Reino Unido). Además, ha sido profesora Erasmus en universidades de Austria, Bélgica, Finlandia, Portugal y Alemania, donde ha hablado principalmente sobre ficción televisiva. Escribe sobre series de televisión en el blog personal *Spinoff* desde 2007.

Inmaculada Gordillo (Universidad de Sevilla)

Inmaculada Gordillo es profesora titular de la Universidad de Sevilla, en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Imparten Narrativa Audiovisual, pertenece al grupo de investigación ADMIRA, equipo de análisis de medios, imágenes y relatos audiovisuales. Es autora de múltiples libros y artículos sobre Narrativa Audiovisual además de Estudios Culturales y de Género.

Virginia Guarinos (Universidad de Sevilla)

Virginia Guarinos es profesora titular de la Universidad de Sevilla, en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Imparten Narrativa Audiovisual, pertenece al grupo de investigación ADMIRA, equipo de análisis de medios, imágenes y relatos audiovisuales. Es autora de múltiples libros y artículos sobre Narrativa Audiovisual además de Estudios Culturales y de Género.

Victor Hernández-Santaolalla (Universidad de Sevilla)

Víctor Hernández-Santaolalla es Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Sevilla con la calificación de Premio Extraordinario. Actualmente ejerce sus funciones como becario FPU en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura de dicha Universidad, donde compagina el desarrollo de su tesis en "Efectos cognitivos de la publicidad política electoral" con otras investigaciones en el campo de la publicidad y la comunicación, en general.

Erin Hollis (California State University)

Erin Hollis is an Assistant Professor in the department of English, Comparative Literature, and Linguistics at California State University, Fullerton. Her research interests include Modernism, especially James Joyce, and popular culture. She has written several articles on Joss Whedon and his work. In addition to responding to Whedon's work as a scholar, she is also an ardent fan of his work.

Manel Jiménez- Morales (Universitat Pompeu Fabra)

Manel Jiménez Morales es doctor en Comunicación Social por la Universitat Pompeu Fabra, donde imparte clases desde el 2000. Previamente, cursó la licenciatura en Comunicación Audiovisual por la UPF y en Teoría de la

PREVIOUSLY ON

Literatura y Literatura Comparada por la Universitat de Barcelona.

Miembro docente de la Universitat Oberta de Catalunya y la Universitat Ramon Llull, es también codirector del Posgrado en Escritura de Guión Televisivo, impartido por la productora El Terrat y la UF-IDEC.

Manel Jiménez ha contribuido a diversos estudios a nivel individual y dentro de grupos consolidados y ha trabajado como guionista, productor y realizador para radio y televisión.

Derek Johnston (University of East Anglia)

Derek Johnston received his doctorate from the University of East Anglia based on his thesis 'Genre, Taste and the BBC: The Origins of British Television Science Fiction'. He has published on television and film science fiction of the 1950s.

Sarah Kumpf (University of Bremen)

Sarah Kumpf trabaja como periodista en Radio Bremen (ARD). Concluyó su Maestría en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Bremen; su licenciatura en Literatura, Periodismo y Política en la Universidad de Dortmund. El estudio sobre la Apropiación de series de Televisión surgió como resultado de su tesis para la maestría.

Elisa Lange (University of Bayreuth)

Elisa Lange is a Ph.D. student in American Studies at the University of Bayreuth, Germany. She holds an M.A. in American Studies and Intercultural Business Communication from the University of Jena, Germany. Her current research interests include German and American Science Fiction, popular culture and intercultural studies. In her "spare" time, she likes to spend too much time discussing TV on the Internet.

Kirsten Larsen (Central Connecticut State University)

Kristine Larsen es Profesora de Física y Astronomía en la Universidad Central del Estado de Connecticut. Sus investigaciones se enfocan en la intersección de ciencia y sociedad, incluyendo temas como género y ciencia, y ciencia y literatura. Es autora de "Stephen Hawking: Una biografía" y "Cosmología 101". Además es co-editora de "Las dimensiones mitológicas de Doctor Who."

