

La crítica televisiva en la era de la hiperconectividad: los "Bad Fans" de Breaking Bad según Emily Nussbaum

Clàudia Vives-Fierro Planas

<http://hdl.handle.net/10803/671501>

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

WARNING. The access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.

TESIS DOCTORAL

Título	La crítica televisiva en la era de la hiperconectividad: los “ <i>Bad Fans</i> ” de <i>Breaking Bad</i> según Emily Nussbaum.
Realizada por	Clàudia Vives-Fierro Planas
en el Centro	Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna
y en el Departamento	Comunicacion y Relaciones Internacionales
Dirigida por	Dr. Fernando de Felipe Allué

AGRADECIMIENTOS

Este texto ha hecho la travesía del desierto. Con un planteamiento inicial erróneo, fue sabiamente sancionado, corregido y reconducido por mi director de tesis, Dr. Fernando de Felipe. Me ha permitido no desfallecer en el intento de desarrollar el trabajo y, además, hacerlo en mis propios términos.

Me ha llevado a un largo proceso de escritura y reescritura, tras años de múltiples lecturas y que, por tanto, resulta deudor de muchos: las contribuciones imprescindibles de gente que sabe y que me han permitido aprender, ordenar y escribir este trabajo formando un collage de elementos prestados que construyen una imagen original.

Agradecer la ayuda inestimable de mi colega la Dra. Anna Marquès.

Dedicado a mi familia, mis *Bad Fans*.

Tabla de contenido

1.	Introducción.....	5
2.	Metodología: Plan de investigación y fuentes de información	9
3.	Marco teórico.....	13
3.1.	La televisión contemporánea ya no es (sólo) televisión: un <i>must</i>	13
3.2.	La crítica de la televisión contemporánea	23
3.3.	Los espectadores contemporáneos: <i>Literate Viewers</i>	27
4.	El objeto de estudio	37
4.1.	<i>Breaking Bad</i> , una serie compleja	37
4.1.1.	La idea de la complejidad: los elementos necesarios.....	38
4.1.1.1.	“Pilot” (Temporada 1/Episodio 1)	40
4.1.1.2.	Vince Gilligan: el <i>Showrunner</i>	44
4.1.1.3.	Los personajes	49
	Walter White: “I’m the danger”	50
	Skyler: “I fucked Ted”.....	54
	Jesse: “What’s up, partner?”.....	57
	Hank, el <i>sheriff</i>	58
	“Better Call Saul” Goodman	60
	Otros secundarios.....	61
4.1.1.4.	Comprensión narrativa	64
4.1.1.4.1.	Las normas narrativas de <i>Breaking Bad</i>	66
4.1.1.4.2.	Hibridación de géneros en <i>Breaking Bad</i>	67
4.1.1.4.3.	Otras hibridaciones intrínsecas de <i>Breaking Bad</i>	74
4.1.1.4.4.	Recursos narrativos normativos de <i>Breaking Bad</i>	75
4.1.1.5.	Evaluación de <i>Breaking Bad</i> como una “serie compleja”	84
4.1.1.6.	<i>Breaking Bad</i> , un melodrama	86
4.1.1.7.	Paratextos de <i>Breaking Bad</i>	88
4.1.1.8.	Narrativa transmedia en <i>Breaking Bad</i>	90

4.1.1.9. “Felina” (T5/E16) El final de <i>Breaking Bad</i>	93
4.1.2. <i>Netflix is the One Who Knocks: Breaking Bad</i> , Netflix y el <i>binge</i>	95
4.2. La crítica televisiva: comisarios del arte de la televisión.....	103
4.2.1. <i>Zeitgeist</i> : el espíritu del tiempo.....	104
4.2.2. El gusto por las series de televisión contemporánea.....	107
4.2.3. La legitimación de la serialidad televisiva.....	111
4.2.4. Los críticos de televisión, los sacerdotes del gusto.....	116
4.2.5. Emily Nussbaum: crítica, <i>influencer</i> , comisaria, profeta.....	123
4.2.5.1. <i>The New Yorker</i>	123
4.2.5.2. Emily Nussbaum.....	126
4.2.5.3. Emily Nussbaum y sus críticas de <i>Breaking Bad</i> en <i>The New Yorker</i>	131
Primera crítica.....	131
Segunda crítica.....	132
Tercera crítica.....	133
Cuarta crítica.....	135
Quinta crítica.....	137
Sexta crítica.....	138
Séptima crítica.....	138
Octava crítica.....	139
Novena crítica.....	141
Décima crítica.....	141
Y un podcast.....	144
4.2.6. Pluralismo crítico sobre <i>Breaking Bad</i>	145
4.2.6.1. El pluralismo crítico de Karl Popper.....	146
4.2.6.2. El crítico, creador de neologismos: <i>prufishness</i> , <i>Bad Fans</i>	148
4.2.6.3. El pluralismo crítico en <i>Breaking Bad</i>	149
“Amor a Walter White. Odiar a Walter White”.....	150
“The True Anti-Hero of ‘Breaking Bad’ Isn’t Walter White”.....	151
“Todd is a reflection of ‘Breaking Bad’s Other Characters”.....	152
“‘What’s Walter White’s True Motivation?’”.....	152
“‘This is What Everyone Is Writing About ‘Breaking Bad’ Today”.....	153
“‘Breaking Bad’ Reactions”.....	157
“‘Breaking Bad’ Walter White Apologist Phone Call”.....	158
“‘Father Worship and the ‘Bad Fans’ of ‘Breaking Bad’”.....	160

“The Hero of ‘Breaking Bad’”	160
“‘How So Many Rooted for ‘Breaking Bad’ Walter White?’”	161
“‘The World According to Team Walt’”	162
“‘Walter White’s Soul and Yours, Who Can Resist Satan?’”	163
“‘Good Fans, Bad Fans and Some Quick Thoughts on ‘Breaking Bad’” ..	163
“‘¿Ha tenido ‘Breaking Bad’ el final que merece?’”	165
“‘La Balada Triste de ‘Breaking Bad’”	165
“‘El final de ‘Breaking Bad’ o sudores fríos que no dejan dormir”	166
4.3. Los <i>Bad Fans</i>	167
4.3.1. El espectador contemporáneo	167
4.3.1.1. El espectador adicto a las series que participa e interactúa	172
4.3.2. El espectador es el protagonista (<i>¿Bad Fan?</i>)	180
4.3.3. Despertar emociones del espectador a través de la narración	184
4.3.3.1. Empatía, simpatía, identificación, lealtad, alineamiento... ..	191
4.3.3.2. Emociones morales	200
4.3.3.3. Emociones en conflicto: <i>Prufishness</i>	203
4.3.4. Los “Bad Fans”. Emociones en <i>Breaking Bad</i> : la “seriempatía”	205
4.3.4.1. Una introducción a las emociones de <i>Breaking Bad</i>	207
4.3.4.2. Episodio a episodio: <i>Breaking Bad</i> , la narración, el espectador y sus emociones.....	211
Temporada 1.....	212
Temporada 2.....	216
Temporada 3.....	225
Temporada 4.....	234
Temporada 5.....	245
5. Conclusión.....	261
5.1. Conclusiones sobre la televisión contemporánea	261
5.2. Dilemas sobre la televisión contemporánea	263
5.3. Conclusiones sobre la crítica de series de televisión	264
5.4. Dilema sobre la crítica de series de televisión.....	266
5.5. Conclusiones sobre los espectadores contemporáneos, en general, y los <i>Bad Fans</i> , en particular	266
5.6. Dilemas sobre el espectador contemporáneo y el <i>Bad Fan</i>	268

6. Documentación y referencias	271
Bibliografía	271
Audiovisuales.....	281
Podcasts	283

1. Introducción

“The object of ethnographic study is the way that people live their culture. Its value for us lies in its shift of emphasis away from the textual and ideological construction of the subject to socially and historically situated people. It reminds us that actual people in actual situations watch and enjoy actual television programs. It acknowledges the differences between people despite their social construction and pluralizes the meaning and pleasures that they find in television. It thus contradicts theories that stress the singularity of television’s meanings and its reading subjects. It enables us to account for diversity both within the social formation and within the processes of culture”.

John Fiske¹

Este estudio de Fiske se enmarca en la corriente de los *Television Studies* y quiere contribuir a la idea desarrollada por tantos otros estudios y escritos de la aportación cultural que hacen las series de la televisión contemporánea, que se han instalado en nuestro día a día y que, a parte del entretenimiento y el placer que proporcionan, también aportan conocimiento sobre el mundo en que vivimos.

La semilla de este estudio parte del descubrimiento del neologismo *Bad Fans* encontrado en una crítica publicada en *The New Yorker* por Emily Nussbaum². El escrito entra a cuestionar las emociones de algunos espectadores en la recepción de la serie *Breaking Bad*³ (*Breaking Bad*). Se me plantearon las preguntas de dónde, cómo y por qué surge el neologismo *Bad Fans* y qué significa.

Esta semilla permite abordar un estudio más amplio sobre la narrativa desarrollada por la serie *Breaking Bad* dentro del conjunto de la televisión contemporánea norteamericana. Además, se debe ampliar para hacer un estudio del tipo de emociones que despierta la narración en el espectador. El estudio de estas emociones se hace sobre la base de que las emociones se crean a partir de factores cognitivos y afectivos/comunicativos; eso lleva a que se deba estudiar la creación del significado que construye la narración, y también el que hace el espectador sobre la narración. Supone también, entonces, el análisis crítico de la serie desde distintas perspectivas, estudiando las distintas elecciones narrativas que

¹ FISKE, J. *Television Culture*. Nueva York: Routledge, 1988. p63.

² NUSSBAUM, E. “That Mind-Bending Phone Call on the Last Night’s *Breaking Bad*”. En *The New Yorker*. 16 de septiembre 2013. <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/that-mind-bending-phone-call-on-last-nights-breaking-bad> Recuperado: 5 de febrero 2018.

³ *Breaking Bad* (*Breaking Bad*, AMC, 2008-2013) [Serie de televisión] Creador: Vince Gilligan.

se utilizan y las que no, para poder analizarlas y así comprender el impacto cultural de la propia narración. Implica también analizar el placer que produce la construcción de significados y el proceso de participación del espectador, al traducir el modo de representación; en definitiva, estudiar los potenciales placeres que la televisión ofrece en general y de *Breaking Bad* en particular. Y, por último, analizar el papel de la crítica de la televisión para evaluar la narración y constatar la existencia y la importancia del pluralismo crítico, que permite abogar por una crítica imperfecta, que acepta el diálogo con el espectador.

Para ello se hace necesario delimitar el estudio a tres marcos clave que permiten profundizar en esta monografía. Por un lado, se hace necesario analizar la evolución de la televisión contemporánea y plantear que la serie *Breaking Bad* forma parte de lo que se denomina “*Complex TV*” (televisión compleja). Esta desarrolla unas determinadas características, entre ellas, el desarrollo de la narración de una forma determinada. Consta cómo, entre otras cosas, busca la confusión de las emociones de los espectadores a través de los distintos recursos narrativos. Y, así mismo, viene determinada por la evolución de la tecnología y el desarrollo generalizado de internet, que permite el uso de las distintas plataformas para consumir las nuevas narraciones audiovisuales de ficción. Por último, confirma que el uso de las segundas pantallas permite al espectador contemporáneo la interacción y la participación, unas prácticas que se han generalizado para compartir y recibir extensiones de la propia narración, entre las que se incluyen los textos de los críticos de televisión.

El segundo marco que se estudiará es el papel de la crítica de la televisión, por un lado porque es a partir de una reseña de la crítica Emily Nussbaum que surge el descubrimiento del neologismo *Bad Fan* y, por otro lado, por el papel que desarrolla la crítica para valorar y para legitimar la aportación cultural de algunas de las series de televisión contemporánea. Se trata de estudiar cómo desarrollan los análisis de estas series y también en la incidencia que puedan tener sobre el espectador contemporáneo. Además de permitir considerar la creación del neologismo *Bad Fans*, se trata de entender su significado y considerar su expansión.

El tercer marco que se hace necesario estudiar es el espectador contemporáneo: su evolución, que viene determinada tanto por la revolución de la televisión contemporánea como por la revolución tecnológica. Se trata de ver cómo la propia evolución de la narrativa televisiva ha educado a los espectadores, constatar que nos encontramos con un espectador ilustrado, que ha pasado decididamente a ser un espectador activo, que

participa de la inteligencia colectiva que se ha visto impulsada por la expansión de internet. El espectador contemporáneo sabe reconocer determinadas pistas para desenvolverse dentro de las narraciones de ficción, sabe cómo interpretar una escena, cómo valorar la creatividad, cómo reconocer referencias... Se trata pues de que el estudio de todas estas variables pueda ayudar a comprender mejor las distintas emociones que se despiertan en el espectador a partir de las reacciones provocadas por la propia narración, pero también por las circunstancias y el contexto que le rodean, y me llevan a plantear el estudio del neologismo de los *Bad Fans*, porque tal y como defiende Vince Gilligan, el espectador es libre de interpretar la narración y de alinearse con Walter White. Ante mi pregunta sobre los *Bad Fans*, en el festival de Serializados en Barcelona en septiembre del 2018, reconoció que su propia madre seguía apoyando a Walter, y que se veía incapaz de ir en contra de lo que ella pensaba. Y por tanto apoya la tesis de Janet Staiger de los “espectadores perversos” citada por Jenkins⁴, en la que defiende que el mundo de los fans no puede dividirse entre el malo y el bueno, en la buena apropiación de los buenos y la mala complicidad de los malos.

⁴ JENKINS, H. *Fans, Blogueros y Videojuegos. La Cultura de la Colaboración*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2009. p20.

2. Metodología: Plan de investigación y fuentes de información

La variedad de metodologías utilizadas para estudiar las series contemporáneas norteamericanas es inmensa, se trata entonces de delimitar el estudio para crear el propio método de análisis, para poder resaltar los elementos que resultan más interesantes para este fin y, al tiempo, tratar de que puedan resultar de interés para otros.

El estudio se divide en tres apartados distintos. En primer lugar, se pretende estudiar la serie *Breaking Bad* a fondo, pero considerándola como un ejemplo de la “*Complex TV*” (televisión compleja) que desarrolla Mittell⁵. El siguiente apartado pretende un estudio de la crítica de la televisión, de su papel en la legitimación, poniendo el foco en Emily Nussbaum y sus críticas para abordar su neologismo *Bad Fans*, pero también ampliando la lectura de otras críticas sobre *Breaking Bad* para abordar la idea de la pluralidad de la crítica. En tercer lugar, una revisión del espectador contemporáneo de *Breaking Bad* procura comprender las emociones que despierta la narración desde las teorías del cognitivismo, para terminar con un *close reading* de la serie que permite evaluar las respuestas emocionales y que pueden ayudar a responder las preguntas suscitadas por el neologismo *Bad Fans*.

Mi aproximación al estudio de las series de ficción de la televisión contemporánea norteamericana se da a través de los numerosos estudios que se han realizado y que quedan recogidos entre otros por los libros *La caja Lista: Televisión norteamericana de Culto*⁶ y *La Cultura de las Series*⁷ de la Dra. Cascajosa, donde señala los estudios de Thompson⁸ para reivindicar las series y que dice que forman parte de una “Edad Dorada” de la televisión, y cuyo desarrollo posterior permite llegar a lo que Mittell denomina la *Complex TV*. Mittell señala una serie de características que desarrollan las narraciones complejas, entre las que incluye la serie *Breaking Bad*, y que voy a utilizar como método para estudiar en profundidad la serie, para resaltar cada uno de los elementos narrativos que desarrolla. Se trata de evaluar cómo ha cambiado la narración y las prácticas aplicadas por la televisión, propiciadas por la propia revolución de la industria y de la tecnología. Por ello, autores varios hacen hincapié en el piloto de la serie, en la construcción del final, en la creación de una complejidad mayor de los personajes. Destacamos la importancia de la

⁵ MITTELL, J. *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. Nueva York: NYU Press, 2015.

⁶ CASCAJOSA, C. *La Caja Lista: Televisión norteamericana de Culto*. Barcelona: Ed. Laertes, 2007.

⁷ CASCAJOSA, C. *La Cultura de las Series*. Barcelona: Ed. Laertes, 2016.

⁸ THOMPSON, R.J. *Television's Second Golden Age*. Nueva York: Continuum, 1996.

autoría a través de la figura del *showrunner*; hablamos de la comprensión y la evaluación de los usos de los distintos recursos narrativos -tanto intrínsecos como extrínsecos- de la propia narración a través de expertos del guion como Tharrats⁹, también de la idea de la creación del melodrama y la extensión narrativa que se produce a través de los distintos paratextos y transmedia que se crean y que explica la idea de convergencia de Jenkins¹⁰, que se produce fruto de la inteligencia colectiva desarrollada por los espectadores, los críticos y los académicos.

También cabe destacar el papel del desarrollo de las distintas plataformas de contenidos audiovisuales, tipo Netflix, analizado entre otros en la recopilación de Mc Donald y Smith-Rowsey¹¹, donde los autores explican cómo se ha alterado por completo la industria y destaca el impacto que ha tenido en concreto para el éxito de *Breaking Bad*.

Una vez comprendida la evolución que ha sufrido la televisión contemporánea, y en concreto las series de televisión norteamericana, se hace necesario un estudio sobre la importancia de la crítica de televisión, comprender que forman parte del *zeitgeist* de nuestro tiempo, porque actúan como profetas del gusto, tal y como indican Bourdieu¹² y Bozal¹³. Los críticos también ayudan a la legitimación y la apreciación profunda de las series, tal y como reivindican Bianculli¹⁴ y la recopilación de Newman y Levine¹⁵ entre otros.

Una vez establecida la relevancia de las series, me centro en los críticos que hablan sobre *Breaking Bad*, destacando a Emily Nussbaum como figura principal de este estudio por la creación del neologismo *Bad Fan*, y sus críticas aparecidas en *The New Yorker*. Es de rigor enfatizar su actividad en Twitter, una plataforma que permite lo que Ulin denomina “*the water-cooler conversation*”¹⁶ y también permite conversar con otros críticos que hablan de la serie, que a veces entran en controversia, pero otras veces la aplauden. Todo ello permite hablar de la idea del pluralismo crítico y de las diferencias de recepción que existen y que se constata que son igualmente válidas. Todo ello permite plantear la idea de la existencia de una crítica imperfecta¹⁷, que viene a reivindicar la interacción con el espectador. Se

⁹ THARRATS, J. *El Guió Segons Com. Escriure per a cine i TV amb les seves circumstàncies*. Barcelona: Trípod, 2009.

¹⁰ JENKINS, H. *Convergence Culture. La Cultura de la Convergencia de los Medios de Comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2008.

¹¹ McDONALD, K.; SMITH-ROWSEY, D. *The Netflix Effect. Technology and Entertainment in the 21st Century*. Nueva York: Bloomsbury, 2016.

¹² BOURDIEU, P. *El sentido social del gusto*. Buenos Aires: S XXI Ediciones, 2010.

¹³ BOZAL, V. *El gusto*. Madrid: Visor Dis S.A, 1999.

¹⁴ BIANCULLI, D. *Teleliteracy. Taking TV Seriously*. Nueva York: The Continuum Publishing Company, 1992.

¹⁵ NEWMAN, M. Z; LEVINE, E. *Legitimizing Television*. Nueva York: Routledge, 2012.

¹⁶ McDONALD y SMITH-ROWSEY. Op. Cit. 2016.

¹⁷ GARCÍA BORRERO, J.A. *La dictadura de los críticos. (Por una crítica imperfecta... algunos años después)* En *Revista Iberoamericana*, Vol. LXVIII, Núm. 199. University of Pittsburgh: abril-junio, 2002. pp303-316.

verifican, entonces, las diferencias que existen sobre la interpretación tanto de la narración, *Breaking Bad*, como de las emociones que despiertan en los distintos espectadores.

Este estudio previo de la narración y de la resonancia entre la crítica de televisión, valorando los distintos significados que estos van desarrollando, son necesarios para estudiar el tercer marco que trata del espectador contemporáneo de la serie *Breaking Bad*, entre los que se supone que se encuentran los denominados *Bad Fans* de Emily Nussbaum.

Tubau cree que “el espectador es el protagonista”¹⁸ ya que los significados no están localizados en el texto en sí, los significados se producen en la interacción que se da entre el texto y el espectador, es un proceso dinámico en el que intervienen los dos elementos cuando interactúan en una determinada cultura. Así se producen las distintas interpretaciones que producen las distintas emociones del espectador cuando interactúa con la narración. Este análisis, en última instancia, pretende evaluar el término *Bad Fan* utilizado por Emily Nussbaum para hablar de algunos de los espectadores de *Breaking Bad*.

Por un lado, se trata de estudiar la evolución que ha sufrido el espectador de las narraciones de ficción norteamericana, a partir de la evolución que ha sufrido la propia narración, la industria y los cambios que ha propiciado la revolución tecnológica. También se ha escrito mucho sobre la evolución del espectador. El origen del espectador pasivo que sigue las narraciones sin más de los primeros años de la narración serial de la televisión ahora convive con el espectador activo, el que interactúa y participa, que provoca un cambio de jerarquía con la industria y que, gracias al desarrollo del uso de internet, decide qué ver, cuándo ver, cómo ver y dónde ver; que no duda en utilizar las denominadas segundas pantallas para enriquecer su experiencia con la narración audiovisual, un espectador que se ha alfabetizado, que hace *binge watching*, que piratea, que comparte contenido, que crea los subtítulos *online*, actividad conocida con el término de *fansubbing*, que escruta la narración como un forense, que crea contenido, que expone su consumo y que, en definitiva, sirve como un empleado encubierto aportando datos a la industria. A partir de estas nuevas características desarrolladas por el espectador contemporáneo y en relación al desarrollo de la narración de las series contemporáneas se trata de evaluar las distintas emociones que este puede desarrollar.

Así, a través de los postulados del cognitivismo se trata de resaltar la idea de las narraciones cómo máquinas de crear emociones en el espectador, tal y como expone

¹⁸ TUBAU, D. *El espectador es el protagonista*. Barcelona: Alba Editorial, 2015.

Tan¹⁹. Se procura explicar las emociones que suscitan estas narraciones y distinguirlas, ya sean la identificación, la lealtad, el alineamiento, la empatía, la simpatía, la antipatía. Se destaca la importancia en estas narraciones de la creación de la sorpresa y el suspense, que inciden directamente en el espectador, todo ello a través de los distintos estudios realizados por Plantinga²⁰, Smith²¹ y de las recopilaciones de French y Wettstein²² y de Nelems y Theo²³.

En definitiva, se intenta relacionar las construcciones narrativas con las distintas emociones que suscitan en el espectador, se trata de sacar a la luz las distintas manipulaciones de los creadores y poner de relieve las estrategias utilizadas por Vince Gilligan y su equipo para desarrollar estas en *Breaking Bad*, para producir entre otras cosas la confusión en el espectador, y no solo confusión narrativa sino también emocional, y tratar de ver si eso es lo que hace que la crítica Emily Nussbaum tilde de *Bad Fans* a algunos de ellos. Por último, se intenta establecer un *close reading* de los capítulos de la serie, apoyado por el trabajo entre otros de Sepinwall²⁴ y Guffey y Koontz²⁵.

¹⁹ TAN, E. S. *Emotion and the Structure of Narrative Film. Film as an Emotion Machine*. Nueva York: Routledge, 2011.

²⁰ PLANTINGA, C. *Moving Viewers. American Film and the Spectator's Experience*. Berkley: University of California Press, 2009.

²¹ SMITH, M. *Engaging Characters. Fiction, Emotion and the Cinema*. Oxford: Oxford University Press, 2004.

²² FRENCH, P. A.; WETTSTEIN, H. K. "Film and the Emotions". En *Midwest Studies in Philosophy*. Vol. XXXIV. Boston: Blackwell Publishing, 2010.

²³ NELEMS, R. J.; THEO, L. J. *Exploring Empathy. Its Propagations Perimeters and Potentialities*. Boston: Brill, 2018.

²⁴ SEPINWALL, A. *Breaking Bad. The Complete Critical Companion*. Nueva York: Abrams Press, 2016.

²⁵ GUFFEY, E. F.; KOONTZ, K. D. *Wanna Cook? The Complete, Unofficial Companion to Breaking Bad*. Ontario: ECW Press, 2014.

3. Marco teórico

3.1. La televisión contemporánea ya no es (sólo) televisión: un *must*

“Scripted television was invented as a way to sell soap, and for decades those stories were viewed by network executives as every bit as disposable as the products advertised during each break in the action. Characters and situations were kept static, the better to make each episode comfortably indistinguishable from the one before it, and the idea of giving the audience closure at the end of the series seemed ridiculous”.

Alan Sepinwall²⁶

La consideración de las series de televisión como forma artística reputada parece, hoy en día, fuera de discusión. Se ha escrito mucho acerca de cómo se ha llegado a esta consideración y vale la pena hacer un breve repaso desde los inicios de la televisión, para comprender mejor la posición de la narración de *Breaking Bad*, una serie que tiene la consideración de *compleja* y que se considera un objeto de interés cultural. Cascajosa mira atrás y lanza una pregunta al aire: “(...) cabría preguntarse si muchos *seriéfilos* actuales estarían dispuestos o interesados en descubrir y apreciar programas antiguos que les permitirían entender las virtudes de las obras televisivas actuales”²⁷.

Es bueno saber de dónde venimos para comprender dónde hemos llegado, por ello hace falta hablar un poco de las *soap opera*, un término acuñado por la prensa americana para clasificar un género extraordinariamente popular de series dramáticas de la radio. El término *soap* aludía a los anunciantes que patrocinaban estos espacios, empresas que fabricaban productos de limpieza para el hogar, mientras que *opera* jugaba irónicamente con el contenido de esos seriales. En lugar de un entretenimiento sofisticado y de la alta cultura, lo que estos seriales representaban era un entretenimiento nada sofisticado y de consumo masivo.

El término ha traspasado las fronteras norteamericanas y se utiliza en todo el mundo, debido a la expansión que han tenido: de las radios pasaron a las cadenas de televisión y hoy en día llenan una gran parte de su programación.

Despreciadas por muchos críticos y mal vista por los intelectuales, las *soap opera* son, sin lugar a duda, el vehículo narrativo más efectivo y duradero de la televisión dramática en todo el mundo, y probablemente de la historia. Ningún otro formato televisivo ha atraído

²⁶ SEPINWALL, A. Op. Cit. 2016. p273.

²⁷ CASCAJOSA, C. Op. Cit. 2016. p86.

más espectadores, en tantos países, por un periodo de tiempo tan largo. Las *soap opera* desarrollan melodramas que incluyen varios personajes, que a través de lo que les sucede buscan las emociones en el público, exagerando las situaciones y los sentimientos.

Colonna²⁸ distingue las *soap opera* de las telenovelas. Las dos coinciden en ser series populares que representan conflictos familiares. Las telenovelas se distinguen porque han hecho evolucionar a los personajes, pasando de mostrarlos como maniqués a representar gente normal, sin artificios, donde el valor moralizante es lo primordial, dando prioridad a la cuestión del bien y el mal, la virtud y el deber antes que el placer, y permiten desarrollar un sentido crítico en sociedades donde la autoridad se encuentra en las clases dominantes.

Las *soap opera* se definen por su serialidad, es una historia contada en distintos episodios, donde los personajes suelen variar poco, que pueden ser o bien abiertas, en las cuales no existe un punto de destino hacia el cual se dirige la acción, o bien cerradas, en las cuales no importa lo lento que sea el proceso, pero que se llega a un final. Muy asociadas a la audiencia femenina, desarrollaban dramas familiares y, poco a poco, fueron introduciendo otros temas como los policiales, los médicos y los abogados. En principio tenían una duración de una media hora, pero ya en la década de los ochenta se fueron alargando hasta una hora, para circular a otros horarios y alcanzar la franja del *prime time*. Con la introducción de nuevos temas y con el nuevo horario, se fueron captando gradualmente a los espectadores masculinos. Feuer tiene su particular definición de drama de calidad: “quality drama was always... a peculiar elevation of soap opera narrative structure”²⁹.

Se ha venido clasificando la evolución de la televisión a través de las conocidas tres **Edades Doradas**, pero también a través de la clasificación empleada por Eco³⁰ a partir de las funciones que debía promover, o que se le supone. La primera, la *paleotelevisión*, sería para informar, educar y entretener, para pasar luego a la segunda, la *neotelevisión*, cuyas funciones residirían en entretener, hacer participar y convivir, y, por último, la *metatelevisión*, en la que las funciones son entretener, fragmentar y reciclar.

