

***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.