Hibai López González (Universitat Pompeu Fabra)

Hibai López González trabaja como investigador de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. A través de una beca de investigación del Gobierno Vasco participa en un proyecto de I+D+i de esta universidad sobre televisión y desafección política. Licenciado en Comunicación Audiovisual por la UPV, elabora su tesis doctoral en torno al deporte, la semiótica, el análisis de reglas del juego y la *competitive balance*. Ha publicado artículos en la revista de cine Pausa.

Francisco Javier López Rodríguez (Universidad de Sevilla)

Francisco J. López-Rodríguez graduated from the University of Sevilla with a Bachelor in Media Studies. He has a master's degree in Film Theory and Criticism (MSc in Film Studies) from the University of Edinburgh thanks to a Talenta grant. He is a Founding Member of the research team ADMIRA. He is currently working as a professor in the Department of Media Studies, Publicity and Literature in the Faculty of Communications of the University of Seville (Spain) and is working in his doctoral thesis. He has written on Japanese cinema, Japanese animation, as well as television and gender.

Javier Lozano Delmar (Universidad de Sevilla)

Javier Lozano Delmar, who graduated with emphasis in Audiovisual Communication in 2004, is a member of the Research Personnel in Training program within the Department of Audiovisual Communication, Advertising, and Literature at the University of Seville. As a result of his research activity in the department, some of his studies about new advertising strategies within the entertainment industry have been published in several books and scientific

magazines. Currently, Javier is devoted to his thesis about the cinematographic trailer as well as teaching at the Department of Communication.

Barbara Maio (Università degli Studi Roma 3)

Barbara Maio (PhD, Roma 3) è autrice di diversi libri e saggi su cinema e televisione. Tra questi *HBO. Televisione, Autorialità, Estetica* (curatela, Bulzoni, 2011) *La Terza Golden Age della Televisione* (Edizioni Sabinae, 2009), *Buffy The Vampire Slayer. Legittimare la Cacciatrice* (curatela, Bulzoni, 2007). Di prossima pubblicazione *Cult Television*. E' direttore responsabile e fondatore della rivista online universitaria *OI3Media*.

Marta Martina (Università di Bologna)

She studied Cinema, Television and Multimedia Production at the University of Bologna and she graduated with honors with a dissertation titled: "Tv Line, Please Cross. A Sociosemiotic Analysis of the New American Serials". At the moment, she is attending her second year in the Ph.D programm in Cinema Studies at the University of Bologna and her research concerns the analysis of of the ending in the serialized tv shows and its various meanings.

M^a Ángeles Martínez (Universidad de Sevilla)

Profesora del Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Ha ejercido como profesora en otras universidades españolas -UCAM de Murcia y SEK de Segovia, además de impartir docencia en enseñanzas no regladas. Ha sido miembro del Área de Comunicación de la Fundación Audiovisual de Andalucía (Grupo RTVA) y asesora del Gabinete de la Presidencia del Consejo Audiovisual de Andalucía (Junta de Andalucía).

Carlos Menéndez Otero (Universidad de Oviedo)

Carlos Menéndez Otero es Licenciado en Filología Inglesa y Experto Universitario en Periodismo Digital por la Universidad de Oviedo. Licenciado en Comunicación Audiovisual y Especialista Universitario en Edición Digital por la Universitat Oberta de Catalunya. Ha trabajado en el sector privado como docente, traductor, editor, periodista, gestor de contenidos, *information broker*, analista web, director de marketing digital y consultor de formación. Actualmente es Profesor Ayudante en la Universidad de Oviedo, donde desarrolla un proyecto de investigación relacionado con la industria audiovisual irlandesa.