La *paleotelevisión* se considera la primera fase de la televisión, que pretendía entretener. Transmitía cualquier tipo de programa para rellenar las emisiones, a través de espacios en directo, centrándose en retransmitir deportes, realizando programas de variedades y

²⁸ COLONNA, V. *L'art des séries de télé 2*. Paris: Payot, 2010.

²⁹ FEUER, J. *HBO and the Concept of Quality TV*. En McCABE, J.; AKASS, K. *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. Londres: I.B.Tauris, 2007. p155.

³⁰ ECO, U. *TV: La transparencia perdida en la estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen, 1986.

emitiendo dramas o *sketches* cómicos. Los dramas eran series antológicas, con capítulos independientes y son los que se asocian propiamente con la denominación de **Primera Edad Dorada de la Televisión**.

Al principio, las historias que se construían lo hacían a partir de material existente, ya fueran novelas, relatos cortos u obras teatrales, pero Hollywood era la propietaria de muchos de estos y prohibió su utilización, así que la televisión empezó a desarrollar sus relatos originales. Hollywood contraatacó y entonces también se lanzó a la producción de televisión, produciendo series de médicos, de abogados, comedias de situación y dramas. Las series antológicas siguieron funcionando, pero se fueron introduciendo las series episódicas, con un conjunto de personajes trabajados, introduciendo la idea de la complejidad y las situaciones argumentales que se podían replicar con facilidad. Los espectadores no encontraban dificultad en saber qué encontrarían al ver un episodio, al repetir situaciones, localizaciones y personajes que ya conocían. Por su lado, las productoras veían reducidos sus costes, al reutilizar sets, localizaciones, formatos, directores, actores, técnicos... Una fórmula *win-win*.

En los años 40 poseer una televisión, cuyo precio era elevado, sólo se lo podían permitir las clases pudientes, con un nivel cultural más elevado y que, por tanto, empujaba a la televisión a producir una programación más ambiciosa. A medida que los precios de los receptores fueron bajando, a mediados de los años 50, los hogares norteamericanos se llenaron de televisores y se convirtió en un medio de comunicación de masas. La calidad de las narraciones fue descendiendo.

La dependencia de la televisión con la publicidad era total. Al principio había un solo *sponsor* (patrocinador) que ejercía toda la presión que podía para marcar los contenidos. Más tarde cayó en desuso el *sponsor* único y se introdujeron multitud de anunciantes para multiplicar los ingresos. Poco a poco, los dramas en directo cayeron, entre otras causas por los escándalos en los concursos, que estaban amañados, y la presencia de la violencia tanto en los *westerns* como en las series de acción, que marcaron una caída en la calidad de esa televisión.

El gobierno federal declaró que la Edad de Oro de la televisión había acabado; el 9 de mayo de 1961 Newton N. Minow, presidente de la Comisión Federal de Comunicaciones (*Federal Communication Commission*) del gobierno de Kennedy, pronunció un discurso en la *National Association of Broadcasters* (Asociación Nacional de Radiodifusores) conocido como el *Wasteland Speech*, donde les invitaba a seguir la programación de su propia televisión durante una jornada, para que se dieran cuenta de lo que estaban emitiendo y vieran lo

aburrido y mediocre que era. “When television is good, nothing — not the theater, not the magazines or newspapers — nothing is better. But when television is bad, nothing is worse”, declaró Newton N. Minow³¹.

No será hasta mediados de los 70 y principios de los 80 que se verá un renacer de la calidad de las series de televisión y dónde se empieza a hablar del inicio de la **Segunda Edad de Oro**, no solo de los dramas sino también en el formato *sitcom*, como pueda ser la serie *M.A.S.H*³² (*M*A*S*H*). Stabiner afirma que “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. Characterization is explored. And usually a quality comedy will touch the funny bone and the heart”³³.

El aumento de competitividad traída de la mano de la cadena ABC a mediados de los años 70 no tiene ni la mitad de fuerza que la introducida por el cable en los 80. Las cadenas de televisión empezaron a trabajar a unos niveles de sofisticación y complejidad que arrastraron a la audiencia. La producción de dramas basados en una escritura seria, literaria y de calidad introdujo un nuevo estándar para los dramas de la televisión. Los espectadores habían sofisticado sus gustos, buscaban más calidad y necesitaban nuevos retos narrativos.

Las series dramáticas desarrolladas en la década de los ochenta establecieron unos nuevos cánones estéticos y de formato, se emitían una vez a la semana con anuncios de por medio y cuyos temas básicamente abarcaban lo policial, lo médico y los detectives. Temas que antes eran considerados basura se convirtieron en la apoteosis de la narración, introduciendo personajes y narraciones complejas, con una rica mezcla de simbolismo y alusiones. Se adaptó una vieja fórmula que se convirtió en más que honorable.

Newcomb relaciona los medios de contenido, así como la profundidad de este: “(...) real relationship with other media lies not in movies or radio, but in the novel. Television, like the literary form, can offer a few greater senses of density. Details take on importance slowly, and within repeated patterns of action, rather than with the immediacy of other

³¹ ROTHMAN, L. “The Scathing Speech That Made Television History”. En *TIME*, 9 mayo 2016. <https://time.com/4315217/newton-minow-vast-wasteland-1961-speech/> Recuperado: 6 de septiembre 2019.

³² *M.A.S.H (M*A*S*H)*, CBS, 1972-1983 [Serie de televisión] Creador: Larry Gekbart.

³³ STABINER, K. *The Pregnant Detective*. *The New York Times Magazine*. Nueva York, 22 de septiembre 1985. <https://www.nytimes.com/1985/09/22/magazine/the-pregnant-detective.html> Recuperado: 11 de octubre, 2019.

visual forms. It is this sense of density, built over a continuing period of time, that offers us fuller sense of a world fully created by the artist”³⁴.

Desde los años ochenta, las series episódicas se construyen con una estructura multidimensional, con una historia que muestra un arco principal y unas historias secundarias que se desarrollan alrededor de esta, que además contienen sus pequeños arcos de transformación.

Eco³⁵ distingue entre repetición y serialidad; la serialidad pretende alcanzar la belleza artística, se cree distinta, pero es una repetición del mismo patrón y es la que utilizan los medios de comunicación de masas, incluidas las series de televisión. La supuesta originalidad de las series supone un consuelo para el espectador, ya que le hace creer que es capaz de prever la resolución de la trama sin ver que ésta siempre se resuelve de la misma forma.

El espectador es más perspicaz y ya no se centra solo en la resolución de la trama sino en cómo se desarrolla la narración y, por tanto, goza del camino que va marcando el narrador.

La serie *Dallas*³⁶ (*Dallas*) marca un momento importante en la adaptación de la fórmula de la *soap opera* para ser emitido en el horario de *prime time*. Con la emisión de un episodio por semana, desarrollaba multitud de tramas de los distintos personajes y utilizaba el gancho, los conocidos recursos narrativos denominados *cliffhangers* importados directamente de las *soap opera* y cuya exportación al *prime time* encajaron de maravilla. Esta nueva fórmula supone la dosificación de la información episodio a episodio, temporada a temporada, para llegar a una resolución final.

Esta fórmula la siguieron series como *Canción triste de Hill Street*³⁷ (*Hill Street Blues*) y *Hospital*³⁸ (*St. Elsewhere*), entre otras, imponiendo así una nueva forma de narrar, introducían una gran cantidad de personajes con historias complejas, creando géneros nuevos que se mezclaban con los ya existentes, presentaban guiones muy trabajados y trataban temas controvertidos, invitaban a debatir en los hogares. A resultas, se representaba un mayor realismo a la narración y en consecuencia se produjo un enfrentamiento con la televisión simplista y “de mundo feliz” que se había desarrollado hasta el momento.

³⁴ NEWCOMB, H. *TV-Most Popular Art*. Nueva York: Anchor Books, 1974. p256.

³⁵ ECO, U. *De los espejos y otros ensayos*. Barcelona: De Bolsillo, 1985.

³⁶ *Dallas* (*Dallas*, CBS, 1979-1991) [Serie de televisión] Creador: David Jacobs.

³⁷ *Canción triste de Hill Street* (*Hill Street Blues*, NBC, 1981-1987) [Serie de televisión] Creador: Steven Bochco.

³⁸ *Hospital* (*St. Elsewhere*, NBC, 1982-1988) [Serie de televisión] Creadores: Joshua Brand y John Falsey.

Todo esto se vio además acompañado del desmantelamiento de la *Television Code*, que había impuesto un código que regulaba las emisiones de la televisión, que afectaba tanto al número de anuncios que podían emitir como al tipo de contenido de los programas, haciendo especial énfasis en la representación restrictiva de escenas de sexo, violencia o el uso de determinado lenguaje.

El éxito de estas series daba prestigio a las cadenas y conseguía seguidores muy fieles; como ejemplo: ante la posible cancelación de *Cagney y Lacey*³⁹ (*Cagney & Lacey*) los fans se organizaron bajo la tutela de una profesora interesada en la calidad de la televisión, Dorothy Swanson, para intentar salvarla⁴⁰. A raíz de este movimiento se creó la asociación *Viewer Quality Television*, cuya denominación viene de la popularización del término *Quality Television* (televisión de calidad), al aparecer un libro sobre la productora *MTM*, creada por Grant Tinker y Mary Tyler Moore, *MTM Quality Television*⁴¹, donde se definía a través de una serie de puntos lo que debía tener una serie de televisión para considerarse de calidad, desde coger un género tradicional y transformarlo o adentrarse en territorios narrativos inexplorados a utilizar artistas de otros campos, como directores de cine, con la idea de atraer un espectador con un nivel educativo y económico más elevado.

La *MTM* fue como una escuela donde a escritores, productores, directores, se les enseñaba a elaborar una televisión de calidad; donde se permitía a la gente creativa trabajar con libertad, independencia y sin interferencias, alejándolos de los problemas burocráticos típicos de las cadenas, como manejar presupuestos o lidiar con *sponsors*.

Esta libertad para trabajar, junto con la posibilidad de realizar trabajos de calidad artística, atrajo el interés de directores de cine como David Lynch, creador de la serie *Twin Peaks*⁴² (*Twin Peaks*).

Robert Thompson, en su libro *Television Second Age*⁴³, denominó entonces a estas series como la “*Quirky Television*”, donde hacía una llamada a salir de lo convencional. Se trataba de inserir tramas que hibridasen géneros, introduciendo temas controvertidos, explorando temas realistas, progresistas y empleando una trama coral, apelando a la creación de autor. Thompson definió el tipo de espectadores como urbanos y sofisticados.

³⁹ *Cagney & Lacey* (*Cagney & Lacey*, CBS, 1981-1988) [Serie de televisión] Creadoras: Barbara Avedon y Barbara Corday.

⁴⁰ CASCAJOSA, C. Op. Cit. 2016. p68.

⁴¹ FEUER, J., KERR, P., VAHIMAGI, T. *MTM. Quality Television*. Londres: British Film Institute, 1985.

⁴² *Twin Peaks* (*Twin Peaks*, ABC, 1990-1991) [Serie de televisión] Creador: David Lynch.

⁴³ THOMPSON, R. Op. Cit. 1996.

Por último, hablaba de la necesidad de que tuvieran repercusión tanto con la crítica como con los premios.

Con la liberalización del mercado televisivo, se amplió el número de cadenas de televisión y se produjo la expansión y consolidación de la televisión por cable y del servicio *premium*, donde se paga para ver la televisión sin anuncios, porque se apuesta por la idea de que vale la pena pagar para ver contenido exclusivo de series de calidad. Todo ello hace incrementar de forma exponencial la calidad y la cantidad de narraciones audiovisuales que se crean. Creaciones que combinan dramas familiares con géneros como de los gánsteres o con el *western*, o el policial o el político.

Estos cambios hacen evidente la llegada de una nueva **Edad Dorada** de la televisión, la denominada **Tercera Edad Dorada** y también la creación de un líder como generador de imaginarios audiovisuales que vienen a presionar la hegemonía de Hollywood. Todos los referentes críticos concluyen que las fórmulas seriales han alcanzado su madurez, desplazando al cine e invirtiendo su relación, el cine se presiente más conservador y cauto, las series se ven más atrevidas y arriesgadas, sin ningún temor de ofender a la audiencia, más bien tratando de provocarla.

Fernando de Felipe destaca la calidad del guion como eje que ha permitido experimentar con la narración, con los temas y destacando el personaje negativo como héroe de la narración: “Te das cuenta de que en mucha de la serialidad contemporánea una de las reglas es, precisamente, jugar con los límites del formato”⁴⁴.

Para Carlos Reviriego, las series actuales “Han transformado los hábitos de consumo audiovisual de un modo extraordinario. La *cinéfilia* es ahora *televifilia* y su culto se ha vuelto mainstream. Probablemente porque las series han sabido tomar el pulso a la cultura popular y a la ansiedad de nuestros días mucho mejor de lo que lo ha hecho el cine”⁴⁵.

En definitiva, nos encontramos con una televisión contemporánea heredera de las distintas edades doradas y de la evolución de las denominadas, “paleotelevisión”, “neotelevisión” y “metatelevisión”.

Como dice Anna Tous⁴⁶, en la era de la “metatelevisión” la industria cuenta con cadenas públicas y privadas. Las cadenas por cable con su suscripción *premium* y las plataformas digitales, todas ellas multiplican exponencialmente el contenido que se ofrece al

⁴⁴ CASCAJOSA, C. Op. Cit. 2016. p166.

⁴⁵ Ibidem, pp79-80.

⁴⁶ TOUS, A. “Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses”. En *Comunicar 33: Cibermedios y medios móviles*. Vol. XVII, Núm. 33, 2º semestre, 1 octubre 2009. pp175-183.

espectador. Y ello ha producido una fragmentación de la audiencia que ha llevado a las productoras de televisión a ser muy creativas, y a ser conscientes de que se puede hacer dinero de las series que ve poca gente, si esa poca gente es la adecuada. Eso ha conducido a crear unas nuevas narraciones audiovisuales e ir abandonando las fórmulas habituales, tratando de innovar con la voluntad de encontrar un público más concreto, desarrollando el *narrowcasting*, que define la búsqueda de una audiencia específica. Surge entonces la necesidad de las cadenas de crear marca para así poder singularizarse y atraer al espectador y eso lo consiguen, entre otras cosas, a través de la creación de la idea de series que no se pueden perder “*must see TV*”, además, creadas por un determinado *showrunner*.

Sepinwall⁴⁷ sitúa en los 2000 cuando los guionistas y los productores se sumergen a fondo en la idea de la narrativa serializada: introducen largos arcos de transformación que vienen por los cambios, persiguen la idea de no interrumpir la narración para las pausas publicitarias, potencian la libertad creativa de los *showrunners* para desarrollar narraciones y personajes complejos, con la idea del antihéroe como protagonista, casi siempre presente. La narración se sofisticaba con la inclusión de referencias de todo tipo y con la hibridación de otros géneros y narraciones para conseguir entonces las valoraciones positivas tanto a nivel crítico como académico.

El espectador contemporáneo no ha dudado en sumergirse en estas nuevas narraciones de la televisión contemporánea, que además ha visto propiciado su consumo por la revolución tecnológica que ha venido de la mano del uso generalizado de internet. La decisión de qué ver, cuándo ver, cómo ver las series, está en manos del espectador y ha provocado el cambio de las estrategias de la televisión contemporánea, que cada vez resulta que es menos televisión, ya que los dispositivos que permiten seguir estas narraciones se han multiplicado a distintas pantallas, propiciando también que la participación y la interacción del espectador sean una actividad más del público contemporáneo frente a estas narraciones audiovisuales.

Breaking Bad se encuentra entre estas nuevas narraciones audiovisuales, las que Mittell⁴⁸ distingue como “compleja y de calidad”. Una serie que avanza episodio a episodio y temporada a temporada, dibujando un largo arco de transformación de su protagonista antiheroico y que se enriquece a través de todos los recursos narrativos que quiere. Recibe los elogios de la crítica y los premios y sirve a AMC para crear marca, pero se distingue porque se sitúa a caballo entre las series que se producían específicamente para una

⁴⁷ SEPINWALL, A. Op. Cit. 2016. p274.

⁴⁸ MITTELL, J. Op. Cit. 2016.

cadena, con la emisión de episodios semanales, pero que se vio beneficiada por el auge del uso de internet, en general, y de Netflix, en concreto, para alcanzar una audiencia enorme a través del uso del *binge* que hicieron muchos espectadores, a medida que crecía el prestigio de la serie para poder hacer el *catch up* y ver los últimos episodios en el momento de la emisión. ¿Quizás podría considerarse una serie de la primera edad dorada de internet?

Hablar de Netflix, de Amazon, de HBO, es hablar de la nueva televisión que ha llegado en la era de internet, una televisión contemporánea que ya no es sólo televisión y de los cambios que esto ha supuesto, tanto para el espectador, como para las narraciones, como para la propia industria.

Según una noticia aparecida en *Variety*⁴⁹, en el 2019 se lanzaron 4.600 series de ficción, esto da idea de la sobreproducción que existe en la actualidad; evidentemente, no todas se ajustan a lo que se vendrá a denominar la *Complex TV*, que supone que destila unas características determinadas y produce una calidad determinada. Las consecuencias de esta sobreproducción y la distribución por internet bombardean las antiguas estrategias empleadas por los medios, se ha liberado al espectador del horario de la programación, ha cambiado la relación con el medio y se plantea la idea de un cambio en la industria y ayuda a comprender las estrategias que emplea, por ejemplo, Netflix que suponen el empleo del *big data* para crear un conglomerado de nichos de audiencia, que pretende dar un poco de contenido para una multitud diferente de segmentos de audiencia y que cuenta con la complicidad del espectador que cede graciosamente sus datos, motivado por la libertad y la conveniencia que le da para acceder a mucho contenido, teniendo el control de qué ver y cuándo verlo, a través de las distintas pantallas de que dispone y que lo alejan de la televisión convencional.

La idea desarrollada por Lotz⁵⁰ parte de la comparación que hacían los críticos con las primeras series de calidad, comparándolas con las novelas, por su valor artístico dados los paralelismos que se han desarrollado entre las novelas y las series, pero no solo por las narraciones distintivas sino también por el desarrollo de las distintas estrategias competitivas desarrolladas. Así, lo compara con Dickens, que publicaba sus relatos semanalmente en los periódicos, y las novelas resultaron de esta recopilación, que son

⁴⁹ DAMS, Tim. "More Than 10,600 New TV Series Launched Globally in 2019". En *Variety*, 7 de febrero, 2020. <https://variety.com/2020/tv/news/new-tv-series-launched-globally-2019-1203496340/>
Recuperado: 7 de febrero 2020.

⁵⁰ LOTZ, A. *We Now Disrupt This Broadcast*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2018. pp180-186.

comparables a la emisión de episodios semanales, ya que Netflix recopila y distribuye las series al completo.

La irrupción de internet y la nueva forma de distribución que se ha impuesto en los medios ha hecho que las series de televisión sean mucho más parecidas a cualquier otro medio que no depende del tiempo y de la programación y, por tanto, la hace más parecida a la industria editorial. La industria editorial está acostumbrada a un entorno de distribución no programada, donde cada libro compite en el tiempo y por la atención de los lectores. Compete con cada libro que sale y con los que lo han precedido. Se ha construido el negocio en un entorno no programado, que parece haber entendido el ritmo de los consumidores y de que sus necesidades de ocio son independientes de las franjas horarias o de la coordinación del momento de acceder a ellas.

La sobreproducción de libros existe desde hace ya varias décadas, aunque el coste de producción es muy distinto al de la industria audiovisual. Sí invita, no obstante, a pensar en nuevas formas y estrategias para la nueva distribución y las nuevas posibilidades que aporta el acceso a internet, y de la importancia de la figura de la crítica para iluminar el camino. Hay que recordar que el inicio de la denominada “Tercera edad dorada” o la “metatelevisión” hablaba de las necesidades de desarrollar series de calidad por la presión de las nuevas creaciones de las cadenas por cable, porque el negocio basado en la publicidad limitaba los contenidos de las cadenas en abierto.

El número de cadenas por cable creció y los espectadores de los canales en abierto se movieron al cable, que supone el sacrificio de audiencia para ir en busca de un espectador más concreto, desarrollando así los nichos. La ruptura que provoca la distribución por internet permite redefinir el contenido de una forma extraordinaria. Nos encontramos con una sobreproducción que parece sugerir que se debe hacer un ajuste entre las nuevas series, las series que regresan, las remisiones y las que están en la librería de contenidos para que puedan satisfacer a los distintos espectadores.

Se puede pensar en la labor que hacen los algoritmos de recomendación y las redes sociales y la labor de los críticos que de hecho sirven de prescriptores de las series, que permite discutir, hablar y recomendar, en definitiva, interactuar como en los clubs de lectura, donde se recomiendan libros y se debate sobre su contenido, se trata de desarrollar una forma orgánica donde encontrar qué ver, organizarse, debatirlo y compartirlo.

3.2. La crítica de la televisión contemporánea

“La crítica es el principio de una discusión, nunca el final”.
Jorge Carrión⁵¹

Para llevar a cabo este estudio se hace necesario hablar sobre la crítica, ya que es a partir de una reseña de Emily Nussbaum en el *The New Yorker* sobre la serie *Breaking Bad* que nace la necesidad de analizar el concepto de *Bad Fans* y todo lo que envuelve.

Lindelof, en la introducción del libro de Alan Sepinwall⁵² sobre la serie *Breaking Bad*, alaba su labor como crítico por la profundidad de su visión; precisa que la labor de la crítica, dice, no solo reside en hacer reseñas resumiendo el contenido del episodio, se trata de ayudar a entender lo que sucede, entender por qué sucede, y así mejorar la experiencia del espectador. La ayuda para entender por qué algo es bueno o es malo, aunque no se esté de acuerdo, en definitiva, es hacer una buena narración sobre una narración.

Para hablar de la crítica, y de su peso como “Profetas del Gusto”, podemos aplicar el concepto del *zeitgeist* (el espíritu de nuestro tiempo); la idea que las series de televisión contemporánea forman parte de nuestro día a día y se han convertido en un fenómeno cultural de consumo de la televisión a gran escala. Debemos destacar que la revolución tecnológica ha sido decisiva para que esto ocurra. Ha incidido en la distribución y en el consumo y, en consecuencia, también este fenómeno ha disparado la relevancia de la crítica de la televisión, ya que actúan como los comisarios del arte de la televisión contemporánea.

La idea del consumo de las series de televisión como el *zeitgeist* se observa día a día, el consumo de series ha alcanzado unas cotas de popularidad que han conseguido cambiar los hábitos de consumo de la televisión. Este espíritu del tiempo ha llegado por la revolución digital, que ha afectado la distribución, el consumo, la producción y la comunicación que existe sobre el medio y, por tanto, ha afectado también al espectador. Cuando nos referimos a la comunicación, hablamos sobre el papel de los críticos de televisión, que funcionan como prescriptores del gusto, *influencers* que analizan los contenidos que se ofrecen, que interactúan entre ellos y también con los espectadores, legitimando el consumo de determinadas narraciones audiovisuales seriadas.

⁵¹ CARRIÓN, J. *Contra Amazon*. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2019. p19.

⁵² SEPINWALL, A. Op. Cit. 2016.

Los críticos como *influencers*, tal y como se deduce del estudio de Gladwell⁵³, supone la importancia de distinguir los miembros de élite de cualquier comunidad y que convencen a otros para que los imiten. Los críticos de televisión actúan como los comisarios de arte, crean valor a través de la crítica, de la valoración de las series a través de sus análisis que se expanden hoy en día con mayor facilidad a través de las distintas redes sociales y así entran a formar parte del día a día de mucha gente. No cabe duda de que internet ha reforzado su peso cultural y ha mejorado su accesibilidad y su inteligibilidad.

Para hablar de la prescripción del gusto, debemos entender la idea del gusto, tal y como la estudia Bourdieu⁵⁴. Se debe entender que existe un sistema de preferencias, de criterios que establecen una categorización. Se puede hablar del sentimiento gozoso, de la idea de gozar a través del placer de mirar las series ya sea de forma inmediata, es decir, en el momento de visión, o a través de una comprensión más abstracta, que sucede posteriormente. El gusto dependerá entonces de una serie de factores como el espacio y el tiempo en que se desarrollan y se muestran estas obras. La labor que se traduce aquí del crítico es mostrar, hacer notar, resaltar esos elementos que permiten aumentar el placer al ver las series.

Bozal⁵⁵ insiste en que el gusto en la serialidad televisiva contemporánea depende de la calidad de la producción, del desarrollo de la narración, de la ejecución de las partes implicadas y también de la verosimilitud.

El concepto de verosimilitud nos lleva a hablar de los espectadores en su pluralidad: la verosimilitud vendrá dada por la experiencia compartida de los espectadores. El gusto se dibuja entonces como un factor de sociabilidad, los individuos se influyen los unos a los otros, se adhieren a una comunidad y a los valores que estos tengan, surgiendo así la fijación de unos cánones estéticos.

Cabe destacar que la crítica de televisión dota al espectador de unos principios fundamentales, de unas herramientas de análisis que le ayudan a descifrar lo que está viendo, y poniendo a su disposición estos instrumentos, le permiten aumentar su placer y perfilar su gusto.

La evolución de la televisión contemporánea ha permitido la legitimación de las series de televisión, a la que hay que añadir la aparición de los *showrunners*, que ha permitido elevar la concepción de la creación de autor, que junto con la creación de premios específicos

⁵³ JENKINS, H. Op. Cit. 2015. p105.

⁵⁴ BOURDIEU, P. Op. Cit. 2010.

⁵⁵ BOZAL, V. Op. Cit. 1999.

para las creaciones seriales de televisión ha catapultado la consideración de algunas series como obras de arte, legitimando en consecuencia a los consumidores y a los propios críticos que han hecho los análisis en profundidad de las series. Se trata pues de desarrollar el concepto de la legitimación, a través de las ideas que desarrollan tanto Bianculli como Newman y Levine.

Se concibe entonces la idea del crítico como el espectador profesional que ve y analiza todo tipo de contenido de la televisión, cosas buenas y cosas malas, que redactan manifiestos, estudios y análisis de qué es y cómo debe ser la “buena televisión”. Se les considera los expertos que analizan en profundidad la narración, la puesta en escena, las actuaciones, desvelan asociaciones y relaciones con otros relatos, con otras disciplinas. Nos encontramos frente a una función pedagógica de la crítica, que ayuda a advertir elementos y contribuir a que las series se perciban correctamente y en toda su dimensión. Ayudan a aumentar la competencia de los espectadores para disfrutar más y mejor de las narraciones audiovisuales.

La crítica de televisión se esfuerza por explicar y establecer un sistema de valoración que contribuye a la difusión y la consagración de determinadas narraciones audiovisuales. Pero solo trascenderá su opinión en tanto que el lector, espectador, la atiende y asimile.

Podemos considerar al crítico como un artista, recordando el libro de Oscar Wilde⁵⁶, ya que hace una creación sobre la creación audiovisual y puede, a través de esta, revelar elementos que incluso el creador de la obra no tenía en mente en el momento de su creación. Se plantea entonces si debe quizás poseer más conocimientos que el propio creador para desvelar las posibles múltiples relaciones que existen en la obra, relaciones con otras formas, escuelas, estilos...

La crítica de televisión Emily Nussbaum es la figura crítica objeto de análisis en este estudio, debido al concepto que desarrolla con la creación del neologismo de los *Bad Fans*, que, según se deduce, ella utiliza para señalar a algunos espectadores que están viendo mal la serie. Este concepto sobre los malos espectadores nos lanza a interrogarnos sobre la narrativa audiovisual televisiva contemporánea y la recepción de esta, para valorar las distintas emociones que suscita la narración en los distintos espectadores.

La legitimidad de Emily Nussbaum viene dada por el medio en que escribe, por su participación activa en distintos paneles, por su interacción con otros críticos y otros

⁵⁶ WILDE, O. *El Crítico como artista*. Madrid: Espasa-Calpe. 3er ed. 1968.

espectadores y por los premios recibidos. Por tanto, la podemos considerar como un miembro de élite de la comunidad de críticos.