Toni Pape (Université de Montréal)

Toni Pape trabaja como asistente de investigación en el departamento de literatura comparada en la Universidad de Montreal, donde es estudiante de doctorado. Sus áreas de investigación incluyen el estudio de la narración, televisión y su *intermedialidad*, al igual que la filosofía del tiempo. En su tesis, Toni analiza la relación entre lo serial y lo temporal en series de televisión norteamericanas. Toni a dado conferencias sobre *meta-comics*, como el Cartoon Art Festival 2010 en Columbus, Ohio. Un ensayo sobre los regímenes temporales en la serie de televisión *Damages* será publicado (*Television and Temporality: Exploring Narrative Time in 21st Century Programming*, ed. Melissa Ames, Ridgewood: University Press of Mississippi, 2011).

Alejandro Pardo (Universidad de Navarra)

Alejandro Pardo es profesor de Producción de Cine y TV en la Universidad de Navarra. Doctor en Comunicación, es diplomado por UCLA y máster por la Media Business School (Madrid). Ha sido director del Departamento de Cultura y Comunicación Audiovisual. Entre sus publicaciones figuran *The Audiovisual Management Handbook* (2002, editor), *El oficio de producir películas. el estilo Puttnam* (2003) y *The Europe Hollywood Coopetition* (2007). Ha sido Visiting Researcher en diferentes universidades americanas y pertenece a varias asociaciones académicas internacionales (SCMS, NECS, EMMA).

Cristina Pérez de Algaba Chicano (Universidad de Sevilla)

Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Sevilla, Cristina Pérez de Algaba Chicano realiza actualmente el programa de doctorado “Proceso, Teoría y Práctica de la Comunicación” del Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y RR.PP. y Literatura de la Facultad de Comunicación de Sevilla, donde también desempeña el cargo de Asistente Honoraria. Su línea de investigación está centrada en el estudio del trasfondo ideológico del relato audiovisual del género cinematográfico y televisivo de ciencia ficción.

Miguel Ángel Pérez-Gómez (Universidad de Sevilla)

Miguel A. Pérez-Gómez es Licenciado en comunicación audiovisual por la Universidad de Sevilla. En la actualidad está realizando su tesis doctoral sobre cultura participativa. También investiga sobre cine fantástico europeo, cómic, series de televisión y cultura popular japonesa. A participado en encuentros internacionales como Queer Screen Cultures (2009 en la Universidad de Nottingham, Conferencias del AATI (años 2010 y 2011) y Beyond Don Juan: Rethinking Iberian Masculinities (New York University, 2011).

Yves Picard (Cégep André-Laurendeau / Université de Montréal)

Profesor del Departamento de Comunicación de Cégep André-Laurendeau (Montréal) desde otoño de 2000, después de trabajar durante casi veinte años en cinco escuelas y dos universidades. Recientemente, recibió una mención de honor de su institución por sus logros profesionales. Ha publicado un libro en la televisión (ficción y de información) de Quebec: Quand le petit écran devient grand (Cuando la pequeña pantalla se hace grande). Él es un doctorado en Estudios de Cine en la Universidad de Montreal, donde se está preparando una tesis: De la voix au regard. La fiction télévisée québécoise de ses débuts à nos jours (De voz hasta vista. Quebec drama de televisión desde sus inicios hasta la actualidad).

Marina Ramos (Universidad de Sevilla)

Marina Ramos Serrano (Málaga, 1975) is a professor at the Department of Communication (University of Seville) where she teaches Creativity in advertising. Moreover, she is the Vice Dean of International Relationships at the same institution. Marina Ramos received her Ph.D. in Advertising and PR from the University of Málaga with her thesis entitled “Communication and Web design: the experience of the user within online stores”. She has visited universities in the United States and the Netherlands as a member of the Research Personnel in Training programs, where she studied the new forms of commercial communication in depth. Professor Ramos has participated in several books and she has written a few scientific articles which have been published in magazines such as Comunicar, Telos, and Questiones Publicitarias.