A partir del análisis de las distintas críticas publicadas con respecto a *Breaking Bad*, nos permite destacar distintos conceptos y apreciaciones. Por un lado, destaco la idea de que su aproximación a *Breaking Bad* fue tardía, tuvo que hacer *binge watching* para ponerse al día, equiparándola a muchos espectadores que utilizaron esta fórmula de consumo audiovisual muy contemporánea, y que, como veremos en el estudio sobre los espectadores contemporáneos, afecta a la percepción de la narración.

También desarrolla la idea de que la práctica actual de ver televisión se complementa con otros contenidos en paralelo, ya sea leyendo entrevistas, blogs, críticas, la interacción a través de las redes sociales, etc.

En todos sus artículos muestra conocimiento del medio televisivo, analizando distintas series o distintos recursos narrativos, como puede ser el artículo destacando la utilización del recurso narrativo del *cliffhanger*, y su uso en otras series anteriores. De hecho, Emily Nussbaum no hace un seguimiento exhaustivo de *Breaking Bad*, capítulo a capítulo como otros críticos, como Sepinwall, pero destaca la calidad de la serie y se observa cómo interpela constantemente al espectador. Sus artículos nos dejan ver cómo se va posicionando en contra de Walter White y de todas sus acciones, y así también va cuestionando el apoyo de los espectadores hacia él. Es entonces cuando surge el concepto de los *Bad Fans*, cuando se refiere a aquellos espectadores que a su parecer están viendo mal la serie, porque apoyan a Walter White, y expone que no comprende su adhesión incondicional.

El concepto de *Bad Fans* repercutirá en otros críticos y tendrá un recorrido que da pie a este estudio, ya que se presta a analizar más allá del concepto del mal espectador y permite poner el foco en la evolución de la narración audiovisual de la televisión actual, del espectador contemporáneo y la relación entre la narración y las emociones de los espectadores, así como del papel de la crítica de la televisión contemporánea.

La propia Emily Nussbaum sitúa el origen de los *Bad Fans* en la serie *Todo en familia*⁵⁷ (*All in the Family*) de Norman Lear, y lo centra en la figura de Archie Bunker, el protagonista de la serie, que según ella es el primer personaje de serie de televisión que reta al espectador, alternando la posición de este entre el rechazo y la admiración. En este artículo, parece que Nussbaum se retracte de su idea inicial de poner en tela de juicio a

⁵⁷ *Todo en familia* (*All in the Family*, CBS, 1971-1979) [Serie de televisión] Creador: Norman Lear.

los *Bad Fans*, aceptando la idea de la pluralidad de reacciones de los espectadores, de la libertad de sentir hacia los personajes lo que les parezca, de leerla como quieran, incluso señalando que es bueno que la audiencia esté dividida.

A partir de la idea del pluralismo de las lecturas de los espectadores de las distintas narraciones audiovisuales, introducimos la idea del pluralismo crítico que cita James⁵⁸ sobre el concepto desarrollado por Karl Popper con respecto a la necesidad de la existencia de este, por lo que hacemos un *close reading* de una selección que muestra las distintas lecturas, interpretaciones, reacciones y emociones que tienen y publican distintos críticos.

Para exponer bien esta idea del pluralismo crítico sobre *Breaking Bad*, se hace necesario exponer esta serie de reseñas y críticas aparecidas. La selección está basada en distintos criterios. Por un lado, algunas muestran relación con el contenido que expone Emily Nussbaum, ya siendo sus críticas citadas o el concepto de *Bad Fans*. También se reseñan algunas que, sin mencionar a Emily Nussbaum, hablan sobre la posición emocional del espectador respecto la narración en general o sobre Walter White en particular. Y también algunas de aquellas que citan un concepto parecido al de *Bad Fan*, como es el de *Team Walt*, y que hace referencia a aquellos espectadores que apoyan y se sitúan al lado de Walter White.

3.3. Los espectadores contemporáneos: *Literate Viewers*

Ningún espectador es siempre un solo tipo de espectador, ya que no solo se debe considerar la narración audiovisual para la interpretación que este puede hacer, se deben tener en cuenta también el contexto sociocultural, el momento de la recepción y el bagaje cultural que tenga. Pero sí podemos hablar de un espectador contemporáneo en conjunto que se diferencia del espectador que existía antes de la revolución tecnológica que permitió también el desarrollo de la televisión contemporánea. Estos cambios permitieron el desarrollo de la convergencia mediática, que, como dice Scolari⁵⁹, es un proceso que altera la relación entre la tecnología, la industria, el mercado, los géneros y los espectadores, y que también hace cambiar a cada uno de estos agentes, creando nuevos

⁵⁸ JAMES, H. *Films and Emotions*. Boston: Blackwell Publishing, 2010. p286.

⁵⁹ SCOLARI, C. "Introducción". En JENKINS, H. *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona: Gedisa, 2015. p9.

modos de producción, nuevos tipos de contenido y unas formas renovadas de relación entre los productores y los espectadores.

El espectador contemporáneo ya no es considerado sólo un consumidor pasivo de la narración audiovisual, sino que se considera que pueden dar forma, compartir, remarcar e incluso re-mezclar el contenido, que, además, no lo hace de forma individual y aislada, sino que se comparte a través de las distintas comunidades y redes sociales, cuya capacidad para propagarse es enorme, no en vano se utiliza la palabra “vírica” para hablar de la velocidad a la cual circula y propaga el contenido en internet.

La actividad de los espectadores se puede considerar una mezcla de capacidad creativa, capacidad técnica y capacidad social. Gracias a todo ello, el espectador se convierte en un espectador activo que desarrolla la cultura participativa de la que habla Jenkins. La cultura participativa ha sido fundamental para la creación de las **grandes comunidades de fans**, unos colectivos muy activos e innovadores en el uso de las plataformas participativas, tanto para organizarse como para crear respuestas a las narraciones audiovisuales.

La actividad que desarrolla el espectador produce **valor económico** en dos sentidos, en el sentido directo, que supone el consumo de la narración audiovisual, pero también en un sentido indirecto a través de su respaldo, de su recomendación y de su capacidad para compartir, lo que sugiere que el espectador combina el ser cliente con el ser mano de obra, y que se hace muy evidente con el uso que hacen las plataformas como Netflix, a través de la recopilación de los metadatos del consumo que hacen sus usuarios. Además de cobrarles la tarifa mensual, obtienen beneficio de la contabilización de su actividad digital como espectador.

Pero la consideración del **espectador activo** también tiene que ver con el cambio de jerarquía que se ha producido gracias a la revolución tecnológica. Primero fue la llegada de las grabadoras, luego, la edición de los videos y los DVD, para llegar a la época actual de internet. Esta sucesión de avances tecnológicos ha permitido al espectador alejarse del dictado de la programación de las cadenas. Los consumidores empezaron programando en sus videograbadoras los programas que deseaban ver, para verlos cuando más les convenía, y esta capacidad de elección ha ido incrementándose hasta nuestros días, dónde gracias a la revolución tecnológica la capacidad de decisión del espectador es total, para decidir qué ver, cuándo ver, dónde ver y cómo ver las distintas narraciones audiovisuales.

Pero no hay que olvidar que lo que de verdad importa al espectador son las narraciones. Como dice Landgraf⁶⁰, los humanos son básicamente el animal que explica historias y la imaginación es la herramienta fundacional de nuestra identidad cultural, así como el dominio que tenemos sobre el planeta; y por ello dice que son las narraciones las que hacen evolucionar la tecnología y no al revés. La tecnología facilita nuestra vida, la capacidad de seguir las narraciones audiovisuales, pero son los humanos los que las hacen evolucionar, y hay que suponer que esto no va a cambiar.

Por ello se hace necesario hablar de la **evolución de las narraciones audiovisuales** y de las series en particular, se trata de analizar los cambios que han aparecido desde los inicios de la televisión, para ver la evolución que, en consecuencia, ha tenido el espectador. Las primeras series que se emitían por televisión trataban de entretener al espectador sin más, así las *soap opera* trataban de narrar sin ningún tipo de sofisticación para conseguir un consumo masivo. El otro tipo de series que se lanzaban al principio eran las series antológicas, que contenían capítulos independientes y son los que se asocian con la que se vino a llamar la “Edad Dorada” de la televisión.

Existen diferencias entre los espectadores de estas distintas narraciones. Se asocia al espectador femenino el consumo de las *soap opera*, por su herencia de las radionovelas, por la construcción de la narración episódica poco compleja y porque los patrocinadores marcaban el contenido para alinearse con sus espectadoras. Los espectadores de las **antologías** eran más sofisticados: al principio la televisión era un aparato caro y se asociaba a las clases altas que también eran más sofisticadas, produciéndose productos de mayor calidad, aunque también dependieran de los patrocinadores.

Con la expansión de la venta de receptores de televisión, ésta pasó a ser un producto de entretenimiento familiar y se fueron popularizando las *sitcoms*, unas **comedias ligeras** hechas para disfrutar en familia. Los patrocinadores seguían marcando el contenido y la producción. Se seguían produciendo las *soap opera*, pero se empiezan a producir **series procedimentales**, que buscan resolver un conflicto y generar confort en el espectador, a través de los efectos de la reiteración de los elementos de la narración. Trataban temas de médicos, abogados, policías y *cowboys* que generaban la idea de la protección del ciudadano, con el que el espectador podía identificarse.

⁶⁰ LOTZ, A. Op. Cit. 2018, pxii.

El **formato autoconclusivo** permite al espectador el acercamiento ocasional a la serie; no sucede lo mismo con las series de continuidad que exigen más al espectador para seguir la evolución argumental constante y la multiplicidad de tramas.

Algunas series antológicas, como *Marty*⁶¹ (*It's Marty*), marcan un punto de inflexión en la percepción del espectador y les ayuda a percibir las series antológicas como **ficciones de prestigio**: encuentran algo más que entretenimiento, muestran pretensiones artísticas con la introducción de diálogos realistas, rompen la dinámica causal, los personajes son comunes en lugares comunes, que muestran la introspección del personaje. Y que permiten que se lleven los premios y los elogios de la crítica.

Pero la irrupción de Hollywood acabaría con esta tendencia y se lanzan a producir una televisión más comercial con la idea de atraer la máxima cantidad de audiencia y de maximizar los ingresos publicitarios. Se produce así una alineación del contenido entre las tres grandes cadenas, CBS, NBC y ABC, tanto con el contenido como controlando todos los roles de la industria, la producción, la distribución y la transmisión, Y así se dedicaron a hacer una **ficción de entretenimiento inocua**, sin conflictos, para llevar al espectador a evadirse de la realidad y a entretenerse sin más, lo que llevaría a la declaración de Minow de la televisión como un vertedero enorme (*vast wasteland*).

La televisión había perdido el prestigio ganado con la antológicas y el espectador buscaba tan solo sentarse en el sofá y mirar, sin mayores complicaciones, sin necesidad de conocimientos previos, la serie hacía un recordatorio inicial, la historia era autoconclusiva, la narración repetitiva, con los mismos personajes, el mismo lugar, la forma de resolver los conflictos, incentivando la actitud pasiva del espectador.

Aun así, se desarrolla la serie *El fugitivo*⁶² (*The Fugitive*) que introduce algunos cambios como el largo arco argumental para estimular las expectativas del espectador, la división de la narración en 5 actos cada episodio -concretamente 4 actos y un epílogo-, inserta el punto de giro al final de cada acto y establece un vínculo del personaje con el espectador, que se preocupa por el futuro del protagonista. El éxito de la serie no fue secundado por las otras cadenas, la idea de desarrollar tramas de continuidad representaba un riesgo demasiado grande por el miedo a obligar al espectador a no perderse ningún episodio, lo que representaba una exigencia de compromiso que podía generar rechazo y la idea de las cadenas era dar placer al espectador y no exigirle nada.

⁶¹ *Marty (It's Marty)*, CBS, 1968-1969) [Serie de televisión] Creadores: Marty Feldman y Barry Took.

⁶² *El fugitivo (The Fugitive)*, ABC, 1963) [Serie de televisión] Creador: Roy Huggins.

A principios de los 70 se produce un cambio de paradigma y la industria cambia el criterio: no importa tanto la cantidad de espectadores sino la calidad. Surge el interés publicitario por la franja de edad entre los 18-45 años. Se produce una ola de series dirigidas a los jóvenes, se desarrollan narraciones comprometidas y que desarrollan cuestiones relevantes, buscando alinearse con el compromiso de la generación que protestaba contra Vietnam, que estaba compungida por el asesinato de M. L. King, que era el público de Woodstock.

La legislación cambia para favorecer también la incorporación de las productoras independientes que aportan mayor capacidad de innovación narrativa, más sofisticada, más moderna, que plantea cuestiones sociales controvertidas con protagonistas jóvenes, urbanos y modernos, que conectan con el espectador. Además, se prueba el formato de las miniseries como *Hombre rico, hombre pobre*⁶³ (*Rich Man, Poor Man*), una narración centrada en la idea del sueño americano, que muestra las luces y las sombras del ser humano, que resalta los valores humanos. Este tipo de formato supone un cambio en la forma de presentar la narración, el espectador sabe que es cerrada, que cada episodio va a mostrar un poco de la historia y que irá avanzando paulatinamente, no hay repeticiones, y exige del espectador la atención a todos y cada uno de los episodios para no perderse la narración. Todo ello hace que el espectador se implique más con la narración, con los personajes, exige su lealtad y hace que se produzca la identificación gracias al seguimiento continuado y comprometido que hace.

Poco a poco van apareciendo los canales por cable, tanto HBO, como Showtime, como USA Network, como ESPN o la CNN o la MTV. Especializan su oferta, dan contenidos específicos y alternativos, crean la idea del *narrowcasting*. Se trata de ofrecer una televisión dirigida a nichos de población interesados en una temática concreta, ya fueran películas poco aptas, contenido familiar, noticias, deportes, música... Se iniciaba la televisión multicanal, que acaba transformando al espectador: hasta ahora ha disfrutado de entretenimiento gratuito, pero se le crea la necesidad de pagar para ver aquello que más le interesa.

En la década de los 80 se produce un punto de inflexión en la forma de escribir y de entender las series contemporáneas. *Canción triste de Hill Street* se convierte en un éxito: consigue un gran prestigio a través de la narración del día a día en una comisaría, donde se introducen la vida personal de los personajes, que representan personas corrientes con sus problemas, mostrando su lado más humano y con quien el espectador empatiza. La

⁶³ *Hombre rico, hombre pobre* (*Rich Man, Poor Man*, ABC, 1975) [Serie de televisión] Creador: Irwin Shaw.

narración se hace más compleja, la libertad que se da a los guionistas permite desarrollar sus ideas para mostrar un gran número de personajes, con historias que se alargan varios episodios, donde se entrecruzan varios arcos argumentales que se narran en paralelo y de forma continua, con lo que se solapa la trama principal con las tramas secundarias y la trama auto conclusiva de cada episodio. El espectador aplaude esta apuesta, se siente tratado de forma adulta porque muestra realismo en la narración, refleja los errores y los aciertos de los personajes, sin disimular sus flaquezas, que pueden operar fuera de la ley. En definitiva, se difumina la bondad y la maldad y se va anticipando la figura del personaje antiheroico. No sólo la narración se muestra más realista y cercana al espectador, sino también los recursos técnicos, como el uso de la cámara en mano, o de los diálogos, a través de la utilización del argot hacen que crezca la identificación del espectador, sus emociones responden más y se muestran más alineadas con la narración y con ello consiguen una mayor implicación. Y crece en la medida en que aparecen las grabadoras de video que permiten programar la narración y verla cuando se quiere. Esto viene acompañado del prestigio por el respaldo de la crítica y de los premios que reciben estas narraciones y parece que, en cierta forma, premien al espectador que las sigue. Permite el cambio de percepción del autor televisivo, que ayuda a crear marca para las cadenas que emiten estas series y que también fomenta la fidelidad del espectador, que reconoce el valor de esa marca.

La idea de la *Must See TV*, una publicidad que utiliza la NBC, da cuenta del cambio. Se incita al espectador a no perderse una serie de televisión de calidad que, unido al crecimiento del uso del término del *showrunner* y el aplauso de la crítica por estas series, ayudan a aumentar el prestigio de esta televisión.

La idea narrativa que se va instalando es la de **tomar riesgos** y mostrar **temas más atrevidos**, no dudan en mostrar escenas violentas, desnudos, usar un lenguaje ofensivo, introducir temas más crudos, representar dilemas morales, introducir al antihéroe como protagonista, desarrollar tramas más psicológicas. Todo ello lleva a incomodar al espectador, lo reta para sentir emociones fuertes y contradictorias, hace al espectador contemporáneo cómplice de criminales.

Desde el punto de vista industrial se produce la **concentración en 5 grupos mediáticos**, cada uno con diferentes cadenas y canales por cable, que hacen cada vez más difícil al espectador la distinción entre ellas. Eso provoca que HBO decida lanzarse a la producción de dramas de una hora de duración.

La frase “*It’s not TV, it’s HBO*” es el gancho publicitario que utilizan para marcar su reinención, desarrollando series de producción propia para atraer espectadores/suscriptores, con la idea de ver contenidos de mayor calidad. HBO establece las bases de la revolución de la narración de las series, consigue que sean consideradas obras artísticas, tanto por el respaldo que recibe de la crítica como del espectador. Ven series que han hecho desaparecer las pausas publicitarias, no existe control de contenido y consiguen que el espectador se sumerja sin interrupciones. Todo ello permite detectar los valores artísticos, se buscan las referencias culturales, se detectan las hibridaciones con otros géneros, se reconocen las referencias con otras narraciones, se trabaja el desconcierto y quebrar las expectativas del espectador.

Con *Los Sopranos*⁶⁴ (*The Sopranos*) se marca un hito. es la primera serie que supera en audiencia a las cadenas tradicionales. El espectador se encuentra con una narración que narra las peripecias de un antihéroe y con el que se siente identificado, a través del trabajo en profundidad del personaje y de los personajes secundarios que, a través de un ritmo pausado, permite mostrar mejor las relaciones entre ellos. La lealtad y la simpatía que siente el espectador se debe a que se muestra por un lado su actividad mafiosa, pero a la vez su debilidad humana y que se realiza a través de recursos audiovisuales como la voz en *off* que permite al espectador acercarse a sus pensamientos e incluso compartirlos, los primeros planos, así como otros recursos narrativos innovadores.

La idea de desarrollar la narración de las series como una narración compleja se instala en el medio y en la mente del espectador, que sabe que no está viendo una televisión convencional, las nuevas narraciones presentan a protagonistas cuestionables, que interactúan con un reparto coral, que reclama de la atención del espectador para jugar con su memoria, sus expectativas, sus hipótesis, las referencias narrativas que se trabajan...

La llegada del uso generalizado de internet produce un cambio muy importante: las series se convierten en un artefacto de alcance global, tal y como expone Toni de La Torre⁶⁵. La extensión de las plataformas de *streaming* como Netflix han transformado tanto la industria, como las narraciones audiovisuales, como al espectador contemporáneo.

Con todos estos cambios, nos encontramos que la jerarquía entre el espectador y la industria cambia, el espectador ya no está sujeto a la programación, el espectador contemporáneo decide qué ver, cuándo verlo y cómo verlo, la multiplicación de pantallas

⁶⁴ *Los Soprano* (*The Sopranos*, HBO, 1999-2007) [Serie de televisión] Creador: David Chase.

⁶⁵ DE LA TORRE, T. *Historia de las series*. Barcelona: Roca Editorial, 2016.

permite una libertad total de consumo y se normaliza la idea del *binge watching*. Nos encontramos con un espectador contemporáneo que es un *literate viewer*, como expone Bianculli⁶⁶, un espectador con mucha experiencia y bagaje sobre la narración audiovisual que provoca que las narraciones estén mucho más trabajadas. Al mismo tiempo, se produce el fenómeno de culto mundial, la interacción y la participación del espectador contemporáneo permite la conexión de todos a escala mundial, se buscan respuestas y se hacen preguntas sobre los simbolismos, las referencias, la evolución de la narración, en definitiva, se desarrolla una nueva forma de consumo que intensifica la experiencia emocional del espectador.

Estos nuevos hábitos se suman a los antiguos, encontramos que existe una convivencia entre el **espectador pasivo y el espectador activo**, el pasivo ve la televisión de forma distinta que el activo, para el cual la televisión no es la única fuente de ocio, se generaliza el uso de las denominadas segundas pantallas, se consume un gran volumen de contenido, estos nuevos hábitos se suman a los antiguos. El espectador no quiere ser un *target*, quiere personalizar su elección, no quiere tiempos de espera, no entiende de fronteras geográficas, quiere ser el protagonista de la acción.

El espectador de *Breaking Bad* es, por tanto, este nuevo espectador. Martin⁶⁷ habla de una nueva clase consumidora, que posee una mayor alfabetización, tiene un bagaje cultural que le permite unas lecturas más complejas, agradece que se le muestre sin tapujos la realidad social, política y económica, los problemas familiares, la presencia de Walter White como un antihéroe con el que se implicará emocionalmente, una narración que va ser producida como una narración extendida, como en una larga novela, tamizada por la creatividad, desarrollada por el *showrunner*, Vince Gilligan, que va a emplear todo tipo de recursos narrativos, tanto de imagen como de sonido. El espectador de *Breaking Bad* se adapta a las propias convenciones de la narración, espera el desconcierto, se adapta al ritmo que marca la propia narración, agradece la combinación de imágenes inverosímiles con las panorámicas y los primeros planos. También aplaude la combinación de los distintos géneros, de las distintas referencias. Y, además, busca más explicaciones, comenta impresiones propias o ajenas, creando un vínculo incluso con los creadores a través de las extensiones narrativas que proporcionan los paratextos y la narrativa transmedia.

⁶⁶ BIANCULLI, D. Op. Cit. 1992.

⁶⁷ MARTIN, B. *Hombres Fuera de Serie*. Barcelona: Ed Ariel, 2014.

Estos cambios industriales, narrativos y sociales permiten desarrollar la idea de que el espectador es el protagonista que expone Tubau y destacar la importancia de evaluar las emociones que siente este frente a la narración. Se trata de evaluar los recursos narrativos de la narración extendida de la serie *Breaking Bad* y que permite desarrollar unos mecanismos dramáticos, que a su vez hacen que el espectador permanezca cautivo para conocer lo que va a suceder a los distintos personajes de la narración general y a su compromiso con Walter White en particular.

El estudio de la implicación emocional del espectador supone aproximarse a las distintas teorías del cognitivismo desarrollado en los estudios filmicos por distintos autores como pueden ser Plantinga, Smith, Carroll, Tan o Sinnerbrink. Todos ellos desarrollan distintas teorías sobre las emociones que suscitan las narraciones audiovisuales que actúan como máquinas de crear emociones tales como la empatía, la simpatía o la antipatía, y que para explicarlas desarrollan teorías sobre la implicación, la identificación, la lealtad y la alineación del espectador con los personajes a medida que avanza la narración.

Esta **vinculación emocional con un personaje antiheroico** como Walter White hace que surja la idea del *Bad Fan* de Emily Nussbaum. Para estudiar esta vinculación emocional del espectador se hace necesario efectuar un análisis a través de un *close reading* de la serie para evaluar los distintos recursos narrativos, dramáticos y estéticos que se desarrollan y que van a permitir estudiar las distintas emociones que despierta, e incluso puede ayudar a tratar de comprender la fluctuación entre la simpatía y la empatía. Y además, constata que siempre debe tenerse presente el egoísmo psicológico del espectador, donde su deseo último se encamina de manera instrumental dirigido a sí mismo y que lo que en definitiva quiere es seguir con la narración.

4. El objeto de estudio

4.1. *Breaking Bad*, una serie compleja

“(…) la narración dramática una experiencia que se vive cada día, en tal cantidad que indudablemente debe producir cambios a nivel cualitativo, que el espectador tenga tal familiaridad con dichos contenidos, permite y a la vez fuerza que para que sea atractiva se vayan elaborando de una forma más compleja las narraciones”

Raymond Williams⁶⁸

La idea de la **revolución de las series contemporáneas** la explican Balló y Pérez⁶⁹, señalando el desarrollo de distintas características que van desde la hibridación de géneros a la idea de que ya no existe la necesidad de cerrar el círculo de la felicidad. Se presentan relaciones tóxicas que incluyen la mentira, la endogamia, la traición, la muerte... así se va mostrando el lado oscuro de los seres humanos y rompen con la idea de los personajes bondadosos que se desarrollaban en los argumentos clásicos.

Esas series reflejan muchas veces la **corrupción de la propia sociedad** a través de infinitas combinaciones narrativas que juegan con la estructura temporal, introduciendo y combinando *flashbacks* y los *flashforwards*, donde no siempre se ofrece un final concluyente sino con finales abiertos.

La estructura argumental clásica de buenos y malos también ha cambiado: los malos ya no vienen como una amenaza exterior, el mal se encuentra en la propia comunidad, en la propia entidad familiar. Se ha consolidado la construcción de las series a través de un villano carismático, que ha cambiado la estructura narrativa, la recepción y la respuesta del espectador; no se duda en mostrar escenas violentas, el espectador que hasta ahora había confiado ciegamente en la bondad de las acciones del protagonista se encuentra que debe desconfiar de sus acciones y permite despertar sus suspicacias frente a éste, las narraciones juegan con el baile de simpatías entre unos personajes y otros. Todo ello favorece para que el espectador se haga preguntas constantemente, sobre las **verdaderas intenciones de los personajes**, sobre los engaños, las mentiras, las

⁶⁸ WILLIAMS, R. *Television: Technology and Cultural Forms*. Connecticut: Wesleyan University Press, 1974. p53.

⁶⁹ BALLÓ, J; PÉREZ, X. *El mundo, un escenario*. Barcelona: Anagrama, 2015.

manipulaciones, la hipocresía, que vienen a ser un reflejo de la propia realidad, social, política y económica, de un mundo lleno de falsedades y engaños donde las series no son más que un reflejo de esta sociedad en la que vive.

Las series contemporáneas han construido un **relato más sofisticado** que ha crecido narrativamente, a través de una articulación dramática que trabaja todo tipo de recursos que permiten una densificación de los personajes y las tramas, que se ha visto acompañada por una riqueza audiovisual que se construye a través de la puesta en escena, con una realización impecable, que estudia cada plano, cada secuencia, cada *mise en scène*, donde la música y el sonido también aportan contenido y enriquecen la narración, sin olvidar la postproducción, no solo en la sala de montaje sino también incorporando los efectos especiales.

Para Mittell, hoy, nos encontramos frente a algunas series de televisión que denomina *Complex TV*; ve la televisión como un fenómeno cultural que está en relación con el contexto cultural, histórico y de las formas de consumo, por eso nos habla de una **televisión compleja**, una televisión que introduce unos cambios en la narración, que van acompañados de los cambios que ha introducido la tecnología y la propia industria y que ha afectado a cómo los espectadores ven la televisión, cómo los creadores crean sus historias y cómo se produce la distribución.

Mittell propone una serie de elementos necesarios que son característicos para considerar si una serie puede catalogarse como *Complex TV*, y que utilizaré para analizar la serie *Breaking Bad* en profundidad y justificar que es una de ellas.

4.1.1. La idea de la complejidad: los elementos necesarios

Las claves de la televisión compleja se desarrollan a partir de los años 90, cuando la idea de cerrar las tramas en cada episodio cambia para que las tramas tengan un arco más largo, y la narración surge entonces como un producto que va acumulando hechos, acciones y que se combinan entonces con las distintas tramas, las de cada episodio con las que se dan en varios, o a lo largo de una temporada o a lo largo de toda la serie.

Nos encontramos frente a unas narraciones que huyen de la uniformidad de establecer una convención, es decir tratan de ser **anticonvencionales**, cada serie busca su forma propia para narrar, sus propias pautas y sus combinaciones, ya sea introduciendo *flashbacks*, *flashforwards*, episodios embotellados, tramas que abarcan un solo episodio, varios episodios, una temporada entera o toda la serie. La serie juega incluso a romper

sus propias normas intrínsecas y desarrollan un **nuevo modo de narrar**. La “*Complex TV*” se recrea en la idea de generar confusión al espectador, incluso rompiendo a veces la cuarta pared. Estas desorientaciones y confusiones hacen que el espectador desarrolle sus habilidades de comprensión y permiten una mayor adhesión a lo que está viendo, la idea de descodificar y comprender suscita un mayor compromiso, la idea de que la narración pueda manipularlo es una sensación que gusta al espectador.

En *Breaking Bad*, se encuentra una combinación total de todos estos elementos, por un lado, los episodios suelen empezar con un *teaser* que tanto puede ser utilizado como semilla para algo que tiene que suceder, a modo de *flashforward*, como de la utilización de *flashbacks* para recordar o explicar sucesos anteriores. En líneas generales la trama es por acumulación, pero hay episodios que introducen personajes o tramas de un solo episodio.

Mittell cita a Seymour Chatman⁷⁰ para hablar de dos **sucesos narrativos** que se utilizan para construir la narración. Por un lado, están lo que él llama los *kernels* (granos) y por otro lado los *satellites* (satélites) y mientras los primeros forman parte esencial de las relaciones causa-efecto de la trama, los satélites no son esenciales para la trama y podrían ser omitidos, pero aportan riqueza para el desarrollo de los personajes, para la textura y tono de la serie. *Breaking Bad* los utiliza mucho porque es una serie que se desarrolla prestando mucha atención a los momentos en que no sucede nada, esos momentos de espera antes de que ocurra la acción, aporta mucha riqueza psicológica y da profundidad a lo que está ocurriendo. Además, pone en alerta al espectador de si aquello que se está viendo tendrá o no importancia para el desarrollo de la trama. Es lo que se conoce como la “**pistola de Chejov**”, el axioma que dice que, si se enseña una pistola en el primer acto, debe dispararse en el último acto. *Breaking Bad* está llena de pistolas de Chejov y a medida que el espectador va aprehendiendo cómo funciona la narración, está más atento a estos satélites y granos, que suelen funcionar también como enigmas narrativos, que plantean dudas no solo sobre el futuro sino también sobre el presente o incluso el pasado. Surge así la idea de los espectadores como **narradores amateurs**, que buscan hipótesis sobre lo que puede suceder.

El juego del desarrollo de la narración cuenta con los equilibrios que se hacen con el nivel de información que posee el espectador y/o que posee cada uno de los personajes utilizados tanto para suscitar la emoción, el suspense y la sorpresa como el desarrollo de las distintas hipótesis que hace el espectador de cómo los personajes van a reaccionar cuando sepan lo que él ya sabe.

⁷⁰ MITTELL, J. Op. Cit. 2015. p23.

A mayor atención, mayores recompensas recibe el espectador por los detalles que se van mostrando, consiguiendo entonces disfrutar más de la narración, ya no se trata solo de seguir la acción, cada detalle aporta información y placer narrativo, suponen una recompensa para el espectador atento.

Mittell habla de distinguir tres tipos de **temporalidades**, y que relacionan de forma distinta al espectador con la narración, la de la historia que tiene que ver con el tiempo diegético de la historia, la progresión lineal, que en *Breaking Bad* va desde el 50 cumpleaños de Walter hasta el 52 aniversario, después distingue el tiempo del discurso que viene a ser cómo está estructurada la historia, la narración combina *flashbacks*, *flashforwards*, elipsis, repeticiones, aceleración del tiempo... y cuya construcción es la que ve el espectador. Por último, distingue el tiempo de la narración que supone lo que duran todos los episodios, pero que dependerá, también, de la forma de consumo del espectador, cada episodio dura el mismo tiempo para todos los espectadores, pero el consumo que permiten los avances tecnológicos y el desarrollo que ha tenido la industria, concede que series que antes podía tardar cinco años en verla, ahora se pueda hacer un atracón y verla en una semana. La percepción que tiene este espectador es muy distinta a la percepción del que consume de forma más pausada, al tiempo que permite revisiones de las series para apreciar todos los detalles y captar toda su profundidad, todas sus referencias. Y permite desarrollar lo que Mittell denomina la “**actitud forense**” en el espectador, que supone el análisis detallado de las series, tratando de escudriñar todos los elementos que le muestra y los que no muestra, además de tratar de buscar contenidos paralelos que se desarrollan a partir de la serie, ya sean oficiales o creadas por otros como puedan ser otros espectadores o los críticos.

4.1.1.1. “Pilot” (Temporada 1/Episodio 1)

Dentro de las características que destaca Mittell de la *Complex TV* nos habla de la importancia del episodio piloto, elemento esencial para las series. Sirve para establecer qué van a contar y permite al espectador determinar si va a estar motivado para seguir con la narración. La nueva era de la televisión permite que cada vez haya más espectadores que consuman cronológicamente una serie, ya que saben que han sido creadas para verse de esta forma y, por tanto, si han llegado tarde a la emisión de la serie tienen la posibilidad de empezar desde el principio tiempo después.

Las funciones del episodio piloto se centran en presentar el universo de la narración, introduciendo una exposición narrativa del mundo que se va a desarrollar, presentando los personajes, sus características y las relaciones entre ellos, y establece el género, para

dar pistas de cómo el espectador debe acercarse a la narración. La idea es que debe sonar familiar, pero a la vez original. Por tanto, tiene una función educacional e inspiracional, exponiendo el contexto, el aspecto visual, sus estrategias narrativas... En definitiva, presentar al espectador la normativa intrínseca de la serie.

En este sentido, el episodio piloto de *Breaking Bad*, empieza con un *cold open*, que va a ser un elemento característico e intrínseco de su estructura narrativa a lo largo de todas las temporadas. Su duración irá variando entre 1 y 5 minutos, suele hacer mediante un *flashforward*, que muestra los hechos que sucederán a posteriori, pero a veces también hace *flashbacks*, para presentar hechos anteriores que son desconocidos para el espectador. En general presenta imágenes que tratan de desconcertar al espectador y despertar su interés para seguir viendo la narración y que, a lo largo de la serie, le enseña a ser paciente, ya que sabe que en un momento u otro esas imágenes cobrarán sentido y así fomentar la idea del narrador *amateur* que se plantea hipótesis y trata de construir la narración.

El primer *cold open* de la serie muestra a un hombre en una auto caravana con una máscara de gas y en calzoncillos, conduciendo frenéticamente en el desierto, con dos cuerpos en el suelo que van de un lado a otro, hasta que se estrella. Cuando oye unas sirenas a lo lejos graba un mensaje de video para su familia, se presenta como Walter Hartwell White, y con una pistola apunta hacia el camino de tierra vacío. Como dice Logan⁷¹, los *cold open* están diseñados para proporcionar una base crucial para la participación del espectador en la narración y que, por tanto, vale la pena observar desde el principio, funcionan como un gancho, parten de la idea de descolocar al espectador, pero dejando ver que la narración se dirige hacia un punto donde todo adquirirá sentido. En este inicio además se quiere incidir en la vulnerabilidad de Walter White y despertar rápidamente la simpatía en el espectador y ver que sus acciones se dirigen a solucionar la situación en la que está inmerso, que hacen que el espectador de forma silenciosa quiera apoyarlo para que siga adelante y lo solucione.

El episodio presenta entonces un día en la vida de Walter White, un brillante químico que está atrapado en una vida gris y monótona, que trabaja como profesor en un instituto y que trata de ganarse un sobresueldo en un tren de lavado de coches.

Se muestra una vida llena de humillaciones por parte de todos los que le rodean, familia, estudiantes y colegas. La narración trata así de despertar la simpatía del espectador hacia éste y la implicación con él. Para acabar de redondear su miseria se le diagnostica un

⁷¹ LOGAN, E. *Breaking Bad and Dignity, Unity and Fragmentation in the Serial Television Drama*. Hampshire: Palgrave MacMillan, 2016. p28.

cáncer terminal de pulmón, presentando el dilema de que, además, parece que su seguro médico no le cubre y no podrá costearse el tratamiento, o que, a largo plazo, dejará a su familia sin dinero. Incluye también la presentación de su mujer Skyler, que está embarazada de un hijo no buscado y su hijo mayor, Walter Jr., que además sufre una parálisis cerebral. Walter White, a través de su cuñado Hank, descubre la facilidad de hacer dinero mediante la producción de metanfetamina. A Walter White no se le ocurre otra cosa que asociarse con Jesse, un exestudiante suyo, para meterse en el negocio de la droga y así cobra sentido el *cold open* inicial del episodio. Pero Walter White ya en el piloto ha mostrado un pequeño cambio, de la humillación con que se presenta al principio del episodio, parece que quiere tomar las riendas y cambiar las cosas, su determinación para que Jesse sea su socio para hacer la metanfetamina, su enfrentamiento con Bogdan el jefe del tren de lavado, su enfrentamiento con los estudiantes que se burlan de Walter Jr. y, por último, su aproximación sexual dominante a Skyler deja claro el contraste.

El piloto presenta al protagonista y a los personajes que van a acompañarlo. Aunque no todos los personajes relevantes de la serie salen en el primer episodio sí se presentan la gran mayoría. En el apartado dedicado a los personajes de *Breaking Bad*, otra característica importante a analizar de las series de la *Complex TV*, desarrollaremos con mayor profundidad cada uno de ellos, pero vale la pena hacer hincapié de la necesidad de que el piloto los presente y también plantee la relación que hay entre ellos y la que va a desarrollar el espectador respecto a éstos y cómo la narración va a tratar de suscitar y manipular las distintas emociones para cada uno de ellos.

El espectador ve la relación con su mujer Skyler, un matrimonio deteriorado y donde ella parece que también humilla a Walter White, al igual que con su cuñado Hank, un agente de la DEA absolutamente contrario: se presenta durante su fiesta de cumpleaños, acapara toda la atención, está satisfecho de sí mismo y muestra un gran carisma. También se nos presenta a Jesse el exalumno con el que se asocia Walter White para “cocinar” la metanfetamina. La relación que se plantea inicialmente es la de profesor-alumno, pero que ya deja indicios de que va a ser una relación que va a dar mucho de sí y que puede ser susceptible de sufrir variaciones.

El piloto también plantea la normativa intrínseca de la serie, el aspecto audiovisual, los géneros que va a desarrollar, el juego con el nivel de información; plantea el contexto socio económico en el que se desarrolla la serie, la dificultad económica de Walter White, que debe recurrir a un segundo empleo, que comenta que su seguro médico no le cubre, que su mujer controla todos los gastos...

El piloto muestra la voluntad de mostrar una estética cinematográfica, tal y como explicita Ari Purnama en su tesis⁷², en la que explica que está filmada en 35 mm, la composición es de 16:9 y la aplicación de los tercios para evitar el punto muerto en el centro de las composiciones.

También es evidente la idea de jugar con los espacios para darles un significado, ya sea el desierto con grandes planos buscando la estética del *western*, buscando el contraste entre las escenas de exterior o interior, buscando una iluminación atenuada en el interior para acercarla al cine negro y la utilización de una paleta de colores muy estudiada. También se utilizan diferentes tipos de lentes para dar encuadres móviles y un movimiento de cámara dinámico. Se presentan unos puntos de vista inverosímiles, que se conocen como los "*Breaking Bad Shots*", como en el episodio "Pilot" (T1/E1) en el que tenemos varias muestras: el interior de la secadora con los billetes volando y la cara de Walter White al fondo.

También destaca la utilización del primer plano para enfatizar las emociones de los personajes y así llegar más al espectador, y el montaje de los planos que suelen durar una media entre 6 y 7 segundos, para pausar la narración, pero luego introducir montajes audiovisuales tipo videoclip, como cuando empiezan a "cocinar" la metanfetamina o para hacer elipsis temporales.

Todo esto da una idea de la voluntad de utilizar un estilo ecléctico mezclando elementos de la narrativa tradicional, con elementos del cine de los 70, con elementos del cine negro y del *western* y a la vez desarrollar recursos nuevos, y que son una consecuencia lógica de la televisión compleja que tiende a hibridar géneros, tramas, recursos y todo lo que el audiovisual permita.

Además de utilizar la idea de plantar semillas o la denominada "pistola de Chejov", otro elemento que se utilizará a lo largo de toda la serie, y que predispone al espectador para estar atento a estos detalles. Desde la escena donde Walter White está meditando encendiendo las cerillas en su jardín y que conectan con la producción de metanfetamina, al cigarrillo que tira Emilio en el desierto y que acaba provocando el incendio que les hace huir. Una presentación narrativa que explica mucho de cómo se va a desarrollar el universo de la serie y que invita al espectador a estar atento para captar toda la creatividad de Vince Gilligan.

⁷² PURNAMA, A.E. *Cinematizing the Bad-Land: Vince Gilligan Stylistic Eclecticism of Contemporary American Basic Cable Television Drama*. [Tesis doctoral] Países Bajos: Universidad de Groningen, 2011.

4.1.1.2. Vince Gilligan: el *Showrunner*

La otra característica que destaca Mittell para considerar que una serie pertenece a la categoría de *Complex TV* es que se la distinga como una **creación de autor**, recogiendo la idea del cine de autor francés.

Debemos retroceder al Romanticismo de finales del s. XVIII y principios del s. XIX para encontrar los orígenes del concepto de autoría en la narración. Debido al contexto económico, político y social se impone la idea del individualismo y de ahí nace la idea de la creación individual, la idea de creación original, alejándose de las imitaciones y de las copias, reconociendo así al individuo la **capacidad de** crear gracias a su talento único y creativo.

Los pioneros del cine se acercan mucho a la idea de los autores únicos, como los hermanos Lumière o George Méliès, aunque a medida que va creciendo la industria cinematográfica, las producciones se hacen más complejas y se hace necesario ir ampliando el número de personas implicadas en la producción. La idea del creador único se diluye y ya no existe un único responsable, se fijan distintos responsables de las distintas áreas y el equipo se va ampliando.

A mediados de los años 70 surge la corriente francesa denominada *politique des auteurs* (política de autores) resurgiendo así la idea del director de cine como único creador del denominado *cinéma d'auteur* (cine de autor), concepto que hace referencia a los autores de la *Nouvelle Vague* y que incluye a directores como Francois Truffaut o Jean-Luc Godard entre otros, con la idea de mostrar una realidad a los espectadores según el prisma personal del autor, con una total libertad creativa y dotando a sus obras de un sello muy personal⁷³.

El traslado de este concepto de autor a las series de televisión queda reflejado en el libro de la Dra. Cascajosa, si bien cabe destacar la idea que surge de la mano de Horace Newcomb⁷⁴ que habla del concepto “*self-conscious producer*”, el productor de las series como creador, que aplica sus expresiones, actitudes y valores personales, expresándolo con una visión particular, acercando así el concepto a la idea del *cinéma d'auteur* (cine de autor).

Ya en los noventa del s. XX despunta la idea del creador televisivo al que se le reconocen la habilidad para escoger los temas que quieren desarrollar, trabajando la caracterización de los personajes, la creación de los diálogos, y con ello ir imprimiendo un sello personal

⁷³ CASCAJOSA, C. Op. Cit. 2016.

⁷⁴ NEWCOMB, H. *The Television Artistry of Norman Lear*. Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press, 1976.

que desemboca en un reconocimiento de su labor y que queda reflejado en el libro de David Wild⁷⁵ de 1999, también revalorizado por la emisión de programas como “*The Writer’s Room*”⁷⁶, “*America on Prime Time*”⁷⁷ y documentales como “*Showrunner: the Art of Running a TV Show*”⁷⁸.

El *showrunner* no trabaja solo, tiene un equipo de guionistas, juntos adquieren una posición de amos del universo, creando un mundo nuevo y jugando con los personajes que habitan en él.

Explica Martin que en la sala de los guionistas deben haber bolis, papeles, *post-it’s*, espacio en las paredes y tableros para colgar ideas, fragmentos de diálogo, temas sueltos, un episodio quizás completo, listas de todo tipo, verticales, horizontales, nombres, situaciones, frases ingeniosas, cuadrículas de doce o trece columnas representando los episodios, listas con los personajes, flechas que indican las relaciones entre ellos... , todo debe estar bien visible para que los guionistas puedan tener una idea completa de lo que hay y así poder seguir trabajando... “Ah! y la pizarra”⁷⁹, una herramienta fundamental.

Tal y como resalta Mittell, la televisión es un medio altamente colaborativo, imaginamos un solo creador como responsable de la construcción de toda la narración pero obviamente es una simplificación que minimiza la importancia de los roles de los colaboradores que deben nutrir con el *feedback*, la edición, la publicación y el desarrollo intertextual. En las películas se ha llegado al consenso que el director es el autor y el que toma las decisiones finales y sobre el que recae toda la responsabilidad, pero en las series de televisión nos encontramos que hay distintos escritores, distintos directores y por tanto existen varios responsables, por lo tanto, la **noción de equipo** está presente.

Normalmente la serie es creada por un escritor o un equipo de escritores que presentan la idea a una productora o a una cadena, que si valida la idea permite que se desarrolle el piloto y la biblia de personajes; el piloto aglutina a un conjunto de actores, diseñadores, distintos técnicos y un director. Si esta fase se aprueba, pasará a producción, donde el creador formará parte del equipo de guionistas y productores, siendo el productor ejecutivo como cabeza de los guionistas y con el título paraoficial de “*Showrunner*”. El proceso de escritura se considera central para la visión creativa, por eso son equipos más

⁷⁵ WILD, D. *The Showrunners: A Season Inside the Billion-Dollar, Death-Defying, Madcap World of Television’s Real Stars*. Nueva York: HarperCollins, 1999.

⁷⁶ *The Writer’s Room* (SundanceTV, 2013-2014) [Serie de televisión] Creador: Tom Forman.

⁷⁷ *America on Prime Time* (PBS, 2011) [Serie de televisión] Creador: Lloyd Kramer.

⁷⁸ *Showrunner: The Art of Running a TV Show* (2014) [Largometraje documental] Director: Dan Doyle.

⁷⁹ MARTIN, B. Op. Cit. 2014. p103.

estables y con una estructura jerárquica donde el líder es el creador, en cambio los directores de los distintos episodios van rotando.

Mittell⁸⁰ nos da una explicación de la producción de *Breaking Bad*, de los 62 episodios donde se hace explícito quién escribe cada episodio con una rotación entre el equipo, pero los mismos episodios presentan 25 directores distintos, muchos de ellos solo dirigiendo dos episodios, a los que se añaden cinco escritores que dirigieron varios capítulos, incluyendo el creador Vince Gilligan y el actor Bryan Cranston, 4 por el director de fotografía Michael Slovis y 11 por la coproductora ejecutiva Michelle MacLaren. *Breaking Bad* presenta una sensibilidad visual distintiva de actuación y estilo y los patrones de rotación del personal sugieren que la visión se concreta más en la sala de escritura que producto de la rotación de directores, un equilibrio típico en la mayoría de la televisión contemporánea.

Hay que pensar que un episodio emitido viene después de un complejo proceso colaborativo de los escritores, los actores, diseñadores, montadores y los ejecutivos de la cadena, pero al final la responsabilidad del producto cae en el *showrunner*.

El trabajo de estos *showrunners* ha permitido que sean reconocidos y utilizados por las cadenas para crear marca. Las series se promocionan a través de la reputación de un creador, que supone un gancho para atraer a la audiencia. Son marcadores de distinción.

Hay que relacionarlo también con el crecimiento del fenómeno fan que ha hecho que los *showrunners* tengan más presencia pública y que interaccionen con ellos a través de las redes sociales o en eventos como el *Comic Con*. Las propias cadenas editan entrevistas que publican en los DVD o en *podcasts* o en las propias páginas web y también hacen apariciones en la televisión. En definitiva, lo hacen a través de distintos paratextos oficiales que convierten a los *showrunners* en *celebrities*.

Los *podcasts* de *Breaking Bad* producidos por Kelley Dixon presentan en cada episodio a Vince Gilligan y una rotación estable del equipo de producción de la serie, incluyendo actores, escritores, directores, productores, editores, músicos... Nos encontramos a un Vince Gilligan que resalta por su discreción, ya que atribuye las decisiones creativas a la habitación de escritores o a sus colaboradores, dando muestra así de un trabajo mucho más colectivo que otras series del momento. La importancia de estos *podcasts* para alentar a los espectadores queda clara cuando el propio Vince Gilligan, en la segunda temporada, explicaba que la desorientación que podían sentir los espectadores con los *teasers* se

⁸⁰ MITTELL, J. Op. Cit. 2015. p90.

aclararía con una explicación al final de la misma, mostrando así ganas de garantizar una resolución en vez de jugar al oscurantismo o rechazando clarificar, al contrario de otras series. De todas formas, también da una explicación de que a veces la ambigüedad viene dada porque quizás se plantea revisar sus intenciones iniciales y también acompañar la idea de que los espectadores jueguen con las hipótesis y hagan sus propias especulaciones⁸¹.

Logan⁸² explica que la estructura presentada en *Breaking Bad* ya viene de su trabajo como escritor y productor en *Expediente X*⁸³ (*The X Files*), con un *teaser* inicial y una estructura de cuatro actos. Hay que insistir en que la intención de éstos no es otra que la de asegurarse la atención y el compromiso del espectador con la narración. Tal y como explica en extenso Sánchez-Baró⁸⁴, el uso de estos inicios en cada episodio Vince Gilligan los utiliza para generar la sensación permanente de imprevisibilidad, que inmediatamente captan la atención del espectador, produciendo la desorientación a partir de la fragmentación, de la utilización de los primeros planos, de la utilización de la prolepsis o de la analepsis, o de la generación de imágenes incómodas generando la idea de que cualquier cosa es posible.

Vince Gilligan, *showrunner* de *Breaking Bad*, estudió cine en la universidad de Nueva York, se inició en el mundo del guión y consiguió rodar la película *Todo queda en casa* (*Home Fries*)⁸⁵ y *Fuego salvaje* (*Wilder Napalm*)⁸⁶. Instalado en Virginia, nunca pensó que podría dedicarse al mundo de la televisión porque para ello creía que necesitaba vivir en Los Ángeles, pero en 1993 empezó a escribir como *freelance* para la serie *Expediente X* creada por Chris Carter, hasta que consiguió ser productor ejecutivo y escribir una treintena de episodios, especializándose en los episodios independientes. En uno de éstos conoció a Bryan Cranston.

Después de *Expediente X*, escribió para el *spin off* *Los Pistoleros Solitarios*⁸⁷ (*The Lone Gunmen*) y trabajó en el guion para el largometraje *Hancock*⁸⁸ (*Hancock*).

⁸¹ Ibidem, p113.

⁸² LOGAN, E. Op. Cit. 2016. p29.

⁸³ *Expediente X* (*The X Files*, FOX, 1993-2002) [Serie de televisión] Creador: Chris Carter.

⁸⁴ SANCHEZ BARÓ, R. "Uncertain Beginnings: *Breaking Bad*'s Episodic Openings". En PIERSON, D. P. (Ed.) *Breaking Bad Critical Essays on the contexts, Politics Style and Reception of the Television Series*. Maryland: Lexington Press, 2014. pp139-159.

⁸⁵ *Todo queda en casa* (*Home Fries*, 1998) [Película de ficción] Director: Dan Paristo.

⁸⁶ *Fuego salvaje* (*Wilder Napalm*, 1993) [Película de ficción] Director: Glenn Gordon Caron.

⁸⁷ *Los pistoleros solitarios* (*The Lone Gunmen*, FOX, 2001) [Serie de televisión] Creador: Chris Carter.

⁸⁸ *Hancock* (*Hancock*, 2008) [Película de ficción] Director: Peter Berg.

Tal y como explica François Jost⁸⁹, Vince Gilligan se inventó el personaje del profesor de química que poco a poco se convertiría en un capo de la droga. Convencer a Sony Pictures Television para lanzar el piloto no fue difícil, en comparación con la dificultad que tuvo para encontrar una cadena que aceptara la difusión de la serie. Primero obtuvo el rechazo de HBO, más tarde de Showtime, pasando luego por TNT y FX. Aunque se estaba emitiendo una serie que podía parecer lo mismo, sin tener nada que ver, trataba el mismo tema. La serie en cuestión, *Weeds*⁹⁰ (*Weeds*), trataba de una madre de familia en apuros que se convierte en traficante de marihuana, con un tono de comedia. Finalmente obtuvo la luz verde de AMC, que, aunque ya tenían una serie de calidad como *Mad Men*⁹¹ (*Mad Men*) no dudaron mucho en hacerse con ella.

Jost insiste en que “*Breaking Bad* no se ajustaba en absoluto a ningún género determinado excepto al de calidad”.⁹²

Las historias de *Breaking Bad* surgen de reuniones de 15 días, donde la escritura descriptiva del guión se confía a un autor. Dice Vince Gilligan que cuando empezó la filmación solo había ocho historias listas y que solo se terminaron de dialogar cuatro. La filmación solo duró ocho horas por episodio, excepto el piloto en el que se invirtieron dieciséis horas. Cualquiera que sea el papel principal desempeñado por los *showrunner*, algunos verdaderamente convertidos en estrellas, esta forma de trabajar nos recuerda que el creador de una serie no puede identificarse con la idea romántica del cine de autor, donde todo el trabajo surge de su interior, de su personalidad única e irremplazable⁹³.

Martin opina que “Lo peor que nos han dado los franceses es la teoría del autor (...) Es una basura. Uno hace una película solo. Implicas a la gente para que aporte su trabajo. Haces que la gente esté a gusto en su puesto; haces que la gente hable. (...) Para un *showrunner* no hay nada más poderoso que un guionista realmente implicado. Ese guionista lo dará todo”⁹⁴.

En una entrevista en 2014, explica Vince Gilligan⁹⁵ que la idea de *Breaking Bad* surgió mientras conversaba con su compañero Thomas Schnauz, sobre las dificultades de su profesión y hablaban de una noticia que habían leído en el periódico sobre un laboratorio de metanfetamina en el barrio de Brooklyn. Bromeando sobre dedicarse a “eso”,

⁸⁹ JOST, F. *Breaking Bad. Le Diable est dans les Détails*. Neuilly: Éditions Atlande, 2016.

⁹⁰ *Weeds* (*Weeds*, Showtime, 2005-2012) [Serie de televisión] Creador: Jenji Kohan.

⁹¹ *Mad Men* (*Mad Men*, AMC, 2007- 2015) [Serie de televisión] Creador: Matthew Weiner.

⁹² MARTIN, B. Op. Cit. 2014. p362.

⁹³ JOST, F. Op. Cit. 2016. p15.

⁹⁴ MARTIN, B. Op. Cit. 2014. p354.

⁹⁵ SPENCER, Adam. *An interview with Vince Gilligan*. [Canal de Youtube] Sydney's Writer Festival, 2014. Recuperado de https://youtu.be/j_-aniHJ6g0 11 de noviembre 2019.

comprarse una autocaravana y convertirla en un laboratorio de metanfetamina. Así surgió la idea de que un tipo como ellos, de mediana edad, con la crisis de los cincuenta, pudiera dedicarse a eso.

4.1.1.3. Los personajes

“En las series de autor se admiten tres factores distintos, la riqueza de registros de la plausibilidad, la prominencia de la mezcla o hibridación de géneros y que aparezca una moral transgresora con personajes que provocan sorpresa y curiosidad”.
Vincent Colonna⁹⁶

La siguiente característica que destaca Mittell y que determina por qué una serie se puede considerar dentro del grupo de la “*Complex TV*” son los personajes y cómo éstos se desarrollan a lo largo de la narración. Los personajes son presentados en el texto y toman vida a partir del momento en que se consume la ficción, son entendidos como construcciones de gente real y no sólo como imagen y sonido en la pantalla. Dependen mucho de la interpretación de los actores y de las acciones y los diálogos que los escritores construyen. La consistencia de los personajes es fundamental para que los espectadores se decidan a iniciar una larga relación con ellos y decidan seguir una serie; son un componente central de la narración y se traduce en un afecto emocional intenso, que puede recibir distintos nombres y de las que Murray Smith⁹⁷ diferencia en tres conceptos: el reconocimiento, la alineación y la lealtad, pero que no hay que olvidar que surgen de la empatía que éstos sean capaces de generar.

Todas las series desarrollan y diseñan diferentes modos de seguimiento de los distintos personajes para el espectador, centrándose en el personaje principal con el que la narración hace avanzar la acción, viviendo sus aventuras, descubriendo su pasado y revelando el futuro. El espectador entonces puede acceder a su voz interior o no, puede desarrollar hipótesis sobre sus decisiones, sobre lo que puede suceder. Para ello, se desarrollan distintas estrategias filmicas, a través del primer plano, de las muecas, de distintos movimientos reveladores, se puede tener acceso a la voz en *off*, a ensoñaciones, mostrando su pasado o propiciando que el espectador las construya. Para ello también se utiliza la interacción del protagonista con los distintos personajes.

El elemento de lealtad del que habla Smith es importante para entender por qué el espectador siente simpatía por los personajes, por sus creencias, sus valores, su

⁹⁶ COLONNA, V. Op. Cit. 2010. p187.