Endika Rey (Universitat Pompeu Fabra)

Endika Rey forma parte del personal docente e investigador de la Universitat Pompeu Fabra. Actualmente trabaja en su tesis doctoral gracias al programa de ayudas para formación y perfeccionamiento de personal investigador del Gobierno Vasco

Jerónimo Rivera-Betancur (Universidad de la Sabana)

Docente de guión y apreciación cinematográfica. Jefe del Área de Comunicación Audiovisual y Editor de la Revista Palabra Clave de la Universidad de La Sabana. Director de la Red Iberoamericana de Investigación en Narrativas Audiovisuales (Red INAV). Estudió Comunicación Social en la Universidad de Antioquia, Dirección Escénica en la EICTV de Cuba y Maestría en Educación en la Universidad Javeriana. Autor de los libros “La imagen una mirada por construir”, “Narrativas Audiovisuales: personajes, acciones y escenarios” y “Cine: Recetas y símbolos. Guía para entender el cine sin dejar de disfrutarlo” y de varios artículos en revistas internacionales.

Maria del Mar Rodriguez Rossell (Universidad Católica San Antonio)

Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, Acreditada por la Aneca y Licenciada en Comunicación Audiovisual (UCM). Profesora Adjunta de Fundamentos de la Comunicación Audiovisual en la Universidad Católica San Antonio de Murcia, donde ejerce de Secretaria Académica de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación y en donde es investigadora principal del Grupo Comunicación y Menores.

Ruben Romero

Rubén Romero Santos es Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona y en Traducción e Interpretación por la Universidad Pompeu Fabra. Colabora habitualmente en temas de cine y televisión con medios escritos como el diario Público, o las revistas Cinemanía, Rolling Stone, ELLE y Digital +. Actualmente realiza su doctorado sobre la figura de Pepe Carvalho en la ficción televisiva.

María del Mar Rubio (Universidad de Sevilla)

María del Mar Rubio-Hernández studied Advertising and P.R. at the Department of Communication at the University of Seville, where she is currently a Ph.D. student. She has visited foreign universities, such as the ErasmushogeSchool in Brussels, and The University of Michigan where she developed a special interest in the analysis of advertising discourse. She belongs to the research group MAECEI and she develops her scientific activity by collaborating with communication magazines and conferences.

Andrew Russ (University of Sidney)

Dr Andrew Russ taught as a tutor and associate lecturer in European studies at the University of Adelaide for 5 years, teaching the literature, philosophy, visual art, politics and history of modern Europe. He is now teaching casually at the University of Sydney in International and Global Studies and European Studies, and the University of Notre Dame (Sydney) teaching philosophy. Along with this teaching, Andrew has been active in experimental theatre as a founding member of *The Border Project*.

Glòria Salvadó Corretger (Universitat Pompeu Fabra)

Profesora de los Estudios de Comunicación Audiovisual de la Universitat Pompeu. Imparte asignaturas en el Grado en Comunicación Audiovisual; el Máster en Cine y Audiovisual Contemporáneo; y el Hispanic and European Study Program de la UPF. También es profesora de los Estudios de Comunicación Audiovisual de la Universitat Oberta de Catalunya. Ha escrito en publicaciones divulgativas (*Cultura/s*; *Cahiers du cinéma-España*, *Nosferatu*, entre otras) y académicas (*Critical Studies in Television*, *Akademisk Kvarter*, *Formats*, *Quaderns del CAC*, entre otras), nacionales e internacionales; también ha participado en varios libros colectivos.

Zachary Snider (New York University)

Dr. Zachary Snider has career multiple personality disorder after working simultaneously as a university professor and an entertainment journalist. The content of his disparate publications and the subjects he teaches include: postmodern fiction; film, television and media theory; psychoanalytic theory; creative writing; pedagogical and composition theory; among others. Zachary is an assistant professor at Manhattan College and also teaches writing courses at New York University. He is in the process of completing his first novel.