⁹⁷ MITTELL, J. Op. Cit. 2015. p129.

comportamiento, sus intenciones, y los cambios que pueda sufrir. El espectador juzga a los personajes básicamente por cómo interactúan con los otros, viendo sus lealtades, sus traiciones, sus alianzas, sus conflictos...

Muchos personajes no cambian mucho, sí suelen evolucionar o presentar cambios físicos, pero otros sí que cambian radicalmente de actitud, de moral, como es el caso de Walter White en *Breaking Bad*, que además desarrolla el protagonista prototipo de la televisión compleja, el antihéroe.

Walter White: “I’m the danger”

“Que a alguien lo llamen héroe o monstruo depende principalmente de cómo enfoque su conciencia”.
De Felipe y Gómez⁹⁸

David Chase, creador de *Los Soprano*, explica “Canell me enseñó que el héroe puede hacer muchas cosas malas, puede cometer toda clase de errores, puede ser vago y parecer tonto, siempre y cuando sea el tipo más listo de la habitación y haga bien su trabajo. Eso es lo que les pedimos a nuestros héroes”⁹⁹.

El **antihéroe** es un personaje que es el principal punto de enganche con una narración, pero cuyo comportamiento y cuyas creencias generan una lealtad ambigua y conflictiva. La narración suele mostrar su pasado, sus relaciones, sus pensamientos, que hacen que el espectador se sienta conmovido a seguirlo como un aliado, con un sentimiento parecido al del Síndrome de Estocolmo, generando la simpatía a medida que se va compartiendo su visión y su perspectiva. Gracias a su carisma se pasa por alto su maldad, su villanía y la inmoralidad de sus acciones que generan intriga y que trabajan en la imaginación del espectador, creando la idea de la burbuja ficticia, que le permite vivir las acciones del personaje, pero a distancia y sintiéndose a salvo.

Vermeule¹⁰⁰ habla de la inteligencia maquiavélica: al espectador le gusta ponerse en la piel de personajes maquiavélicos que desarrollan planes de forma inteligente y aplican sus habilidades sin piedad para manipular a los otros, creyendo que aprenden de sus andanzas, sus manipulaciones, y resolviendo las distintas situaciones. Para que se dé la lealtad del espectador es esencial la suspensión de la propia moralidad, eso no significa que no se distinga la realidad de la ficción.

⁹⁸ DE FELIPE, F.; GÓMEZ, I. *Ficciones Colaterales*. Barcelona: UOCpress, 2011. p213.

⁹⁹ MARTIN, B. Op. Cit. 2014. p66.

¹⁰⁰ MITTELL, J. Op Cit. 2015. p145.

La caracterización de estos antihéroes se ha centrado sobre **personajes masculinos**, debido a la aceptación generalizada del estereotipo del hombre como más bruto, más egocéntrico, dispuesto a buscar el éxito a cualquier precio, más respetado, en contraposición a la figura femenina que se ha encasillado en los papeles de cuidadora, entregada a otros, sin poder, siendo más objeto de la acción que el motor, y el reflejo de muchas mujeres al lado de los villanos, como sucede con el personaje de Skyler.

Walter White, interpretado por el actor Bryan Cranston, también representa el papel de la **crisis de masculinidad** que se ha desarrollado también en muchos otros antihéroes de las series complejas que tal y como dice Landrum¹⁰¹. Representa una mezcla de desprecio por la ley, por un lado, y la familia y la vida pública, por otro. Walter White, por un lado, es el profesor del instituto, un padre correcto pero que a su vez desarrolla su identidad criminal como Heisenberg. Ya desde el inicio, reclama que este cambio es lo que le hace sentir vivo. La imagen metafórica del inicio del piloto con los pantalones volando viene a reforzar esta idea. Se insiste a lo largo de toda la serie la idea de que el hombre es el que debe proveer a su familia, que se va repitiendo como un mantra. La **pugna por la masculinidad** se resalta por la relación que tiene Walter White con su cuñado Hank, que a veces actúa incluso como el padre subrogado de Walter Jr.

La concepción de *Breaking Bad*, en palabras de su creador, era presentar la transformación de Walter White de *Mr Chips*¹⁰² a *Scarface*¹⁰³, refiriéndose a los protagonistas de sendas películas que representan a un profesor de colegio y a un gánster. Como Gilligan dice, un viaje muy distinto al de Tony Soprano, donde el espectador se encuentra que ya vive instalado en el mundo del crimen. La idea de Vince Gilligan era mostrar el proceso, delinear la transformación de un “pringado” en un capo de la droga, mostrar a Walter White como un tipo cualquiera alineado con el espectador y que alienta su lealtad.

Mittell¹⁰⁴ hace un estudio detallado de esta evolución, explicando cómo Bryan Cranston intervino en la caracterización del personaje de Walter White desde el principio hasta el final, para influir en su propia actuación y para desarrollar y reflejar claramente el estado psíquico del personaje. Desde su absurdo bigote a su corte de pelo indefinido que pasa a raparse al cero y dejar crecer una perilla, señalando así su cambio de personalidad, de la misma forma que adopta un sombrero de copa baja, conocido como *porkpie hat* para

¹⁰¹ BLEVINS, J.; WOOD, D. *The Methods of Breaking Bad. Essays on Narrative, Character and Ethics*. Carolina del Norte: McFarland, 2015. pp94-108.

¹⁰² *Adiós, Mr. Chips (Goodbye Mr Chips, 1939)* [Película de ficción] Director: Sam Woods.

¹⁰³ *El precio del poder (Scarface, 1983)* [Película de ficción] Director: Brian de Palma.

¹⁰⁴ MITTELL, J. Op. Cit. 2015. pp150-163.

convertirse en Heisenberg, que transforma tanto al personaje como a la percepción del espectador que tiene sobre el personaje.

Pero Walter White no empieza como un villano, así su caracterización responde más a la de una persona en una situación desesperada, evocando más sentimientos de piedad que la confianza carismática que despiertan la mayoría de antihéroes. A medida que el espectador va sabiendo de su cáncer, su carrera absolutamente fracasada, su situación financiera crítica, se va sintiendo más alineado con él, y más compartiendo el conocimiento de que él lo mantiene en secreto con los otros personajes, trabajándose así la **lealtad del espectador**.

El piloto se inicia *in media res*, donde el único personaje presente es Walter White. Va a ser el protagonista y deja claro que la serie va a pivotar a su alrededor, preguntarse cómo ha llegado este personaje a esta situación. Presenta al espectador una confesión de sus pensamientos a través de un vídeo que graba dirigido a Skyler y que marca la idea de que nunca va a utilizar la voz en *off*.

La serie presenta una situación tan penosa para Walter White que parece inducir al espectador a preguntarse qué haría en su situación. La decisión a la desesperada de “cocinar” metanfetamina para asegurar el dinero para su familia cuando él no esté no supone que se deba admirar, pero sí parece que es razonable dadas sus circunstancias, y de hecho es lo que Walter White hace constantemente, racionalizar todas sus acciones, convenciéndose a sí mismo que las **acciones inmorales** que toma son correctas dada la inexistente alternativa. Cuando el espectador ve que Walter White ya ha alcanzado los niveles de villanía de otros antihéroes de las series contemporáneas, se observa un personaje distinto a éstos, no posee amigos, ni colegas reales, de hecho trata de manipular a todo el mundo, y a pesar de esta situación, el espectador sigue alineado con él, recurre a su memoria para recordar “por qué empezó todo esto”. También contribuye el hecho muchas ausencias de diálogo que remiten directamente a la cabeza del espectador para que éste cree los monólogos internos que puede desarrollar Walter White, y permiten pensar cómo él mismo digiere su drama interior.

Eso no implica que el propio espectador, a medida que Walter White va entrando en una espiral más y más criminal y va oscureciendo sus acciones, pueda crearse dudas acerca de su lealtad hacia el personaje. No tienen nada que ver las acciones criminales de los primeros episodios, que casi se justifican para salvar su propia vida o cuando se enfrenta a criminales peores que él, que cuando inflige dolor a sus seres queridos, cuando deja

morir a Jane, cuando manipula a Jesse, cuando miente a Skyler y a su propio hijo, mata a Mike o provoca la muerte de Hank.

La relación entre Walter White y Jesse es crucial para el desarrollo emocional de *Breaking Bad*. Al inicio nos encontramos con una relación muy desigual, Walter White deslumbra por su maestría con la química y su habilidad e inteligencia para hacer ingenios que le permiten seguir avanzando y sacarlo de más de un atolladero. Jesse se presenta básicamente como un drogadicto, que se pone a “cocinar” más por su propio hedonismo que por otra cosa. Así, el espectador se siente más ligado al principio con Walter White. Ya en la segunda temporada las cosas empiezan a cambiar y se va mostrando la faceta más sensible de Jesse. El episodio “Peekaboo” (T2/E6) marca un punto de giro, al tratar de salvar a un niño pequeño de sus padres drogadictos, y permite desvelar una moral más elevada que la del propio Walter White, que va diluyéndose a medida que avanza la narración, actuando como vasos comunicantes. Ya en la tercera temporada, el sufrimiento de Jesse por la muerte de Jane hace que el espectador se sienta muy ligado a este y casi quiere que escape de la mala influencia que le supone Walter White. El espectador sigue ligado a él porque quiere seguir viviendo su aventura, porque quiere seguir con el entretenimiento, quiere que siga cocinando la metanfetamina azul, que siga escalando en su enfrentamiento con los otros capos de la droga. Pero el momento en que fuerza a Jesse a matar a Gale en “Full Measures” (T3/E13) se vuelve a producir una inflexión: ha obligado a Jesse a convertirse en un asesino. En la cuarta temporada los vasos comunicantes de la lealtad hacia los dos personajes siguen rellenando el vaso de Jesse y vaciando el de Walter White. Este sigue manipulándolo y Jesse sustituye su relación paterno filial con Mike. En la quinta temporada Walter White parece desbocado, ya sin enemigos que le acechen quiere ser el rey de la droga, aprieta al máximo a Jesse para que siga cocinando, pero su relación ya se desarrolla de tú a tú, es más de colegas que no de rivales, y no hay ni rastro -casi- de la relación paterno filial del principio. Jesse ya ha aprendido a “cocinar” y tiene ideas ingeniosas como Walter White, como el imán para descodificar los ordenadores de Gus que tiene en custodia la policía tras el incendio del laboratorio subterráneo. Pero se vuelve a producir otro detonante, el asesinato a manos de Todd del niño en la moto en el desierto. Este acontecimiento supera a Jesse y quiere dejar el negocio, produciéndose entonces el enfrentamiento definitivo con Walter White cuando se da cuenta de que este envenenó a Brock y decide que quiere acabar con él.

La maldad de Walter White llega a su cota máxima en esta quinta temporada, cuando demuestra su crueldad y le confiesa a Jesse que dejó morir a Jane. Su descontrol de la

situación que ha desencadenado su actividad se manifiesta cuando provoca la muerte de Hank y la destrucción total de su familia.

Jesse consigue ser el personaje que despierta más simpatías y que, inexplicablemente, como dice Eric San Juan¹⁰⁵, se convierte en la brújula moral de la serie. Mientras Walter White está impulsado por su ego y su orgullo, Jesse muestra que su brújula es la verdadera moral, ve cómo las acciones impactan en los otros, se preocupa; Walter White solo piensa en vivir una vida sin limitaciones y según sus propias reglas. Al espectador le cuesta ver quién es realmente Jesse, pero queda clara su humildad y su debilidad, que se traduce en un ser muy manipulable. Walter White siempre se sitúa en primer plano, Jesse rara vez se pone delante. Así, Jesse es capaz de ver que las acciones tienen consecuencias y que mayoritariamente se ceban en los débiles, y eso le duele. El personaje que al principio se presenta como un simple *yonki* y traficante del tres al cuarto, acaba barriendo todas las expectativas del espectador, es capaz de tirar todo el dinero que ha ganado porque considera que está manchado de sangre inocente y no puede soportarlo.

Debido a que la serie juega con la doble transformación de Walter White y Jesse, la última confrontación de *Breaking Bad* no es con Gus, ni con Hank ni con los neonazis, es con Jesse.

La actitud maquiavélica de Walter White, junto con sus capacidades como villano, y la interpretación que hace el espectador de sus pensamientos, permiten que se creen las hipótesis que hacen que la audiencia encuentre el placer en seguir la narración, a pesar de la maldad que representa. El espectador vive su liberación a medida que se hace más temible, más poderoso e importante, a pesar de que la narración pretende una historia moral donde los actos tienen consecuencias. El espectador se encuentra sumergido en una narración donde, aunque no quiera a Walter White, sí siente una fascinación por el desarrollo del personaje, y que puede explicarse por la fascinación del espectador por estos antihéroes.

Skyler: “I fucked Ted”

“El protagonista crea al resto del reparto. Todos los demás personajes forman parte de la historia siempre y por encima de

¹⁰⁵ SAN JUAN, E. *Breaking down. Breaking Bad. Unpeeling the Layers of Television's Greatest Drama*. Leipzig: Amazon Distribution, 2013. pp62-66.

todo por las relaciones que establecen con el protagonista y por la manera en que cada uno de ellos anda a delinear las dimensiones de la naturaleza compleja del personaje”.

Robert McKee¹⁰⁶

Skyler es la mujer de Walter White, y está interpretada por la actriz Anna Gunn.

Su presentación al espectador se da en una escena familiar preparando el desayuno el día del cumpleaños de este. Parece una situación idílica pero el espectador no tarda ni unos minutos en ver que de idílica no tiene mucho, Skyler se muestra una esposa controladora, mandona y que menosprecia a su marido, representando que ella lleva los pantalones de la familia.

El desarrollo de su personaje acompaña la evolución del personaje de Walter White y se transforma tanto como la de este, pasa de mostrar su afecto y sufrir verdaderamente por su enfermedad a odiarlo profundamente y esperar con ganas que el cáncer termine con el.

La idea de mostrar a Skyler embarazada de un hijo inesperado muestra la importancia de la familia en la narración, pero también que Skyler va a verse forzada por las circunstancias, el embarazo no deseado refuerza la idea.

A medida que Walter White vaya sumergiéndose en su espiral criminal, Skyler va a ir sufriendo sus ausencias y sus mentiras, hasta que descubre todo el engaño que ha estado sufriendo y que la llevará primero a expulsarlo de casa, luego a pedirle el divorcio, para finalmente amenazarlo con denunciarlo a la policía. Skyler se dará cuenta de que no puede luchar contra él y acaba involucrándose en el negocio, toma el comando para blanquear el dinero y cometer actos de moralidad dudosa, como la manipulación de Bogdan para que les venda el negocio, poniéndose al nivel de Walter White, siéndole infiel con Ted Beneke, primero, e intentar manipular la contabilidad segundo, y acabar amenazando a Ted para que mantenga la boca cerrada.

Skyler comprende que no tiene escapatoria y que vive atrapada en un matrimonio basado en el miedo, donde ella se siente totalmente impotente: el control de la relación y de la familia lo tiene Walter White. Ya en la quinta temporada cuando Skyler le muestra todo el dinero que tienen acumulado y que resulta imposible blanquear, le hace recapacitar y este decide dejar el negocio. Parece que el matrimonio puede pasar página y volver a una relación feliz, hasta que Hank descubre la verdad sobre su cuñado y volvemos a ver a una Skyler alineada con Walter White, incluso capaz de ir más allá cuando sugiere matar a

¹⁰⁶ McKEE, R. *El guion: sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Barcelona: Alba Editorial, 2009. p451.

Jesse y no duda en mostrar su complicidad en el video que amenaza a Hank. Su final es desgraciado.

La **posición emocional del espectador** respecto a Skyler podría decirse que se le escapa de las manos al propio Vince Gilligan. El trabajo de situarla como la antagonista principal de Walter White hace que los espectadores sientan verdadera antipatía por ella, creando incluso páginas en Facebook para expresar su animadversión, como son “*I Hate Skyler White*” y “*Fuck Skyler White*” o, como expone Jost¹⁰⁷, encontrar la definición de Skyler en el *Urban Dictionary*¹⁰⁸: “Personaje de *Breaking Bad*. Es la puta esposa de Walter White que ama mostrar su escote. Uno de los personajes más odiados de la serie. Engaña a su marido y fuma cuando está embarazada. ¡Qué zorra! Skyler White es una puta”.

Todo lo permisivo que se muestra el espectador con todas las acciones de Walter White tienen su contraposición con todas las acciones que desaprobaban de Skyler. Toda la misoginia y el odio por personajes femeninos fuertes no son nuevos en la televisión o las redes sociales. Así, tenemos los ejemplos de Betty Draper en *Mad Men* (*Mad Men*) o Carmela Soprano en *Los Soprano* (*The Sopranos*), como justifican en Guffey y Koontz¹⁰⁹. Con la idea de ir a por las mujeres que se muestran poderosas, aunque pueda pensarse que Skyler carece de este poder, lo que hace es atezar a Walter White, interponerse en su camino para tratar de que no haga su trabajo, alzándose como la voz moral de la serie. Pero a la vez que ella misma comete actos inmorales, tiene comportamientos masculinos como su infidelidad, también usa el dinero de Walter White, -que al principio tanto repudiaba- y soluciona los problemas financieros de Ted. En definitiva, se la repudia por actuar como Walter White. Para el misógino, el hombre es superior a la mujer y aquellas que quieran transgredir esta norma deben ser castigadas. Skyler acaba traicionando su propio código moral a medida que es arrastrada al código de Walter White. Ann Gunn tuvo que salir en defensa de los personajes femeninos fuertes: “Vince Gilligan, the creator of *Breaking Bad*, wanted Skyler to be a woman with a backbone of steel who would stand

¹⁰⁷ JOST, F. *Los Nuevos Malos*. Buenos Aires: Librería, 2015. p77.

¹⁰⁸ Urban Dictionary: “Skyler White: Character in Breaking Bad. She is Walter White's bitch wife, who loves to show her cleavage. One of the most hated characters on the show, she cheats on her husband and smokes while she is pregnant. What a skank! SKYLER WHITE IS A WHORE. by KingufSweg. July 07, 2014”. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Skyler%20White> Recuperado: 15 de octubre 2018.

¹⁰⁹ GUFFEY y KOONTZ. Op. Cit. 2014. pp231-234.

up to whatever came her way, who wouldn't just collapse in the corner or wring her hands in despair”¹¹⁰.

El espectador puede sentir empatía por la situación de Skyler, puede comprender su oposición a lo que está haciendo Walter White, apreciar el miedo que siente, las ganas que tiene de proteger a sus hijos; sus acciones y reacciones son absolutamente comprensibles, pero difícilmente puede sentir simpatía por ella. La construcción narrativa hace que ella sea la principal antagonista y que acabe sucumbiendo a su poder y, entonces, a pesar de que se alía con él, la memoria del espectador recuerda quién es Skyler y sigue construyendo una antipatía mayor al realizar las acciones que tanto criticaba de su marido. Hay que recordar que ella acaba siendo incluso peor en algún momento.

Chaney¹¹¹ sugiere que todo esto sucede porque hace que el espectador se mire al espejo y no le gusta lo que ve, la falta de opciones en la vida de Skyler, se identifican con las del espectador. A pesar de los intentos de resistirse a sucumbir al mundo de Walter White, lo acaba haciendo. Pero a lo mejor lo que produce desagrado es que ella opone más resistencia que los propios espectadores.

La relación de Walter White y Skyler se basa en la capacidad de reconocer y actuar sobre las emociones del otro, pero en el sentido negativo, para causar malestar, para imponer su poder.

Jesse: “What’s up, partner?”

Jesse (Aaron Paul) es retratado inicialmente como el arquetipo de criminal torpe, con su presentación escapando de una redada por la ventana medio desnudo. Una vez ya entra en contacto con Walter White, se dirige a él con la deferencia del alumno al profesor, *Mr. White*, a la vez que muestra desconfianza de sus intenciones, pero acaba sucumbiendo al chantaje que le hace para ponerse a cocinar juntos la metanfetamina azul. La relación que se establece inicialmente es casi paterno filial, entre la protección y la guía, pero acaba en la manipulación. Jesse muestra su poca habilidad y torpeza, pero poco a poco va aprendiendo de las lecciones que recibe, se desarrolla una faceta más tierna y bondadosa porque **no es un criminal**. Al verse Jesse rechazado por su propia familia, decide dejarse acoger por Walter White. Este va tergiversando la protección sobre Jesse y acaba

¹¹⁰ GUNN, A. “I have a character issue”. Carta abierta en *The New York Times*. 23 de agosto 2013. <https://www.nytimes.com/2013/08/24/opinion/i-have-a-character-issue.html> Recuperado: 27 de septiembre 2018.

¹¹¹ CHANEY, J. “Why you hate Skyler White”. En *The Esquire*. 5 de septiembre 2013 <https://www.esquire.com/entertainment/tv/a24645/why-you-hate-skyler-white/> Recuperado: 10 de octubre 2018.

infligiéndole mucho dolor, como se evidencia cuando deja morir a Jane o envenena a Brock, o incluso haciendo que se convierta en un asesino cuando le convence para que mate a Gale.

La simpatía por Jesse se instala en la mente del espectador y sirve como foco de la espiral en que Walter White va cayendo; el sufrimiento por el que pasa, la sensibilidad que muestra para con los niños, la manipulación y la crueldad a la que es sometido hace que la simpatía y la lealtad del espectador vaya en aumento, contrarrestando la que va disminuyendo con respecto a Walter White. Jesse encuentra en Mike Ehrmantraut el relevo de la figura paterna, le hace sentirse valorado, a pesar de que este lo haga al principio para manipularlo también, este hace crecer la confianza en Jesse, y le permite acabar demostrando su maestría ante el cartel mejicano.

Al final de la serie parece que la muerte de Jesse es una pieza del daño colateral que no está dispuesto a aceptar Walter White, cuando Skyler se lo propone, para salir ellos victoriosos. A pesar de negarse, acaba entregándolo a la pandilla de nazis del tío de Todd. Pero su rol como patriarca, como colega y el aprecio que le tiene como un miembro de la familia hace que al final quiera salvarlo de una de las balas del tiroteo provocado por la metralleta que ha montado para terminar con todos los nazis.

El arco que sufre Jesse a ojos del espectador es casi inverso al de Walter, empieza como un inepto al que hay que enseñarle todo y acaba adquiriendo la destreza de este para cocinar la metanfetamina azul, así lo demuestra el hecho de ser capaz de sugerir que se borren los archivos de Gus a través de la acción de un imán o de robar el tren y que pase desapercibido. Empiezan con una relación jerárquica de inferioridad con respecto a Walter White para acabar como colegas, pero Jesse decide que no todo vale para tener dinero. Muestra una mayor sensibilidad hacia las personas que quiere, con un mayor sentido de lo que es la familia, que lo sitúa diametralmente opuesto a Walter White. Y por fin también adquiere la capacidad de ver la manipulación a la que ha sido sometido durante todo el tiempo y será capaz de enfrentarse y decirle basta.

Hank, el *sheriff*

Hank Schrader (Dean Norris) es el cuñado de Walter White y es agente de la DEA. Está casado con Marie, la hermana de Skyler, y representan un matrimonio muy distinto, mucho más cariñoso y respetuoso, están muy pendientes el uno del otro y se apoyan a pesar de todo.

La presentación del personaje en la fiesta sorpresa del cincuenta cumpleaños de Walter White lo introduce como un macho alfa, bravucón, gracioso, que consigue ser el centro de atención, alardeando de su trabajo, de su arma y de sus éxitos en la lucha contra el narcotráfico. El contraste con la posición retraída de Walter White aún lo hace más evidente. A pesar de ser agente de la DEA, Hank también presenta alguna fisura: no duda en saltarse la ley, ignorar las regulaciones que pertenecen específicamente al cumplimiento de la ley en su obsesión por cazar al capo de la droga de la metanfetamina azul, para proteger a sus amigos, su familia o su propia reputación.

El arco de su personaje, al igual que el de Jesse, también evoluciona en el sentido contrario que el de Walter White, cuya reacción al cáncer es salir a por todas, meterse en el mundo de la droga, convertirse en un capo. Por el contrario, Hank sufre distintos reveses a lo largo de la serie: le sitúan frente a la muerte y le hacen desarrollar un estrés post traumático que desemboca en diversos ataques de ansiedad, que parecen que van a acabar con su carrera, sumiéndolo en una depresión que solo gracias a su obsesión por la metanfetamina azul y atrapar a Heisenberg le van a permitir volver a su trabajo y mostrar su destreza.

La ironía dramática envuelve toda la relación de Walter White y Hank. Es Hank quien, sin saberlo, le proporciona la idea de “cocinar” la droga para conseguir el dinero que tanto ansía para mantener a la familia, una vez él no esté. Su persecución de la metanfetamina azul lo va conduciendo a perseguir unos cuantos criminales con los que Walter White también va lidiando en paralelo y que, sin saberlo, va a ir cercándolo. El asesinato de Tuco Salamanca primero y su experiencia en El Paso lo acaban sumiendo en una depresión de la que solo puede salir persiguiendo a Heisenberg y la metanfetamina azul. Tras su descubrimiento después de la muerte de Gus, le permite encarcelar a todos sus colaboradores, pero su trabajo vuela por los aires gracias al asesinato planeado y coordinado por Walter White y lo dejan sin armas para seguir con su lucha.

Cuando ya todo parece olvidado encuentra el libro de Walt Whitman que Gale le regaló a Walter White, con dedicatoria incluida, y permite desencadenar la batalla final en “Ozymandias” (T5/E14), cuando sucede lo impensable: Walter White acaba sembrando la muerte en su familia, provocando la muerte de su cuñado a manos de los nazis.

Hank se presenta como el antagonista de Walter White, aquel que va a hacer todo lo posible para poner las máximas trabas para que éste consiga su objetivo y, por tanto, el espectador inicialmente no siente ningún tipo de simpatía por él. Además de fanfarronear y despreciarlo por ser un friki, también trata de suplantarle en el papel de padre de Walter

Jr. Pero a medida que avanza la narración, su peso en la historia, su solidez en sus principios, los reveses que sufre, la destreza que muestra en su investigación hace que el espectador vaya sintiendo mayor simpatía por él, a medida que va disminuyendo la simpatía por Walter White. La muerte de Hank es una bofetada directa a la cara de Walter White y a su mantra de que “lo hacía todo por la familia”. Buenavista¹¹² opina que Hank es mucho más que un secundario, podría ser un protagonista si se hubiese montado la narración desde su punto de vista.

“Better Call Saul” Goodman

Saul Goodman (Bob Odenkirk) es el abogado que fichan Walter White y Jesse, que resulta ser de gran ayuda a pesar del caos en el que parece vivir y trabajar. Demuestra ser un abogado muy competente, con recursos muy originales y que además posee unas grandes conexiones con el mundo de la droga que les va a permitir desarrollar su negocio a lo grande.

Se trata de un personaje secundario que, gracias a su caracterización y al desarrollo narrativo, ha permitido que se haya hecho un *spin off*: *Better Call Saul*¹¹³. Ya durante la emisión de *Breaking Bad* permite desarrollar a la cadena AMC contenido exclusivo que extiende la narración más allá de la emisión de la serie.

La importancia del personaje es que permite un respiro cómico a la tensión propia que provoca *Breaking Bad*, regalando a los espectadores momentos desternillantes. Su relación con Walter White y Jesse viene a partir de la detención del colega de Jesse, Badger, y lo define no como un “abogado criminalista” sino como un “abogado criminal”: va a por todas y no tiene reparos en utilizar cualquier artimaña para salirse con la suya, pero es muy consecuente, deja muy claro la línea en la que trabaja y no engaña a nadie.

Así termina no solo siendo su abogado sino también su socio. Viendo lo que se llevan estos dos entre manos ve una gran oportunidad para hacer mucho dinero, ayudando a blanquear y no duda en aprovechar su agenda para ponerlos en contacto con Gus Fring, donde ve grandes posibilidades para ampliar su beneficio. Será otra víctima de Walter White: su asociación hace que acabe en peligro y que no tenga otro remedio que desaparecer.

¹¹² BUENAVISTA, A. “¡Mejor llama a Saul! La Importancia del Secundario”. En VV.AA. *Breaking Bad 530 Gramos (De Papel) Para Serieadictos no rehabilitados*. Barcelona: Errata Naturae, 2013. p246.

¹¹³ *Better Call Saul (Better Call Saul, AMC, 2015-)* [Serie de televisión] Creadores: Vince Gilligan y Peter Gould.

Otros secundarios

Los personajes secundarios son muy necesarios porque acompañan al protagonista y a los personajes principales, dotándolos de una mayor complejidad y proporcionando matices que enriquecen la narración. No suelen sufrir ningún arco de transformación, podríamos decir que son personajes planos, pero sí cumplen la función de ayudar al arco de transformación de los personajes principales.

Marie (Betsy Brandt) es la hermana de Skyler, casada con Hank y cuñada de Walter White. Es el secundario más presente en toda la serie. Muy unida a su hermana, pero con una relación que a veces hace saltar las chispas, tiene sus propias aristas, como el hecho de ser cleptómana y mentirosa. Aporta también un alivio cómico a la narración, entre otras cosas por su obsesión con el color lila. Su labor de apoyo tanto de Hank como de Skyler es su principal función.

Badger (Matt L. Jones), Combo (Rodney Rush) y Skinny Pete (Charles Baker) son los colegas de Jesse, tres *losers*, adictos a las drogas, que están a lo que Jesse manda y ordena. También sirven como respiro cómico de la narración.

Jane (Krysten Ritter), la novia de Jesse, es su gran amor. Acaba sucumbiendo otra vez en el mundo de la droga de la que se estaba rehabilitando por culpa de Jesse. Pone a Walter White contra la espada y la pared cuando intenta chantajearlo y este no duda en dejarla morir ahogada, aportando así uno de los momentos más dramáticos de la serie, dejando a Jesse muy marcado para el resto de la narración.

Gale Boetticher, Gale (David Costabile), es el compañero de laboratorio que pone Gus Fring a Walter White para sustituir a Jesse. Su caracterización describe un *nerd*, vegetariano, friki, super obsesionado con la química, en general, y con la producción de metanfetamina azul, en particular, y el laboratorio. Obsesionado con Walt Whitman y absoluto admirador de Walter White, acabará -sin saberlo- siendo su delator al regalarle el libro con la dedicatoria que Hank descubre. Walter White no acaba nada convencido de su colaboración y prefiere que Jesse vuelva, pero cuando se ve amenazado por Gus, Walter White no duda en manipular a Jesse para que acabe con la vida de **Gale**, para que no pueda sustituirlo en el laboratorio.

Mike Ehrmantraut (Jonathan Banks), Mike, es un verdadero profesional del crimen organizado, que actúa más que habla, competente y duro, muestra su faceta sensible con su nieta y hace evidente que es el único motivo por el cual se dedica a este negocio, sin necesidad de irlo repitiendo constantemente, a diferencia de Walter White. Es el hombre de confianza de Gus y también trabaja para Saul. **Mike** roba y mata, pero es honorable,

consigue la simpatía del espectador porque no es un villano, aunque sí actúa como el antagonista de Walter White y así logra también ser su reverso moral, ya que recuerda que existe un código de honor entre los ladrones, un código de conducta entre los criminales y que pone de manifiesto que Walter White ni lo entiende y ni lo sigue. **Mike** es consciente del impacto de sus crímenes. Con Jesse acaba estableciendo una conexión paternofilia, pero con Walter White mantiene una relación tensa ya que no acaba de confiar plenamente en él, lo ve del todo imprevisible y con pocos escrúpulos. Sus diferencias hacen que Walter White en un ataque de ira acabe con él. **Mike** se gana la simpatía del espectador por ser un personaje íntegro.

Gustavo Fring, Gus (Giancarlo Esposito), Gus, es un secundario de mucho peso en la narración: es el capo de la droga. Se presenta como un hombre de negocios magnánimo que aplica su filantropía incluso con la DEA y es el dueño de la cadena de restaurantes de comida rápida “Los Pollos Hermanos”, que utiliza como tapadera para su negocio de distribución de la metanfetamina azul que se extiende por el suroeste de los EEUU. Walter White se identifica con él. **Gus** desarrolla a lo largo de toda la narración esta doble vida, esta doble cara. **Gus** representa una de las mayores amenazas para Walter White y Jesse, a pesar de que trabajan para él, ya que ven su vida en peligro en varias ocasiones. **Gus** se muestra reacio a trabajar con ellos, no ve claro asociarse con un drogadicto, pero la calidad de la metanfetamina azul que fabrican se impone a sus reticencias iniciales. Trata de imponer un nuevo compañero a Walter White para que le ayude, con la idea de que sea el sustituto de Jesse, lo que provoca su asesinato a manos de Jesse. Esto le supone un cambio de planes y acaba aceptando que los dos trabajen para él. El perfil de **Gus** como hombre frío, calculador y efectivo queda claro en la escena en que degüella a Victor, uno de sus hombres, por no cumplir bien con su cometido; una escena terrorífica que deja sorprendidos y aterrados tanto a Walter White, como a Jesse, e incluso a Mike.

Gus no solo se enfrenta a Walter White: también tiene una lucha de poder con el Cartel de Méjico, especialmente con el **Clan Salamanca**, tras el asesinato hace muchos años del compañero de Gus, Max, ante sus propios ojos, por ello urde un complejo plan en que acaba con todos ellos, mostrando una destreza implacable. Tras hacerse con todo el poder, Walter White ve seriamente amenazada su vida y decide aliarse con **Tío Salamanca (Mark Margolis)** para acabar con **Gus**, en una escena memorable en “Face Off” (T4/E13).

El espectador ve que no teme ensuciarse las manos si es necesario y ser despiadado, actúa sin mostrar sus emociones lo que hace que parezca aún más terrorífico. A pesar de ello, hay momentos que el espectador no puede sino sentir simpatía por él, cuando muestra su inteligencia maquiavélica y cómo perpetra toda la venganza por la muerte de Max.

El Clan Salamanca lo forman Tuco Salamanca (Raymond Cruz), Héctor (Tío) Salamanca (Mark Margolis) y los Primos (Daniel Moncada y Luis Moncada), los principales distribuidores de la droga con los que se enfrenta Walter White. Representan los villanos por excelencia por sus métodos despiadados y sin contemplaciones, para mantenerse en el negocio, protagonizando las acciones más violentas de *Breaking Bad*. Walter White los supera y acaba terminando con ellos, de una forma u otra. Al final, se alía con Tío Salamanca, que se autosacrifica para vengarse de Gus.

Todd (Jesse Plemons) llega tarde a la serie mostrando una admiración sin reparos de Walter White. A pesar de su aparición tardía en la serie, resulta un secundario importante. Muchos críticos lo equiparan al espectador *Bad Fan* (idea desarrollada más adelante). Es un tanto sociópata, no piensa en las consecuencias de sus actos y, tal y como dice Meslow Scott “But most importantly, the shocking end of “*Dead Freight*” shows us that there's no legal or moral line Todd is unwilling to cross”¹¹⁴. No duda en matar al niño Drew, al que primero sonríe, para después ejecutar sin pestañear. Su caracterización como un buen niño, casi imberbe, contrasta con su depravación real, no muestra ningún tipo de remordimiento por sus actos. Sustituye a Jesse como ayudante de Walter White y es la puerta de acceso del grupo de neonazis, ayudando a eliminar a todos los colaboradores del entramado de la distribución de la metanfetamina azul de Gus y que acaban apropiándose de su negocio, tras acabar con la vida de Hank, sin contemplaciones, y haciendo prisionero a Jesse, para que les cocine como un esclavo. Los espectadores no pueden sentir simpatía hacia la panda de neonazis, son una panda sin moral alguna, sin ningún tipo de remordimiento por sus actos y ayuda a que algunos de éstos sigan apoyando a Walter White hasta al final para que pueda consumir su venganza.

Lydia (Laura Fraser) es una villana implacable, otra pieza del entramado del negocio de distribución de Gus. Caracterizada ultrafemenina y elegante, recuerda que el negocio de la droga no solo está en manos de villanos o ilegales, sino que también se hace a través de grandes corporaciones con apariencia legal. **Lydia** se muestra resolutiva y sin

¹¹⁴ SCOTT, M. “The Increasing Ugliness of Walter White”. En *The Atlantic*, 13 de agosto 2013. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/08/the-increasing-ugliness-of-walter-white/261048/>

Recuperado: 28 de octubre 2018.

escrúpulos, ayuda a identificar a todos los colaboradores de Gus una vez este muere y consigue aliarse con Walter White para seguir con el negocio, explicándole todo el entramado que existe en la República Checa, donde su metanfetamina azul es tan apreciada, apelando a su ego. Una vez Walter White se retira, acaba aliándose con Todd y su tío, ordenando la matanza de todo el grupo de Declan. En una escena memorable en “Buried” (T5/E10), **Lydia** pasea sus Louboutin entre la masacre que acaba de ordenar. Walter White acaba con ella al final, cuando decide vengarse de todos.

4.1.1.4. Comprensión narrativa

Mittell¹¹⁵ habla de la necesidad de comprender la narración, y es a partir de modelos cognitivos y conceptuales cómo se puede entender por qué las narrativas atrapan y comprometen al espectador, ayudando a su vez a estimular la creación y la innovación en la seriedad narrativa de la televisión.

El espectador empieza la narración tratando de comprender qué está sucediendo, pero hay que puntualizar que la televisión compleja ha incrementado la **tolerancia para aceptar la confusión** en la narración y que además sirve como aliciente para que el espectador siga atento, retándolo a seguir prestando atención para que sea capaz de recomponer el rompecabezas, porque se sabe que existe un desarrollo planeado de esta confusión.

Está claro que no todos los espectadores son iguales y que las nuevas tecnologías han permitido que las formas de visualización de los espectadores hayan variado, y que afectan tanto a cómo lo ven, dónde lo ven y qué tiempo dedican, además de añadirse la popularización del *binge watching* y de la influencia de los paratextos en las redes sociales. Estas variaciones cambian mucho la percepción y la comprensión de una serie de televisión.

Si tratamos de centrar el conocimiento del espectador en el proceso de comprensión, de la resolución de enigmas, ambigüedades, impactos emocionales, hay que tratar de ver cómo se maneja la información narrativa y comprender los principales reclamos.

El sistema de conocimiento de la serie se suele centrar en los personajes, su pasado, sus relaciones, sus motivaciones, sus creencias, la localización geográfica y las normas y reglas generales de los distintos géneros, en definitiva, los códigos generales propios de la televisión.

¹¹⁵ MITTELL, J. Op. Cit. 2015. pp164-205.

Consumir una serie de televisión supone saber gestionar este conocimiento, pero también la falta de información, asumir las convenciones, identificar sonidos, expresiones, gestos, distinguir si la música es diegética o no, si existe función metafórica... y a partir de estos elementos desarrollar un sistema cognitivo que se va acumulando a medida que se van consumiendo más series de televisión.

Según Bordwell ¹¹⁶ existen **normas extrínsecas y normas intrínsecas**. Las extrínsecas vendrían a ser las convenciones de género, el estilo, las expectativas estándar, el tiempo de visionado, con anuncios o sin ellos, el *binge*, la utilización de *cliffhangers*... Las intrínsecas, tratan de educar al espectador para ver la serie de una forma determinada, como pueda ser prepararlos para la confusión como parte del placer de ver la serie. Supone ir desarrollando más o menos sorpresas en la narración e incluso violando las propias normas de la serie. La utilización de determinados planos, el uso de las elipsis... En definitiva, algunas series tratan de **subvertir las propias normas** ya que es una buena estrategia para atrapar a los espectadores que gustan de ir planteándose hipótesis y presunciones. Al ir conociendo las relaciones entre los personajes y el mundo que habitan, van acumulando las acciones que se narran y son capaces de ir rellenando los vacíos que deja la narración, que les va preparando para acontecimientos que pueden suceder. Por ello, la creación de escenas de suspense que ponen a los personajes en riesgo o que suscitan preguntas en el espectador son también de suma importancia.

En general los creadores y los productores confían en la experiencia del espectador contemporáneo para que a través de estos mecanismos mantenga el interés en la narración. La anticipación y las respuestas emocionales se producen por la necesidad del espectador de saber más, de descubrir, y así se debe producir un equilibrio entre la necesidad de la plausibilidad de que lo que sucede, que sea creíble dentro de los esquemas que la serie ha planteado, pero a la vez con la impredecibilidad.

Hay que tener en cuenta que la televisión hoy en día no se consume a solas, existen las comunidades virtuales de espectadores, que van haciendo hipótesis y que han convertido su uso en una práctica cultural de teorización.

Cabe destacar una práctica donde se comparte información sobre la narración que son los archiconocidos *spoilers*, que proveen de información sobre lo que va a acontecer en la narración y llega a través de las distintas redes sociales a las que se conectan los espectadores y de las críticas que surgen. Así, el espectador que ya sabe qué va a suceder

¹¹⁶ Ibidem, pp167-168.

predisponer su atención de otra forma, se centra en ver cómo va a suceder o en la estética u otros elementos; esta práctica además incita al espectador a volver a ver la serie para apreciar detalles que le habían pasado desapercibidos. De hecho, a veces el *spoiler* puede hacer incrementar el suspense de algo que se sabe qué va a suceder, pero no se sabe cómo, resultando ser más importante **cómo se explica la historia** que lo que explica. El **espectador revisionista** se acerca a la narración más como un crítico, con una voz experimentada, que analiza y hace seguimiento de los recursos estéticos y narrativos que se desarrollan.

El **modelo típico** de los episodios semanales y las temporadas anuales requiere del espectador casi tanto esfuerzo como la del creador, en cuanto a la gestión de la mecánica de la memoria, aunque las nuevas tecnologías y el desarrollo de las nuevas formas de consumo como el *binge* han desarrollado otras necesidades, entre ellas, no ser redundante, no hacer repeticiones innecesarias y e introducir la variable del consumo de los paratextos por parte del espectador. Las técnicas que se utilizan para hacer memoria en el espectador se hacen a través de lo que se denomina **recontar diegéticamente**, a través de los planos de localización, de objetos o de las composiciones visuales; también a través de los diálogos que repiten nombres o relaciones o relatan acontecimientos, los *flashbacks*, también se dan las recapitulaciones al inicio del episodio o de la temporada.

4.1.1.4.1. Las normas narrativas de *Breaking Bad*

En *Breaking Bad* podemos considerar las normas intrínsecas y extrínsecas citadas por Borwell para valorar la idea de comprensión de Mittell, y recordar a Fiske¹¹⁷, que habla de la necesidad de la existencia de **convenciones** que la mayoría de los espectadores conocen para poder dotarlas de significado: hay una necesidad de aprender y comprender lo que se ve. Estas convenciones son los códigos en los que se basan los espectadores y que, si son transmitidos de forma apropiada, desarrollan una función comunicativa y consiguen el acuerdo de sus usuarios. El acuerdo puede venir por el uso y la convención establecida, pero hay que recordar que los **códigos estéticos** son difíciles de definir porque son más variados, están menos definidos y cambian, apelan al mundo subjetivo y la función del espectador es buscar dentro de la obra, las claves y las pistas para decodificarlos. Los significados no están localizados en el texto en sí, sino que dependen de la interacción entre el texto y el espectador.

¹¹⁷ FISKE, J. *Introduction to Communication Studies*. Nueva York: Routledge, 3rd Ed, 2011.

4.1.1.4.2. Hibridación de géneros en *Breaking Bad*

Podemos considerar para empezar con el tratamiento del género, tal y como dice Vincent Colonna¹¹⁸. Para definir un género hay que preguntar cómo lo identifica el público, porque los roles desarrollados en los géneros muestran unos indicadores. Colonna divide las series en **tres grandes grupos**:

- a) Las **series mundo**, que ofrecen un entorno narrado y muestran unas emociones suaves;
- b) **Las series crisis**, que muestran la vida de un individuo y que tienen la estructura del drama y muestran emociones fuertes; y
- c) **Las series destino**, que representa el destino de un criminal y adaptan la estructura clásica del drama, representando un mundo inmoral y con fuertes emociones.

Bajo estas premisas podemos incluir a *Breaking Bad* en este último: la narración muestra un destino criminal, pero también encontramos que este gran género engloba otros sistemas de géneros y que se da la **hibridación genérica**. Así, Jost¹¹⁹ se pregunta a qué género pertenece *Breaking Bad*: es una serie de acción que también incluye reminiscencias del *western*, del cine negro, de la comedia, del drama familiar, de las *buddie movies*... Jost habla de las distintas referencias y resalta que la serie se nutre de múltiples fuentes de diferentes géneros, no limitándose al cine sino también a la publicidad, a los videoclips, dotando a la narración de una multiplicidad de tonos.

La hibridación genérica caracteriza la ficción televisiva estadounidense de las producciones seriales contemporáneas, tal y como dice Tous¹²⁰. Las series buscan multiplicar su audiencia y su *target* y ello lo consiguen combinando distintos relatos y estilos, dando lugar a un **carácter ecléctico y multifacético** de los productos audiovisuales. Las producciones quieren abarcar el conjunto de la parrilla en un solo producto y ello se consigue combinando el desarrollo de distintos personajes, distintas temáticas y distintos desarrollos genéricos.

El mundo retratado en *Breaking Bad* es fácil de reconocer para el espectador, muestra una realidad cotidiana de una vida familiar de clase media estadounidense. Aunque paulatinamente se va convirtiendo en una serie de acción, una serie criminal, muestra las temáticas genéricas de las que habla Tomasevski¹²¹, el amor, la muerte, los pecados

¹¹⁸ COLONNA, V. Op. Cit. 2010. pp179-180.

¹¹⁹ JOST, F. Op. Cit. 2016. pp123-124.

¹²⁰ TOUS. A. *La era del drama en televisión. Perdidos, CSI: Las Vegas, El ala oeste de la Casa Blanca, Mujeres desesperadas y House*. Barcelona: UOCpress, 2010

¹²¹ Ibidem, p41.

capitales como el asesinato, el robo... También hay referencias intertextuales que incluyen referencias interepisódicas, cinematográficas, musicales, publicitarias, informativas, literarias. *Breaking Bad* es heredera del audiovisual norteamericano y ha sabido adaptar y reestructurarse aplicando toda esta herencia.

Cascajosa cree que es esencial que un público formado: “El público se encontraba preparado para ello porque esos códigos genéricos derivaban de un cine comercial norteamericano con el que estaban plenamente familiarizados (...) la emoción la intriga y el suspense viajaban por el mundo sin atender fronteras”¹²².

El western

El ***western*** en *Breaking Bad* es quizás la referencia más conocida propiciada por las propias declaraciones de su creador Vince Gilligan, que sitúa a Sergio Leone como uno de sus referentes. Más allá de sus palabras, vale la pena recordar que el *western* sirvió a los norteamericanos para explicar su historia, su expansión hacia el oeste, la construcción de su país; poco a poco los *westerns* fueron tornándose más crepusculares, los héroes ya no eran tan héroes y allí es donde Gilligan sitúa a Walter White.

Marín¹²³ dice que se producen paralelismos de la serie *Breaking Bad* con el cine de Sam Peckinpah. El cineasta reformó el *western* hacia aspectos más profundos: mucha más violencia, donde los vaqueros presentan fisuras, hombres con un pasado y, forzados por las circunstancias, se vuelven unos villanos.

Walter White actúa como un vaquero a la conquista de su “oeste”. Poco a poco, las circunstancias le van llevando a convertirse en un villano. La utilización del vasto desierto como un personaje más dentro de la serie no hace sino aumentar esa familiaridad con el género del *western*.

Vince Gilligan reconoce que a partir del momento en que la serie cambió su localización por Nuevo Méjico, por motivos de producción, por las ventajas económicas que les ofrecían, empezó a razonar en los términos del *western*¹²⁴.

El *western* permite así reflexionar sobre la propia sociedad, examinar los propios dilemas y conflictos, evolucionando a medida que evoluciona la sociedad y permitiendo al espectador ir comprendiendo los estereotipos y los arquetipos que se desarrollan. Vale la

¹²² CASCAJOSA, C. Op. Cit. 2016. p65.

¹²³ MARÍN, J. *Los héroes están muertos. Heroísmo y villanía en la TV*. Barcelona: Ed. Dolmen, 2014. p147.

¹²⁴ ROMANO, Andrew. “Breaking Bad Finale: Lost Interviews with Bryan Cranston & Vince Gilligan”. En *The Daily Beast* [online]. 29 de septiembre, 2013. Actualizado: 11 de julio, 2017. <https://www.thedailybeast.com/breaking-bad-finale-lost-interviews-with-bryan-cranston-and-vince-gilligan> Recuperado: 27 de noviembre, 2018.

pena recordar que, en sus inicios, el *cowboy* representaba el héroe, expresando una ética, una forma de comportarse “como es debido”. A medida que va evolucionando la narración, los protagonistas van presentando mayores aristas y se verán unos héroes no tan héroes, no tan felices, ni tan inocentes, tendrán más experiencia, serán más irónicos e incluso llegarán a ser cínicos. Se presentarán como personajes más solitarios y en consecuencia su representación entrará en juego con el paisaje que le rodea, una figura solitaria sola en la inmensidad del desierto, con la utilización de los planos largos que se alargan y que a la vez buscan el contraste con planos sobre los que se hace zoom, dando, en consecuencia, un valor creciente al encuadre para incidir en la narración y en la emoción del espectador.

El *cowboy* crepuscular con el que se puede identificar a Walter White no es esperado ni querido, acaba actuando para defender su honor y tratar de definirse; cada muerte no hace más que confirmarle que es un eterno solitario errante, prisionero de sí mismo y confrontado a sus propias contradicciones, y que acaba viendo que su única salida es su propia muerte.

Cowlshaw¹²⁵ hace un estudio de la **masculinidad** en *Breaking Bad* y lo relaciona con el *western*, donde dice que desarrolla un tipo de generalidades como puedan ser las escenas de acción, los duelos, las situaciones peligrosas, la cámara dinámica que combina grandes planos con primerísimos planos, además de mostrar un tipo muy concreto de masculinidad que se representa a través de **dos tipos de hombres**, el del fuera de la ley y el del padre de familia. Walter White representa la lucha que existe entre ambos a lo largo de toda la serie. El fuera de la ley puede que se justifique y diga que es para otro fin, el de proveer a su familia, pero en realidad lo que hace es disfrutar de la violencia, de adquirir poder, de ser el que manda, lo hace por su propio orgullo, por su propio ego, demostrando que lo pasa mucho mejor siendo un fuera de la ley que un padre de familia.

El drama familiar

El **drama familiar**, otro género incorporado a *Breaking Bad*, desarrolla sus propias normas, también está presente a lo largo de la serie, hay que recordar que Walter White dice que todo lo hace para proveer a su familia del dinero suficiente para cuando él no esté. Es destacable la importancia del núcleo familiar, una constante en las series norteamericanas, ya que tiene un papel clave dentro de la sociedad, por lo que la serie está repleta de escenas familiares, desayunos, comidas, celebraciones, reuniones, compras.

¹²⁵ COWLISHAW, B.R. *Masculinity in Breaking Bad*. Carolina del Norte: McFarland & Co. Inc. Publishers, 2015. pp37-43.

El tema familiar se entrelaza con el desarrollo de la masculinidad, la paternidad y la feminidad que se da en las series, y ha habido un cambio de rol respecto a la figura masculina que se ve reflejada. Faucette¹²⁶ argumenta que la masculinidad y la feminidad son producto de las expectativas sociales más que un hecho biológico y que vienen asociados unos comportamientos por género.

El **rol masculino** se ha desarrollado siempre asociándolo al proveedor y protector de la familia, un tema que, de hecho, no es tan nuevo, ya que Macbeth persigue ese mismo objetivo¹²⁷.

Ya en el piloto se muestra la imagen de unos pantalones volando por los aires que aparecen como una metáfora visual de la masculinidad perdida o, como mínimo, suspendida en el aire. Se muestra a Walter White incapaz de satisfacer las necesidades económicas de su familia, debe trabajar en un túnel del lavado de coches como segundo empleo, pues el sueldo de profesor de instituto no alcanza, la primera relación sexual que se muestra con Skyler es humillante, al igual que la relación que mantiene con su cuñado o con sus alumnos.

Abrazar el modelo de masculinidad está asociado al desarrollo del *self made man* y este se muestra, sobre todo, enfrentándose a otros hombres, no tanto en relación con su mujer. Blevins y Wood mantienen la tesis de que “Walter serves a new allegory of masculinity in the early twenty first century”¹²⁸.

La narrativa audiovisual contemporánea de las series estadounidenses está llena de figuras del antihéroe, como puedan ser *Los Soprano (The Sopranos)*, *The Wire (Bajo escucha)*¹²⁹, *The Shield (Al margen de la ley)*¹³⁰, *Mad Men...* en las que se muestra una **masculinidad complicada**. Por un lado, está su vida familiar y por otro lado está su actuación en el trabajo, donde desarrolla una vida subterránea llena de violencia y de transgresiones. Los agentes de la DEA también representan la **hipermasculinidad**, con sus acciones, comportamientos y conversaciones sobre armas, en una clara alegoría del miembro masculino.

La evolución de Walter White hacia Heisenberg hace que represente esta **masculinidad hegemónica** y se presente agresivo, competitivo, eficiente, siempre con la excusa de hacerlo para la familia. Se observa una andadura sin marcha atrás, que culmina el deseo

¹²⁶ FAUCETTE, B. “*Taking Control: Male Angst and the Re-Emergence of Hegemonic Masculinity in Breaking Bad*”. En PIERSON. Op. Cit. 2014. pp73-86.

¹²⁷ KOEPESELL, D.; ARP, R. *Breaking Bad and Philosophy*. Chicago: Open Court, 2012. p74.

¹²⁸ BLEVINS y WOOD. Op. Cit. 2015. p3.

¹²⁹ *The Wire (Bajo escucha*, HBO, 2002-2008) [Serie de televisión] Creador: David Simon.

¹³⁰ *The Shield (Al margen de la ley*, FX, 2002-2008) [Serie de televisión] Creador: Shawn Ryan.

de Vince Gilligan de mostrar hasta el final la evolución de Walter White y de que muriese como un hombre. La aniquilación de todos los personajes puede parecer un acto redentor, además de presentar la salvación de Jesse, pero, sobre todo, es una imagen de éxito a pesar de su muerte. La imagen cenital puede recordar la escena final de *Taxi Driver*¹³¹, Walter White parece satisfecho, ha conseguido sentirse vivo, crear algo único e inmejorable. En definitiva, ser el número uno¹³².

Walter White representa la capacidad de alguien que aprende a ser malo, adoptando los métodos de Maquiavelo para desarrollar y adquirir el poder, haciendo suyo el lema que defiende que “es mejor ser temido que amado”, porque como dice Maquiavelo: “Un príncipe cae en el menosprecio cuando pasa por variable, ligero, afeminado, pusilánime e irresoluto, pues, sumo cuidado en preservarse de semejante reputación como de un escollo, e ingéniense para que en sus actos se advierta constancia, gravedad, virilidad, valentía y decisión”¹³³. Walter White adopta las lecciones de Maquiavelo sobre la masculinidad, se trata de tomar las riendas y convertirse en un personaje rudo, forjando así una nueva identidad y adquiriendo una nueva moralidad para poder combatir la fortuna¹³⁴. Walter White culpará a su fortuna para aliviar su conciencia, aprende a ser malo cuando es forzado y lo ve necesario, capaz de llevar a cabo acciones inhumanas, crueles, es decir, tal y como Maquiavelo dice que debe actuar un hombre virtuoso. Para construir su imperio lleva a cabo diferentes “golpes de estado”, primero sobre los Salamanca y después sobre Gus¹³⁵.

La masculinidad representada en *Breaking Bad* se plantea con un contraste claro en el propio seno familiar, con Walter White y Hank, dos modelos de masculinidad muy distintos, el primero cerebral e inteligente, mientras que el segundo representa el macho alfa, con poderío físico, arrogante y con una actitud paternalista respecto a los otros. Cowlshaw los compara así: “Hank vs. Walter as opposed model of masculinity, masculinity vs. intelligence, real man vs. nerd, strength vs. weakness”.¹³⁶

Esta dualidad cambiará a lo largo de la narración en el momento en que Walter White decide emprender el camino para convertirse en Heisenberg, su masculinidad se transforma, se convierte en el proveedor de su familia, adopta todos los roles que se asocian con la hiper masculinidad, se vuelve violento, arrogante, peligroso y vengativo,

¹³¹ *Taxi Driver (Taxi Driver, 1976)* [Película de ficción] Director: Martin Scorsese.

¹³² BLEVINS y WOOD. Op. Cit. 2015. p130.

¹³³ MAQUIAVELO, N. *El Príncipe*. Barcelona: Globus Comunicación. 2011.