Luz-Maria Tato-Pazo (Swansea University)

Luz-Maria Tato-Pazo holds a M.A. degree in Journalism by the Complutense University of Madrid (Spain, 2005), and a post-graduate degree in "TV: News and Programmes" by CEU San Pablo University (Spain, 2008). She has worked in radio stations, TV and production companies. Since 2009, she is pursuing a PhD in Media and Gender Studies at Swansea University, UK. Her research interests include Gender and the Media, Femininities and Masculinities and pop culture.

Jan Teurlings (Universiteit van Amsterdam)

Jan Teurlings is a lecturer in Television Studies at the University of Amsterdam, Department of Media Studies. His work focusses on the production of TV from a variety of perspective but with a strong emphasis on Marxist approaches. He has published in journals like *Continuum* and *European Journal of Cultural Studies*, and is currently working on a book on the production of dating shows.

Enrique Uribe-Jongbloed (Universidad de la Sabana)

Enrique Uribe-Jongbloed es Realizador de Cine y Televisión de la Universidad Nacional de Colombia, y Magister en estudios de patrimonio cultural de la Universidad Tecnológica de Brandemburgo, en Cottbus, Alemania. Actualmente es candidato a doctor (PhD) en el Departamento de Teatro, Cine y Televisión, de la Universidad de Aberystwyth, en el País de Gales. Enrique es investigador en Cultura Audiovisual y profesor asistente en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana, en Chía, Colombia.

Agnese Vellar (Università degli Studi Torino)

Agnese Vellar is a post-doc at the Department of Social Sciences at the University of Torino (Italy). Her research interests are the role of old and new media in the construction of individual and collective identities. In particular, she is studying participatory cultures from a transnational and transmedia perspective. She worked at *Technology, Research and Trends Department - Telecom Italia* conducting qualitative research on social media and designing interface for digital television. She is conducting workshops on media ethnography and interaction design at the University of Torino and at the Politecnico of Torino.

Helen Warner (University of East Anglia)

Helen Warner es un estudiante de investigación de doctorado en la Universidad de East Anglia. Ella acaba de terminar su tesis titulada "Perfect Fit: Estrategias Industriales, negociaciones textuales y cultura de la celebridad de la moda de televisión 'que se centra en sus intereses de investigación principales de la moda, la televisión, el público y la celebridad. Su investigación se ha publicado en *SCAN: Revista de Cultura y Arte Digital* de *Diario Popular Narrativa Media*.

Emanuela Zaccone (Università di Bologna)

Emanuela Zaccone is a PhD student at the University Bologna. Her research is dedicated to audiovisuals and social network marketing, with a strong attention on user engagement.

Outside the university she works as temporary research at Telecom Italia Lab (Turin) and she is a social media marketing consultant.

Parts of her research project were presented during conferences, seminars and on academic articles and blog posts.

Martin A. Zeller-Jacques (University of York)

Martin Zeller-Jacques is a research student in the department of Theatre, Film and Television at the University of York. His research focuses primarily on endings in contemporary American television series, and he has also presented work on British teen television and gender theory.

Miguel Zozaya Fernández (Universidad del País Vasco)

Miguel Zozaya es licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad de Navarra y está realizando el Doctorado en Teoría, Análisis y Documentación Cinematográfica en la Universidad del País Vasco, donde ha obtenido el DEA en Historia del cine español. Actualmente trabaja en su tesis doctoral.

PREVIOUSLY ON

PREVIOUSLY ON

Rome
Friends
Californication
The Tudors
True Blood
CSI
Breaking Bad
Lost
The Office
The Walking Dead
Modern Family
Gossip Girl
Spartacus
Fringe
V

House
Prison Break
24
Damages
Grey's Anatomy
The Wire
Sex and the City
Ugly Betty
Mad Men
Game of Thrones
The Sopranos
The Big Bang Theory
How I Met Your Mother
The Walking Dead
Modern Family
Gossip Girl
Spartacus
Fringe
V