¹³⁴ *Ibidem*, p135. Fortuna como la entendió el hombre medieval: suerte, en este caso adversa.

¹³⁵ COWLISHAW, B.R. Op. Cit. 2015. pp124-127.

¹³⁶ *Ibidem*, p84.

sustituye su falta de fortaleza física a través de las armas y su ingenio. Sin embargo, Hank hace el viaje inverso: después de los enfrentamientos con Tuco Salamanca, su experiencia en el Paso y el intento de asesinato de los Primos se recluye, duda de sí mismo, tiene una depresión y ataques de ansiedad, hasta que descubre quién hay detrás de Heisenberg, donde recupera su instinto y acaba por morir dignamente. Vuelve a su posición inicial, muere como un hombre.

Cowlishaw¹³⁷ habla también de que la masculinidad representada por Jesse Pinkman y dice que es distinta, empezando con su propio nombre que juega con la dualidad entre lo masculino, por *man* (hombre) y lo femenino, por *pink* (rosa). Jesse adopta el posicionamiento masculino empleando palabras y gestos hipermasculinos, por ejemplo, utilizando la coletilla *bitch* (puta), y, sin embargo, se presenta siempre como un hombre sensible, que se preocupa por los otros -presentando especial interés por los niños-, que no duda en mostrar su llanto. La maldad de Walter White se refleja, además, a través de los ojos.

El tema de la masculinidad está íntimamente ligado al de la **paternidad**, y por tanto de la familia. Walter White tiene un hijo, Walter Jr. y una hija, Holly, que nace en la segunda temporada. Así, vale la pena recordar lo que explica Jost¹³⁸ sobre el empleo del recurso de las narraciones audiovisuales para marcar el ritmo del paso del tiempo a través de la presencia de niños en la narración y ver cómo crecen. Con quién realmente hace de padre Walter White es con Jesse, al que da lecciones constantemente, sobre el que ejerce un papel protector, dando directrices y enseñándole aptitudes, mezclando el género de las **buddie movies**, que se caracterizan por poner a dos compañeros muy dispares en una misma aventura.

El **feminismo** se desarrolla en *Breaking Bad* a través de varias figuras representan distintos problemas emocionales, que, aparte de Skyler, ni Marie, ni Jane, ni Lydia son papeles femeninos fuertes, aunque sí contribuyen a enriquecer la narración y muestran las dificultades que pueden tener las mujeres en su desarrollo como mujeres, tanto en lo personal como en lo profesional. Sólo Lydia, que es narcotraficante, debe interpretar un papel más masculino como parte del engranaje propio de los narcotraficantes.

Skyler se presenta llevando el rol dominante de la familia, manda y ordena, quizás con un rol más masculino dentro del matrimonio y menosprecia a Walter White. Pero a medida que avanza la serie, va a ser su mayor víctima, sobre todo a nivel emocional, y se

¹³⁷ Ibidem, p91.

¹³⁸ JOST, F. Op. Cit. 2016. p107.

verá obligada a obedecer las órdenes que le da su marido. Cabe destacar el odio -del que ya he hablado- que despierta en los espectadores, por ser la antagonista principal de Walter White.

Cine negro

El cine negro, otro género que Vince Gilligan reconoce como otro de sus referentes para desarrollar *Breaking Bad*, es la historia de cómo Walter White se transforma de *Mr. Chips* a *Scarface*, la historia de cómo alguien se convierte en un criminal que se muestra a través de una marcada estilización visual, llena de elipsis y metáforas, donde las fronteras entre buenos y malos son difusas y donde el héroe presenta rasgos de antihéroe.

Las películas sobre criminales expresan el **mito de la superación personal**, del *self made man* (hombre hecho a sí mismo), desarrollando la avaricia y el egocentrismo en el corazón del capitalismo moderno. Walter White sigue el código de los criminales; quien no castiga a los que son una amenaza se convierten en una diana fácil, o matas o te matan, la idea sería “*no half measures*” (sin medias tintas) tal y como dice Mike, la idea de que no puedes perdonar a nadie porque, si no, algún día, te puedes arrepentir y ya no habrá vuelta atrás, no hay que dejar cabos sueltos. Vince Gilligan reconoce la influencia del cine negro en la serie y su admiración por el cine de los hermanos Coen, entre otros.¹³⁹

En todas las narraciones de criminales la presencia de **la policía** es inevitable, como fuerza antagónica, la que Hank representa en *Breaking Bad*. Las escenas típicas de la investigación policial, los mapas de búsqueda que entrelazan los distintos personajes, las redadas, las incompetencias, las debilidades y hacer que el criminal parezca más listo son recurrencias genéricas presentes a lo largo de la serie.

Noël Simsolo¹⁴⁰ considera que el cine negro es una narración que trata de reflejar el lado oscuro del sueño americano y la complejidad del alma del ser humano, que se debate en un “*no man’s land*” (en tierra de nadie) hacia una caída final. El término surge en Francia para identificar un ciclo de películas rodadas en Hollywood entre 1944 y 1959, sin considerarse un género específico como puedan ser los *westerns*, ni un movimiento artístico como pueda ser la *Nouvelle Vague*, porque tiene una estética demasiado variada como para definir unas características concretas, aunque todas ellas reflejan mediante diferentes recursos audiovisuales un sentimiento desestabilizador, situaciones amorales, violencia

¹³⁹ STROKELEY, Matthew. *El creador de la serie Breaking Bad Vince Gilligan responde preguntas del público*. [Blog] Octubre 2011. <http://www.amc.com/shows/breaking-bad/talk/2011/10/vince-gilligan-interview> Recuperado: diciembre 2018.

¹⁴⁰ SIMSOLO, N. *El cine negro*. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

gratuita, crueldad, y suele narrarse bajo el punto de vista de los criminales donde resaltan una identidad desgraciada.

El delito siempre ha estado presente en las narraciones, el hombre mata por varias razones, para marcar territorio, por instinto, para mostrar su poder, para vengarse... Pero el papel del criminal ha evolucionado: ahora es un justiciero, un criminal inteligente que fascina y que se ha convertido en un mito. A través de los primeros planos del rostro se ponen en evidencia los sentimientos profundos, la presencia del demonio interior, su consciencia de la caída en el infierno, la idea del tiempo que corre en su contra, el desarrollo del instinto de supervivencia y que son conocedores de su destino trágico.

La narración puede centrarse en la historia del criminal solitario o en el policía que persigue al criminal. En *Breaking Bad* se pone el foco en la historia de Walter White, pero también la de Hank.

4.1.1.4.3. Otras hibridaciones intrínsecas de *Breaking Bad*

Breaking Bad no se limita a hacer hibridaciones con los géneros, también las introduce con otras **formas y formatos audiovisuales**, como pueden ser los videoclips, los anuncios de publicidad, los noticiarios y las películas.

Los videoclips

En *Breaking Bad* se da mucha importancia a la música. A menudo, la letra hace referencia a lo que están mostrando las imágenes; destaca la pieza del videoclip en “Negro y Azul” (T2/E7) donde el *teaser* muestra un grupo de cantantes mejicanos con el nombre de Los Cuates de Sinaloa (grupo creado en 2007 y con gran éxito en Méjico) que canta la canción “Negro y Azul”, un narcocorrido. El narcocorrido es un género popular que nace en los años treinta, que narran hechos reales y glorifica las andanzas de los narcotraficantes famosos, y que se suelen emitir por radio a los dos lados de la frontera mejicano-americana.

La canción narra las peripecias de Walter White, los cantantes aparecen vestidos de negro con el sombrero *pork pie* característico de Heisenberg. Está producido de forma rigurosa, con una realización muy trabajada, en el sentido de que reproduce el estilo y los códigos de los narcocorridos, primero, situando el relato geográficamente, luego, introduciendo la fecha y los personajes principales, narrando los detalles del enfrentamiento de Walter

White con el cartel mejicano. Jost¹⁴¹ lo califica de ***pastiche***, pues reproduce escenas que ya hemos visto en la serie y los monta como si fuera original.

La publicidad

Nos encontramos con la realización de un anuncio específicamente elaborado para anunciar los servicios del abogado, Saul Goodman, en el inicio de “Beter Call Saul” (T2/E8). En primera instancia puede parecer una broma, pero este tipo de anuncios existen en la realidad de la televisión norteamericana, y no solo eso, sino también aparecen en grandes vallas publicitarias en las calles.

Otro anuncio que sale es el de la cadena “Los Pollos Hermanos” de Gus, en “Kafqueske” (T3/E9), una publicidad que imita de forma seria este tipo de propaganda, construida a partir de dos argumentos, uno de la antigüedad y la tradición del negocio, realizada en blanco y negro, seguida de una serie de imágenes de los diferentes ingredientes en primer plano, tal y como indica Jost¹⁴² mostrados como un **producto apetecible**.

Otras fórmulas

También nos encontramos con la reproducción de **noticiarios** o de los ***talk shows***. En el capítulo “Pilot” (T1/E1) sale Hank en pantalla explicando la detención de unos traficantes. La muestra del dinero que han confiscado y demás detalles se presenta de la forma en la que se mostraría en cualquier noticiario cotidiano. Después en el capítulo “Felina” (T5/E16) se muestra una entrevista del matrimonio Schwartz para explicar una donación que hacen para paliar los efectos de la drogadicción, y donde aprovechan para explicar su relación con Walter White al principio de la creación de la empresa, asegurando que la única aportación que hizo fue el nombre.

4.1.1.4.4. Recursos narrativos normativos de *Breaking Bad*

Me propongo en este apartado analizar la serie como Casetti¹⁴³ plantea el análisis del film, recogiendo una serie de elementos que se utilizan a lo largo de la serie para hacer una reconstrucción personal. Se trata de descomponer la serie en estos elementos para hacer un reconocimiento objetivo y tratar de recomponerlo con la interpretación posterior. Eso implica aplicar un punto de vista muy personal, ya que decido dónde detenerme y dónde no, haciendo una elección de elementos que considero que son importantes dentro de la serie y que apelan directamente al espectador y en cómo percibe

¹⁴¹ JOST, F. Op. Cit. 2016. pp124-126.

¹⁴² Ibidem, pp126-130.

¹⁴³ CASETTI, F.; DI CHIO, F. *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2010.

la narración, estudiando la manipulación que se desarrolla en la narración para producir la desorientación del espectador.

Sobre la **dosificación de la información**, Tharrats¹⁴⁴ nos explica de la importancia de considerar al espectador como una especie de personaje en la narración, y por ello se juega con la dosificación de la información. El espectador necesita estar informado de lo que sucede en pantalla, pero en muchas ocasiones de lo que se trata es de ir dosificando esta información, de ir jugando con los distintos niveles de información que tienen los distintos protagonistas, incluyendo al espectador. En *Breaking Bad* este juego es una constante. La mayor información se da en la segunda temporada. Desde el capítulo inicial se nos dan unas imágenes que no se pueden entender, se produce una total desorientación del espectador hasta que al final de la temporada se descubre que todo iba sobre el accidente del avión provocado por el padre de Jane, la novia de Jesse, que tras la muerte de esta no puede hacer bien su trabajo de controlador aéreo y provoca la colisión de dos aviones, cuyos restos acaban en parte en la piscina de Walter White.

Buena parte de la dosificación de la información retenida a lo largo de la serie se da en los *teasers*, los cortos fragmentos que se emiten al principio de cada episodio. El juego con los niveles de información desarrolla lo que se conoce como la **ironía dramática**.

La ironía dramática se da cuando el público recibe más información que él o los personajes, convirtiendo así al espectador en un personaje más, creando un efecto de superioridad en el espectador. Se puede jugar con que la información la sepa el espectador y algunos de sus personajes, pero otros no, situando al espectador al lado de los que saben. En *Breaking Bad* abundan estos momentos. De hecho, el juego con el nivel de información es constante. Entre ellos, quizás el más potente es el momento en que Hank coge el libro de poemas de Walt Whitman en “Gliding Over All” (T5/E8) cuando va al baño en casa de Walter White y descubre la dedicatoria de Gale. Así que el espectador sabe que Hank ha descubierto la verdad y Walter White todavía no lo sabe.

Los **teasers** en *Breaking Bad* funcionan para dejar pistas de lo que va a suceder, muchos suelen expresar la esencia del capítulo, tratan de provocar al espectador con una situación que dé lugar a un planteamiento del público para elucubrar qué va a pasar, qué quiere decir lo que les está mostrando, sirven de introducción para el primer acto del capítulo, muchos de ellos se utilizan para desorientar al espectador, que es una parte esencial del tratamiento narrativo de *Breaking Bad* y, además, su reincidencia hace que el espectador

¹⁴⁴ THARRATS, J. Op. Cit. 2009. p169.

sepa que es posible que lo que le plantean no se va a resolver en ese mismo capítulo, quizás tardan tres o cuatro capítulos en desvelar toda la información o quizás no, y llega en las temporadas siguientes. Se emplea para ello imágenes descontextualizadas, surrealistas, humor absurdo e incluso desorden temporal. Rompen con las normas regulares de la serialidad, cualquier episodio puede **empezar en cualquier lugar, de cualquier modo**. Este juego sirve para mantener al espectador en vilo, para que esté atento, apelando a que recurra a su memoria constantemente y así conseguir que no pierda interés. Quizás los espectadores más observadores se darán cuenta si siguen o descifran los títulos de los distintos capítulos, pero eso quizás está solo a mano de los más curiosos, de los que saben que la serie juega constantemente con todo tipo de detalles. En Youtube se encuentran recopilatorios de episodios con sus *teasers*, así como secuencias y análisis de todo tipo¹⁴⁵. Pero, en definitiva, a lo largo de la serie destaca el empleo de las analepsis, prolepsis o elipsis.

Los *flashforwards* o **prolepsis** en *Breaking Bad* están muy presentes. Desde el primer capítulo vemos unas imágenes que nos parecen del todo confusas y resultan ser acciones posteriores que en el momento que se inicia la narración sucederán en un futuro, anticipan unos acontecimientos que serán revelados a medida que avance la narración. Este uso es constante durante la serie e incita al espectador a crear hipótesis del significado y sobre cómo va a evolucionar la narración.

Los *flashbacks* o **analepsis** también están presentes en la serie, ya que sirven para presentar el pasado de Walter White, de su relación con el matrimonio Schwartz en su conjunto y con Gretchen en concreto; sirven para volver al Walter White de antes de sus inicios con Skyler, para valorar mejor la evolución que ha sufrido en su camino hacia la maldad. Se utilizan para entender el clan de los Salamanca y del pasado de Gus, aunque no se acabe aclarando del todo. Tan solo se insinúa cierta información que permite que reconstruya la fotografía el propio espectador, y que al combinarse con los *flashforwards* facilita que se desarrollen situaciones de suspense y sorpresa, y hacen que el espectador se pregunte cómo se ha podido llegar a esta situación. Existe un juego constante con la incertidumbre y el desconcierto del espectador.

Las elipsis es un recurso narrativo muy utilizado en el audiovisual, se insinúa una acción que no se hace explícita en pantalla, avanza la narración sin necesidad de mostrar cada

¹⁴⁵ Breaking Bad Official. “*Bullet on the back of the Head*” (S3/E13) Teaser. 123.000 suscriptores. >160.000 visualizaciones. [Canal de Youtube]
https://www.youtube.com/watch?v=j0X0HfIU9so&list=PL4XYugONL7laMIghnvj_BthlMYxNVvhOg

una de las acciones que se desarrollan, se dan por sentado, eliminan tiempos débiles o inútiles de la acción. En algunos casos se utiliza un rótulo o un elemento gráfico para mostrar el paso del tiempo. *Breaking Bad* también utiliza los montajes en *fast motion* (cámara rápida) para indicar el paso del tiempo y, sobre todo, en los montajes acelerados de cuando “cocinan” la metanfetamina azul, para aportar una estética muy elaborada, generando un contraste de emociones entre lo que se filma con belleza y el horror que supone hacer droga. El espectador no pierde la continuidad de la secuencia, aunque se hayan eliminado los pasos intermedios.

Además de la elipsis temporal también existe la **elipsis narrativa**, permite que no solo se comprenda qué ha pasado durante el tiempo que no se muestra pero que también puede aportar información nueva. La elipsis puede dar también un efecto dramático y se utiliza para acompañar un significado simbólico; cuando Walter White en “Blood Money” (T5/E9) aparece con barba, suscita diferentes preguntas en el espectador, ¿su enfermedad ha vuelto?, ¿qué le ha pasado? Pero también existen las elipsis que afectan a la **estructura**, que de manera expresa desean evitar mostrar información importante que afecta a la narración. Sirven para suscitar el suspense, pueden utilizarse ocultando al espectador la información pero que el personaje sí lo sabe y luego está la que se refiere a la ocultación de información tanto al personaje como al espectador, dando lugar a dos elementos de gran potencia narrativa como son la sorpresa y el suspense.

El suspense y la sorpresa, de sobras conocidas, cuentan con una explicación de cómo se distinguen desarrollada por Hitchcock. El suspense juega con la información previamente dada al espectador, con la idea de una bomba debajo de una mesa que solo ve el espectador y/o algún personaje, pero que sorprenderá a otro personaje y genera una tensión importante. La sorpresa sucede cuando nadie sabe que hay una bomba y estalla. En *Breaking Bad* se juega constantemente con el suspense, los espectadores saben que Walter White es Heisenberg, pero muchos personajes no lo saben -por no decir la gran mayoría- entre ellos, su cuñado, y su mujer, al principio. Este suspense genera una tensión en la narración que el espectador disfruta. La sorpresa aparece en forma de bomba cuando estalla en el encuentro entre Tío Salamanca y Gus, volviendo a sorprender cuando éste sale andando por su propio pie. También cuando Hank descubre el libro de poemas de Walt Whitman en el baño de su cuñado, que deja al espectador en suspense total después de la detonación de la sorpresa del descubrimiento real por parte de Hank de quién es su cuñado. Aunque la situación era esperada por el espectador, no deja de sorprenderle y genera otro recurso narrativo muy importante que es el *cliffhanger*.

El *cliffhanger* significa en inglés literalmente “colgado de un precipicio”. Así es como se queda el espectador en el máximo suspense en “Gliding Over All” (T5/E8), hasta que llega el desenlace. Este gancho es un recurso que ya se utilizaba en las novelas por entregas, las radionovelas o los cómics y fue objeto de estudio por parte de la psicóloga lituana Bluma Zeigarnik, que llega a la conclusión que las personas recuerdan mejor las tareas inacabadas o interrumpidas que las completadas¹⁴⁶ y, en consecuencia, los tele espectadores recuerdan mejor los finales de episodio o de temporada que han dejado algún tema sin resolver que las que dejan todas las tramas cerradas.

Las imágenes **insumersibles** de las que nos habla Kubrick son aquellas que no aportan ninguna información nueva a la narración, pero la enriquecen, sirven como emblema o como símbolo visual, como metáforas. En el episodio “Pilot” (T1/E1) vemos unos pantalones chinos volando por los aires. Es una metáfora para toda la serie, aunque el espectador puede no ser consciente de ello en el momento inicial. Como son imágenes muy potentes quedan grabadas en la memoria y a medida que avanza la narración cobran todo el sentido. En este sentido “Fly” (T3/E10) puede considerarse todo el episodio insumersible porque, como dice Colonna¹⁴⁷, todos los bloques de imágenes insumersibles forman una totalidad orgánica de motivos y un ensamblaje denso de simbología diversa como se demuestra la cantidad de versiones que circulan sobre el significado de este *bottle episode*: “Un film doit contenir 6-8 unités non submersibles ou des morceaux fondamentaux de l’histoire, où toutes les informations non essentielles ne sont pas dépouillées. Ces unités, si elles sont exécutées correctement, peuvent être si fortes et intéressantes par elles-mêmes qu’elles n’ont besoin d’être placées dans une structure narrative. C’est peut-être le plus évident dans Kubrick”¹⁴⁸.

El tiempo de la construcción, en *Breaking Bad* juega constantemente para provocar la incertidumbre. Por un lado, la serie desarrolla dos años de la vida de Walter White, alargando la emisión durante cinco años e indirectamente juega con la idea de ir contrarreloj. Walter White es un enfermo terminal y el tiempo se le echa encima, debe darse prisa para conseguir su objetivo. Pero, por otro lado, hay un juego constante con mover el tiempo hacia atrás y hacia delante, acontecimientos pasados mezclados con el presente y con acontecimientos futuros, la no presencia de un narrador que vaya situando al espectador dificulta la localización del tiempo. Incidiendo en la idea que no se puede

¹⁴⁶ Redacción. “The Zeigarnik Effect Explained”. En *Psychologist World*, online. Sin fecha. <https://www.psychologistworld.com/memory/zeigarnik-effect-interruptions-memory>

Recuperado: 25 de mayo 2019.

¹⁴⁷ COLONNA, V. Op. Cit. 2010. p90.

¹⁴⁸ Ibidem, p85.

escapar del pasado, con la realidad del presente y que continúan presentes en el futuro. *Breaking Bad* hace especular con el pasado, da pistas, pero no lo deja cerrado, juega con dar respuestas a preguntas que el espectador no ha hecho pero que como no cierra o no responde en su totalidad deja a éste con las incógnitas que quiere. De ahí que Pierson escribe: “Gilligan builds us with the inevitable and appears to be slowly elucidating the fall, combining, at once, our knowledge of the past, our viewing of the present, and our awareness of the future”¹⁴⁹.

El *McGuffin*, considerado un invento de Alfred Hitchcock, es un elemento que aparece al principio de la narración como clave para que el personaje se sienta motivado a actuar; suele ser una excusa, un motivo para conducir la trama hacia los objetivos que realmente interesan. En el caso de *Breaking Bad* el espectador podría considerar que el diagnóstico que recibe Walter White de su cáncer terminal le sirve para despertar y ponerse en marcha. Su primer objetivo será conseguir dinero suficiente para mantener a su familia una vez que él muera. A medida que evoluciona la serie, el espectador ve como este objetivo cambia, evoluciona y será conseguir dominar a los demás, ser el más poderoso, ser “*the one who knocks*”, como él mismo dice en un momento dado.

La **anticipación y resolución**, el *planting and payoff*, sirven para generar expectativas en el espectador, en la anticipación de la resolución. Se hace de forma explícita y tenemos un espectador que participa, ya que lo que ocurre en pantalla le genera una hipótesis de lo que puede suceder, aunque el guionista puede ofrecer una sorpresa y que se resuelva de forma imprevista suscitando otra. En ambos casos, el espectador queda satisfecho, si se cumple su hipótesis queda gratificado y si le sorprende, aplaude la sorpresa. El *planting and payoff*, o también denominado **semilla**, no es tan evidente, sucede de forma sutil, el espectador lo percibe, aunque no se da realmente cuenta de la importancia que tiene en ese momento pero que luego descubrirá que sí lo era, por ejemplo, el caso de la dedicatoria que le hace Gale a Walter White y que resultará fatal en el momento que la descubra Hank, o cuando Lydia es envenenada con el ricino. El espectador pensaba que este veneno no volvería a aparecer. Aunque el espectador de *Breaking Bad* sabe de su normativa interna y trata de dar significado a todo aquello que la cámara enmarca como posible señuelo para la narración.

Las **localizaciones**, tal y como detalla Ensley Guffey¹⁵⁰, aportan significado. El significado de un lugar es un acto muy humano, cuando un humano aporta significado a

¹⁴⁹ PIERSON. Op. Cit. 2014. p51.

¹⁵⁰ GUFFEY, E. F. *Buying the House: Place in Breaking Bad*. En PIERSON. Op. Cit. 2014. pp155-171.

un espacio se convierte en un lugar, y cuando se siente ligado a este lugar lo convierte en hogar. Así en la última temporada aparece la escena en que Walter White visita su casa abandonada y recuerda el momento en que la compraron con toda la ilusión para convertirla en su hogar. Se ve la evolución de la casa de Walter White como una casa tradicional de clase media, aunque para este ya desde el primer capítulo se nos muestra como una especie de prisión que le recuerda su fracaso. Su despacho reconvertido en la habitación que debe acoger a Holly una vez nazca, es uno de los detalles que lo ejemplifican. Walter White siente como poco a poco se aleja de este lugar. Donde realmente se siente cómodo, feliz, él mismo, será en los distintos laboratorios donde “cocina” la metanfetamina azul, desde la auto caravana, al super laboratorio que construye en el subterráneo de la lavandería Gus, hasta los laboratorios móviles. Desde el principio le deja claro a Jesse que ahí manda él, y es donde realmente se siente realizado.

La **autocaravana** es uno de los símbolos característicos de *Breaking Bad*, un vehículo que se relaciona con las vacaciones familiares y que pasa a ser un laboratorio para “cocinar” droga, aun siendo un vehículo, y que implica, por tanto, su movilidad. Es un lugar que provee la intimidad de un hogar y que queda en evidencia cuando Hank en “Sunset” (T3/E6) pretende entrar y no puede, porque significaría un allanamiento de morada y necesita un permiso para irrumpir. La auto caravana funciona como un hogar para Walter White y Jesse, les proporciona intimidad y refugio, y es donde se forjará su amistad. Una vez desaparece la auto caravana, entra en escena el super laboratorio subterráneo, un lugar de ensueño para Walter White, equipado con todas las medidas necesarias para hacer química como debe ser, aunque a medida que avanza la narración se irá convirtiendo en una prisión también, ya que está absolutamente controlado por Gus mediante video vigilancia. Que el laboratorio esté situado en un subterráneo de una lavandería no hace sino añadir más significado, como el **descenso a los infiernos**, de la luz a la oscuridad, de lo limpio o lo sucio. Su destrucción no será nada traumática ni para Walter White ni para Jesse, como sí lo había sido la de la auto caravana. Ya en la quinta temporada el laboratorio pasa a ser móvil, con la compañía “Vámonos Pest Control”, una empresa de fumigación de casas. La idea es ir invadiendo la casa de otros que hacen suya a través de la excusa de acabar con plagas de insectos, primero “cocinan” y luego fumigan sin dejar rastro. Queda explícita la transgresión cuando se ve que el gas que se desprende mientras Jesse y Walter White están haciendo la metanfetamina azul llega a un parque lleno de niños jugando. Ya no se esconden en el desierto, ni en un laboratorio subterráneo, ahora lo hacen en medio de la comunidad, a plena luz del día.

Utilizan las casas mientras “cocinan”, ven la televisión, descansan, comen como si se tratará de su propio hogar.

La **localización del desierto** marca más que ninguna otra la serie, ya explicado en un punto anterior. Vince Gilligan empieza a pensar en el desarrollo de la serie de una forma distinta en el momento en que se decide ubicar la localización en Albuquerque, el vasto desierto aparece casi como un personaje más, como un espacio inhóspito e inhabitable, reforzado por las tomas cinematográficas que realiza la serie, jugando con el contraste de los grandes cielos y espacios y la figura humana diminuta. El desierto parece que acompaña el alma del personaje errático que transita por un espacio yermo, que ha perdido su corazón humano, y aparece como una metáfora de ese vacío. En *Breaking Bad* el desierto se convierte en un espacio que denota peligro, donde aparece la muerte, donde se mata a la gente, donde estas muertes pasan desapercibidas y sin castigo alguno. Cuando aparece el desierto se evoca un malestar en el espectador, y los personajes se sienten a su vez incómodos. Transmite la idea de que cualquier cosa puede suceder, que cualquiera puede quedar engullido por la inmensidad del espacio.

En cuanto a los diálogos, hay que considerar que *Breaking Bad* es una serie muy visual. De hecho, no se puede entender si solo se escucha, hay que verla. Los diálogos son muy importantes, pero es necesario observar al personaje que habla, por su lenguaje no verbal. Cada personaje es caracterizado con una forma de hablar determinada por las características que le definen, pero, sobre todo, por la forma en que hablan. Cada personaje se ve caracterizado a través de las frases, que pueden convertirse en *catchphrases* (frases memorables), como el “*Yo bitch!*” de Jesse.

Un diálogo comprende al personaje que habla, aquello que dice, aquello que oculta de forma consciente o inconsciente, al que escucha, lo que este cree que escuchar y lo que este no percibe. Un diálogo debe añadir lo que se conoce como subtexto, que permite deducir hechos y actitudes de los personajes, como los diálogos en que se reconoce una doble lectura, como también sucede con los silencios. Walter White es el gran mentiroso, miente a todo el mundo y así todos los diálogos tienen más contenido que lo que se explicita. En *Breaking Bad* solo se asiste a un falso monólogo, que se produce en el primer episodio cuando Walter White se cree que va a ser atrapado por la policía y agarra la video cámara y se confiesa. Más allá de este momento, Walter White hablará por sus acciones, por los hechos que vayan sucediendo y por las mentiras que irá contando.

La **música** en el audiovisual puede aparecer de forma diegética, que sale en la propia narración, o extradiegética, que surge de forma externa. En el caso de *Breaking Bad*

aparece de las dos formas, y las dos inciden en dar más significado a lo que el espectador está viendo. A nivel diegético, como destaca Carlo Nardi¹⁵¹, el capítulo “Negro y Azul” (T2/E7) empieza con una canción que es un narcocorrido, donde se explican las peripecias de Heisenberg, jugando con la ambigüedad, y las referencias intertextuales consiguen apelar al espectador para que una las piezas y le dé el significado correcto, para llegar a la conclusión de si es una pieza que es ficción o no, si anticipa hechos futuros como ha venido sucediendo a lo largo de la serie o no, si juega con lo que es representación y lo que es real. Otra escena que destaca es la de Gale cantando una balada italiana, mientras se va haciendo explícito que Jesse está a punto de matarlo, llevando al desconcierto del espectador y provocando que busque más significado.

La **música** en *Breaking Bad* se utiliza para impactar al espectador, tratando de envolverlo en un clímax emocional y tratar de evocar la simpatía con Walter White y sus acciones. Nardi nos habla de distintos modos de utilizar la música: una que se refiere a la música de fondo que comunica emociones, otra, la música identificativa que da información sobre los personajes o el lugar y, por último, la música complementaria, que se pone en conflicto con las imágenes, que reta la narración y que da significados a la representación, como con la canción “You’re moving me” en “Cancer Man” (T1/E2) en clara alusión a la llamada que ha sentido Walter White; puede sugerir una vertiente cómica, como cuando suena la canción “Windy” en “Full measures” (T3/E13), mientras aparece la drogadicta Wendy. Otra pieza musical que destaca es “Crystal Blue Persuasion”, en “Gliding Over All” (T5/E8), que acompaña todo el proceso de producción de la metanfetamina azul o cuando Hank descubre el libro de Walt Whitman en el baño y suena “If I didn’t love you” (T5/E9) en “Blood Money”. O la toma final con un Walter White moribundo y se escucha “Baby Blue” en “Felina” (T5/E16).

Como bien dice Nardi la ironía florece a niveles musicales. No hay que olvidar los diversos montajes de la producción de la metanfetamina azul acompañados por distintas composiciones de música latina.

El ***in media res*** (en medio del asunto), como dicen Balló y Pérez¹⁵², trata de instalar al público sin mayor dilación en medio de la narración, cuanto más trepidante sea la acción mayor será la adhesión que se consigue del espectador a esas imágenes. *Breaking Bad* utiliza constantemente este recurso narrativo, desde el primer episodio, para seguir en cada uno de los *teasers* que van introduciendo episodio tras episodio. Es la forma que tiene de

¹⁵¹ NARDI, C. *Mediating Fictional Crimes: Music, Morality and Liquid Identification in Breaking Bad*. En PIERSON. Op. Cit. 2014. pp173-190.

¹⁵² BALLÓ, J.; PÉREZ, X. Op. Cit. 2015. p17.

atrapar, de desconcertar y de estimular al espectador para que siga la narración, para que haga especulaciones e hipótesis.

Se sitúa el origen de este recurso narrativo en la época isabelina y no tan solo en la comedia sino también en el drama y la tragedia: encontrar a los personajes ya en movimiento en el interior de la escena o con un conflicto en marcha. Los autores argumentan que el espectador agradece que se le introduzcan en el conflicto sin preámbulos, les gusta verse inmersos de lleno en el conflicto dramático; el espectador ya sabe que los personajes tienen un pasado, que será desvelado a medida que la narración avance. El recurso de ser lanzados en medio de un mundo que ya está en marcha se identifica y crea un paralelismo con el mundo dinámico en el que vivimos. No en vano, muchas de las escenas utilizan un vehículo en movimiento como el propio inicio de *Breaking Bad* con la auto caravana que circula a toda velocidad.

4.1.1.5. Evaluación de *Breaking Bad* como una “serie compleja”

La evaluación, dice Mittell¹⁵³, supone más un acto de persuasión que de demostración, se puede evaluar de forma efectiva si ese hace un buen análisis y se ofrece una buena argumentación y permite no depender tanto de la evaluación de ningún poder institucional de autoridad. Existen críticos para los que la calidad es un marcador de valor, y así se valoran unas series mejor que otras, otros tienen en cuenta el tipo de audiencia que la sigue y eso es lo que les permite dar valor, para otros, entran en valor una serie de atributos de la producción o de los temas que tratan o de su conexión con otras formas culturales legitimadas como puedan ser el cine o la propia televisión. Mittell se sitúa en contra de esta última valoración porque él cree que se debe hablar de la evaluación de la *Complex TV* desde un punto de vista nuevo, validar a partir de un punto de vista intrínseco, al aplicar un criterio estético, valorando las características textuales y la circulación cultural, ya que el proceso del consumo es donde el significado y el valor se producen.

Para Mittell, la valoración debe seguir la tradición de la **escuela literaria del nuevo criticismo**, según la cual llamar a algo “complejo” supone subrayar su sofisticación, ver sus matices, estudiar si presenta una visión del mundo simplista o reduccionista o, por el contrario, enriquece a través de su compromiso y consideración con otros factores. El espectador entonces se sumerge por completo en la narración y vive una experiencia

¹⁵³ MITTELL. J. Op. Cit. 2015. p207.

plena. Esto no supone que rechace la simplicidad, ya que reconoce que hay una televisión simple que es muy placentera.

Así, a través de las consideraciones de Mittel se trata de valorar *Breaking Bad* como una serie de televisión, no como una novela o una película adaptada a la pequeña pantalla, sino evaluar su éxito a través de la distintiva estética televisiva. No se trata de hacer una evaluación para construir un canon y excluir otras posibilidades, sino para plantear una perspectiva de por qué algo vale la pena para él y otros espectadores, lo que sugiere así una invitación al diálogo y al debate. La idea que subyace es la necesidad de evaluar la serie en sus propios términos estéticos, no bajo el paraguas de ninguna otra serie, ya que cada una desarrolla de forma particular su modelo de narración compleja y es a través de estas estrategias particulares que llega a los espectadores.

Breaking Bad está producida en un momento de **emergencia de los canales por cable** que empuja a la cadena a producir en la dirección de trabajar aspectos estéticos bajo la tutela de escritores reputados y que puedan crear marca. La extensión de cinco temporadas con más de sesenta capítulos permite a la narración desarrollarse y acabar como quería. Se pone el foco en la aventura de un criminal en una ciudad americana, que mezcla el drama criminal con el humor negro, y explora la lucha contemporánea de un hombre que trata de encontrar significado en su relación con el trabajo, mostrando un compromiso de retratar detalladamente de cómo los personajes hacen lo que hacen.

La paleta visual que abraza *Breaking Bad* es muy amplia, va desde los grandes planos estilísticos del paisaje, evocando a Sergio Leone, a la creación de los planos conocidos como los *Breaking Bad shots*, planos desde puntos de vista inverosímiles, que son parte de la estética específica que quieren crear, situando la cámara ya sea encima de una aspiradora, de una pala o dentro de una secadora. También se juega con la velocidad del montaje a través de la utilización en la edición del *time-lapse* (**montaje acelerado**). Las variaciones siguen en el apartado del sonido donde se utilizan distintos estilos de música y también se juega con el uso de efectos sonoros para imitar distintos estados emocionales de los personajes o resaltar algún momento de la acción. Por último, el juego en la construcción narrativa hace saltos de tiempo e insiste en desconcertar al espectador.

Breaking Bad trata de centrar su narración en un **personaje central**, Walter White y sus allegados más cercanos, una serie que tiene pocos personajes y que están definidos por su relación con el protagonista y del impacto de sus acciones sobre los otros. A medida que avanza la narración se van creando capas más profundas de la psicología de Walter

White, la transformación que sufre vuelve más amoral al personaje y muestra su descenso a los infiernos.

El **realismo televisivo** de la serie viene dado no por su representación real del mundo sino por su capacidad de recrear un universo de forma realista, pero, sobre todo, centrado en reproducir más el aspecto psicológico que el social. El retrato del cambio de identidad y de valores que sufre Walter White de forma cronológica parece más real que el mundo retratado, se incide en la representación de su estado emocional y de lo que piensa, tratando así de suscitar preguntas sobre la moral, la identidad y la responsabilidad.

Breaking Bad representa un **modelo de televisión denso** que quiere crear una narración que profundiza en la caracterización de los personajes, considerando su pasado, su psicología compleja y que va construyendo en el espectador la necesidad de recurrir a su memoria para ir atando cabos. Todas las expansiones narrativas están ligadas a Walter White o a su socio Jesse, pero, sobre todo, a las elecciones y al comportamiento del primero, debido eso sí a su circunstancia. Una circunstancia que marca, pero de la que podría escapar en cierta medida porque se le ofrecen múltiples opciones y que le podrían llevar a soluciones distintas y, sin embargo, siempre acaba escogiendo la que le encamina hacia la vertiente más criminal. Los *flashbacks* completan vacíos narrativos y dan la sensación de que cualquier hecho marginal puede desencadenar en una espiral de violencia y de dolor.

Mittell¹⁵⁴ insiste en que no existe una **esencia universal** de lo que es la *Complex TV* a la que todas las series deban aspirar, pero sí que puede ser trabajada por cada texto de un modo específico, utilizando un conjunto de elementos y objetivos estéticos. Que los críticos y los espectadores expliciten las cualidades de las series que les gustan favorece la comprensión cultural y amplía los términos de evaluación, ayudando a que se establezcan y se compartan. Así se produce el proceso cultural común del que habla Fiske¹⁵⁵, por el cual los códigos poco convencionales e innovadores son adoptados por la mayoría y entonces se vuelven convencionales, se insieren en la cultura y ayudan a expandirla.

4.1.1.6. *Breaking Bad*, un melodrama

Mittell¹⁵⁶ insiste en la idea de que la *Complex TV* no es un género, sino una forma de narrar asociada a una forma de producción y que supone unas prácticas de recepción que

¹⁵⁴ Ibidem, p225.

¹⁵⁵ FISKE, J. Op. Cit. 2011. pp76-77.

¹⁵⁶ MITTELL. J. Op. Cit. 2015. p233.

engloban un conjunto de series de muy distintos géneros, que se pueden asociar al concepto del melodrama, en el sentido actual y no en el asociado a las *soap opera*.

El melodrama se debe considerar más un “modo” que un “género”, es una forma de suscitar emociones y de narrar que atraviesa numerosos géneros y formas audiovisuales. Linda Williams¹⁵⁷ hace una llamada a redefinir el melodrama que, según ella, debe ser interpretado como un modo narrativo para representar la moralidad y que ofrece respuestas emocionales a medida que va progresando la narración. En vez de ligarlo a la narración femenina de las *soap opera* se trata de hacer uso del suspense, de las hipótesis, de las anticipaciones, para retratar la moralidad que suscita emociones en el espectador, alejándolo de la dicotomía de la sensibilidad cursi de las *soap opera* y en contraposición de la supuesta seriedad y compromiso de las narraciones *prime time*. Critica la asociación sentimental que se ha utilizado para marginar desde el punto de vista académico y de la crítica al melodrama, que lo asocia a una narración poco seria, manipuladora, excesiva y estéril estéticamente.

La incorporación del melodrama supone la incorporación del relato familiar y de personajes femeninos en géneros típicamente masculinos, eso ha permitido validar las emociones femeninas que experimentan los espectadores masculinos y ha permitido desestabilizar las jerarquías de género que se han desarrollado durante años.

Por ello, la inclusión del **melodrama en narraciones con un protagonista masculino** ha permitido cuestionar la figura masculina y retratar la crisis de la masculinidad. De hecho, la mayoría de los dramas complejos que se ofrecen en *prime time* se centran en un personaje masculino que es un **antihéroe**, relacionado en mayor o menor medida al mundo criminal y que debe enfrentarse al sufrimiento emocional que sufren y que hacen sufrir.

Ya hemos mencionado anteriormente la diferencia entre las *soap opera* y las series en *prime time*: las primeras estaban diseñadas para espectadores esporádicos, sobre todo espectadoras, que sustraían el placer de las relaciones que surgían entre los personajes más que por las tramas que se desarrollaban; en cambio, las series de *prime time* desarrollan la idea del espectador que busca esa narración, como algo que tiene que ver, el *must see*; cada episodio ofrece un contenido que debe seguir, porque de lo contrario se siente perdido. Buscan seguir las tramas, valorar la calidad estética y obtener más recompensas.

¹⁵⁷ WILLIAMS, L. “Mega-Melodrama! Vertical and Horizontal Suspensions of the ‘Classical’”. En *Modern Drama*, 55, Núm. 4, 2012. p526.

El caso de Walter White en *Breaking Bad*, puede considerarse único en el sentido de que el personaje se transforma en un villano, en vez de empezar ya siendo uno, como la mayoría de las narraciones de antihéroes; el cambio sucede en el transcurso de la narración. Walter White trata de racionalizar sus acciones diciendo que su propósito es ganar dinero para su familia; una retórica patriarcal que contrasta con las horribles acciones que hace contra otros y que al final también acaba repercutiendo contra su familia. La narración juega con el espectador que puede estar alineado con Walter White y sentir simpatía por sus luchas, pero en los momentos que sobrepasa la línea de lo tolerable y se embarca en la pura villanía para algunos espectadores se convierte en un ser despreciable.

Walter White no está solo en este viaje, Skyler, su mujer, le acompaña y resulta interesante para valorar la idea del melodrama y de las respuestas afeminadas. Percibida, sobre todo, desde el punto de vista de su marido, muestra una relación de afecto amoroso al inicio que avanza hacia una creciente frustración, a medida que ella supone un obstáculo para la auto realización de Walter White, para que pueda comportarse como un verdadero hombre y pueda desarrollar su *alter ego* como Heisenberg.

Si se viera la serie solo bajo el prisma de un drama criminal, donde lo importante es cómo Walter White triunfa como capo de la droga, Skyler sería solo un obstáculo. Si se viera desde el prisma de Skyler, sería un drama de género, ofreciendo un drama de decepción, adulterio, abuso e incluso una relación matrimonial peligrosa. Las series de la **televisión compleja**, de la *Complex TV* tratan de combinar distintas perspectivas, a pesar de que *Breaking Bad* y la cadena *AMC* refuerzan la idea de la centralidad en Walter White, ya que su promoción para atraer a los espectadores se centró al principio en un **drama criminal**, pero a medida que la narración avanza la presencia del **drama familiar** se hace muy presente con el desarrollo del personaje de Skyler. Ella sirve para enfrentar a los espectadores, algunos no la soportan, otros sin embargo quieren ponerse en su piel y tomar su perspectiva para criticar la defectuosa masculinidad de Walter White a medida que va progresando como villano.

4.1.1.7. Paratextos de *Breaking Bad*

Parte de las características de la *Complex TV* es la existencia de los paratextos orientativos que sirven para la aumentar la comprensión del espectador y ayudarlo a que se oriente en el **universo narrativo** de la serie fuera del contenido diegético de la narración.

Internet hace posible que el espectador esté rodeado de la **información paratextual** de las series, que no están específicamente diseñadas por la industria, pero ayudan a popularizar la narración, entrando a formar parte de la experiencia como espectador.

Hay distintos tipos de paratextos. Por un lado, existen las recapitulaciones, donde se hace un resumen del material narrativo de una forma sencilla y sirven tanto para poner al día al espectador después de la interrupción de la emisión para esperar el lanzamiento de una nueva temporada, como para situar al espectador ante un nuevo universo y poder engancharse a la serie. Muchas de ellas están hechas por los propios fans o por la propia cadena. Cabe mencionar el sitio web *Television without Pity* que hacía **recapitulaciones** teñidas de humor. También existen las denominadas **prácticas orientativas**. Debido a la complejidad de muchas de estas narraciones, a veces el espectador necesita una orientación del tiempo, de los hechos, de los personajes y del espacio. Y, por último, mencionamos las **prácticas expansivas**, que tratan de conectar la serie con otras narraciones que van más allá de la propia serie.

Breaking Bad lanzó un enigma al final de la cuarta temporada para explicar quién era el responsable del envenenamiento de Brock, un fan¹⁵⁸ usó You Tube para ofrecer una interpretación de los hechos, a partir de distintas imágenes de la serie.

Muchos de los paratextos están hechos por los fans, a los que les gusta hacer reinterpretaciones de los personajes, resaltar detalles de la producción¹⁵⁹ o plantear finales alternativos¹⁶⁰ de la serie. Todas estas prácticas son una prueba fehaciente del seguimiento e implicación de los espectadores con estas narraciones. Hay que resaltar la necesidad de la **cultura fan** para el éxito de las series de *Complex TV*, ya que las herramientas para la participación colectiva de los espectadores han permitido a los programas mejorar y aumentar el compromiso de los espectadores.

Estas prácticas explican en qué medida el espectador se compromete activamente con la televisión, no solo durante el tiempo que la está viendo sino después, buscando más significados sobre lo que ha visto. Estos textos le incitan a activarse, ya sea buscándolos o

¹⁵⁸ jcham979. *Breaking Bad Finale Theory - A Case For Walt Poisoning Brock*. [Canal de Youtube] Sin fecha <https://www.youtube.com/watch?v=3BR0fhjCycY> Visualizaciones: >343.000. Comentarios: >700. Recuperado: 27 de agosto 2019.

¹⁵⁹ De Película - By Screen Rant. *25 Detalles Que Te Perdiste En Breaking Bad*. [Canal de Youtube] Sin fecha <https://www.youtube.com/watch?v=0bECEQ2v0U> Visualizaciones: >1.000.000. Comentarios: >1.000. Recuperado: 20 de agosto 2019.

PopCorn News. *33 Curiosidades de Breaking Bad - ¿Sabías que...? #64*. <https://www.youtube.com/watch?v=EEF2EwHJ2VO> [Canal de Youtube] Sin fecha. Visualizaciones: >1.000.000. Comentarios: >1.300. Recuperado: 20 de agosto 2019.

¹⁶⁰ Coffee TV. *Finales alternativos de Breaking Bad*. <https://www.youtube.com/watch?v=9Rysz4HWvIk> [Canal de Youtube] Visualizaciones: 687.000. Comentarios: >1.000 Recuperado: 20 de agosto 2019.

creándolos ellos mismos. Todo ello permite el desarrollo de lo que Mittell denomina **Forensic Fandom** (fandom forense): “Complex Television encourages forensic fans to dig deeper, probing beneath the surface to understand the Complexity of a story and its telling. Such programs create magnets for engagement, drawing viewers into the story worlds and urging them to drill down to discover more”¹⁶¹ .

Así se encuentran los sitios de participación como es el desarrollo de *Wiki*, un sistema abierto que permite leer y escribir a todo el mundo, una web que permite la idea de la multiplicidad de editores, que pueden hacer todas las aportaciones que quieran; son una opción popular para los grupos de fans que quieren trabajar de forma colectiva para dar información y contenido sobre su objeto cultural predilecto. En la actualidad, *Breaking Bad*¹⁶² comparte la página con su *spin off*, *Better Call Saul*.

4.1.1.8. Narrativa transmedia en *Breaking Bad*

La siguiente característica que según Mittell¹⁶³ tienen las series de la *Complex TV* es la **narrativa transmedia**. El s. XXI ha visto el surgimiento de estas extensiones narrativas que han permitido expandir el alcance de las series de televisión a otros medios, como puedan ser los blogs, los libros, los videojuegos... Para comprender su expansión hay que ver las motivaciones que existen detrás de esas extensiones narrativas y las estrategias empleadas por los espectadores para dar sentido a esta expansión. No es un fenómeno nuevo, pero la era digital lo ha hecho explotar.

La transformación tecnológica ha facilitado la proliferación y ha ayudado a expandir el universo narrativo. Los propios productores de televisión usan las redes sociales y las distintas plataformas para que el espectador haga seguimiento de distinto contenido a través de distintas pantallas, creando la oportunidad de expandir la narración, a través de lo que se ha venido denominando las **segundas pantallas**. Con ello consiguen promover las conversaciones dirigidas a los espectadores, para que éstos interactúen. Las utilizan para crear noticias, obtener nuevos espectadores, producir contenido para promocionar la serie, ofrecer entrevistas en exclusiva, montar paneles de valoración, fabricar *merchandising*, exponer contenido sobre lo que ocurre detrás de la cámara, colgar los *making off*, y un largo etcétera.

¹⁶¹ MITTELL, J. Op. Cit. 2015. p288.

¹⁶² Fandom.com. *Breaking Bad*, *Better Call Saul* [Página web]. https://breakingbad.fandom.com/es/wiki/Breaking_Bad Recuperado: 20 de mayo 2019.

¹⁶³ MITTELL, J. Op. Cit. 2015. p292.

Hay que distinguir los **contenidos** que sirven como **promoción de la serie** y los que **añaden contenido o dan continuidad** al texto en concreto. También se pueden añadir las extensiones que sirven como orientación para el espectador sobre la propia narración.

Tal y como dice Henry Jenkins¹⁶⁴, la narrativa transmedia representa un proceso donde los elementos integrales de una narración se dispersan de manera sistemática a través de múltiples canales con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento de forma unificada y coordinada, aunque no siempre están tan coordinadas ni unificadas ya que, a partir del momento en que se incluyen producciones que no surgen de los propios creadores o de las propias cadenas, esta unidad se pierde.

Para los creadores de la narrativa transmedia, siempre se debe apoyar y fortalecer el núcleo de la experiencia de la televisión. Hay una visión optimista sobre estos contenidos porque su finalidad es conseguir la fidelidad a los espectadores con la narración principal.

Se puede considerar entonces que existen dos grandes tendencias en la narrativa transmedia. Una se puede inscribir bajo el paraguas de **“What is?”** (**¿Qué es?**), y trata de dar explicaciones, aclarar la narración; en definitiva, esclarecer el universo narrativo. Otra tendencia es la que se inscribe bajo el paraguas del **“What if?”** (**¿Y si...?**), que trata de planear hipótesis narrativas a partir de la narración original y plantear sucesos distintos.

En *Breaking Bad*¹⁶⁵ se hace uso de la narrativa transmedia de una forma centrípeta, ya que la narración se construye a partir de los personajes que giran en torno a su protagonista. El transmedia también puso el foco en el protagonista y los personajes que le acompañan, ya que no existe ninguna conexión mitológica con la narración, nada misterioso que revelar, así las extensiones transmedia son coherentes con el tono y el alcance propio de la narración central.

La mayoría del transmedia de los personajes de *Breaking Bad* se centra en los personajes secundarios, más que en Walter White, y trata de resaltar más la **parte cómica de la serie** que la dramática/criminal. Así, aparecen videos y webs mostrando el pasado divertido de Hank, Marie, Badger o Saul. Un claro ejemplo es la web profesional de Saul, www.bettercallsaul.com. Pero Walter White también cuenta con unos breves

¹⁶⁴ Ibidem, pp294.

¹⁶⁵ Ibidem, pp311-317.

“minisodios” en tono de comedia con Hank¹⁶⁶ que presentan los momentos antes de casarse. Todos ellos están disponibles en You Tube¹⁶⁷. Todos ellos no son contradictorios con la narración y además aportan un tono de comedia compatible con la serie ya que de hecho ésta da muestras durante todas las temporadas en momentos puntuales.

La serie también ha creado unos juegos en línea, creados y promocionados por la propia cadena y que muestran un estilo de cómic, así están *The Interrogation*¹⁶⁸ que sitúa al jugador en la piel de Hank interrogando y *The Cost of Doing Business*¹⁶⁹ que sitúa al jugador en la piel de Jesse tratando de cobrar de un cliente de la metanfetamina azul. No reproducen ningún momento de la serie pero son coherentes con la narración, con los personajes y con el tono. Permite a los espectadores pasar más tiempo con los personajes, pero no en el sentido de escrutar de una forma forense para extraer más datos de la narración tal y como suele ser las extensiones de otras narraciones.

Los minisodios de Jesse ponen el foco en el tono de comedia y muestran sus creaciones artísticas y musicales, y no en sus problemas de adicción. Un video hace una promoción de una hipotética serie de animación llamada *Team S.C.I.E.N.C.E*¹⁷⁰, cuya productora es Jesse Pinkman Productions y donde los personajes se presentan como superhéroes.

Todas estas producciones están dirigidas al **núcleo de la serie**, de la narración, no la expanden, pero sí dan más profundidad y extienden la relación del espectador con los personajes, dando una recompensa a los consumidores, sin penalizar a los que no lo hacen, porque no se pierden nada del contenido real de la narración.

La creación transmedia no se inscribe solo dentro del **paraguas oficial de la serie**, muchos de sus creadores son los propios fans que llenan las redes sociales con sus montajes de video, sobre escenas que creen esenciales, gazapos de producción o videoclips musicales.

¹⁶⁶ Breaking Bad - Minisode 2 (2009) VOSTFR – “Wedding Day”. En *Breaking Bad: Official YouTube Channel Trailer* <https://www.youtube.com/watch?v=oRy6j4ZErjk> [Canal de Youtube] Visualizaciones: >482.000 Recuperado: 7 de enero 2019.

¹⁶⁷ Breaking Bad, “Original Minisodes”. En *Breaking Bad: Official YouTube Channel Trailer*. <https://www.youtube.com/watch?v=VaOt6tXyf2Y> [Canal de Youtube] Visualizaciones: >254.000 Recuperado: 7 de enero 2019.

¹⁶⁸ “*Breaking Bad*. The original site of AMC’s original series *Breaking Bad*. Get full episodes, the latests news, photos, videos and more”. <https://www.amc.com/shows/breaking-bad/exclusives/the-interrogation> Recuperado: 12 de febrero 2019.

¹⁶⁹ “*Breaking Bad*’s New Graphic Novel Game Lets You Be Jesse Pinkman” <https://www.amc.com/shows/breaking-bad/talk/2011/07/breaking-bad-the-cost-of-doing-business-game> 17 de julio, 2011. Recuperado: 15 de enero, 2019

¹⁷⁰ “AMC Breaking Bad: Team S.C.I.E.N.C.E” Animación. 3’50”. <https://www.youtube.com/watch?v=4bMumcqyJ4U> [Canal de Youtube] Recuperado: 1 de enero, 2019.

4.1.1.9. “Felina” (T5/E16) El final de *Breaking Bad*

La última característica que destaca Mittell¹⁷¹ de la *Complex TV* es el final de la serie, el fin de la narración.

Aunque este planteamiento pueda parecer absurdo hay que considerar que todas las series tienen un principio claro, pero no todas ellas pueden concluir en sus propios términos. De hecho, muchas series terminan de forma abrupta, algunas son canceladas y muestran un final no planificado, debido siempre a un motivo extratextual, por la pérdida de la confianza de la cadena o de la productora. Esta decisión se conoce con el nombre de **stoppage**. También puede suceder que permitan realizar un final pero que no esté muy planeado como final, no es del todo conclusivo y se denomina **wrap up**. Las series de cable suelen terminar cada temporada como un *wrap up*, tratando cada una de ellas como una unidad que puede acabar si no existe una renovación para una temporada más. Se produce así una resolución parcial de la narración. El cese estaría en medio de estos dos, pues concluye de golpe sin un final definido.

Por otro lado, la denominada **conclusión** se produce cuando se les permite a los creadores y a los productores crear un **episodio final** sabiendo con seguridad que va a ser el final (aunque pueda haber luego una narración que la extienda en otro medio).

Y por último nos encontramos con el **finale**, una conclusión con la idea de fiesta de despedida, donde se anuncia a bombo y platillo y que no tiene por qué ser el *súmmum* de la narración.

Son conclusiones que vienen de un proceso narrativo planeado, en definitiva, que se ve venir. Suele seguir las expectativas de los espectadores y si no sucede así se produce la decepción en estos, aunque normalmente los finales no suelen conseguir un consenso total. Al tener un final anunciado, las expectativas crecen y los creadores suelen tener mucha presión para cumplir todas las expectativas y mantener el universo creativo de forma coherente.

“Felina” (T5/E16) es el episodio final de *Breaking Bad*, largamente anunciado y realizado tal y como querían sus creadores, por lo que se puede considerar un **finale**. Todos los espectadores estaban expectantes de cómo iba a terminar. Si bien podían abrirse varias hipótesis sobre lo que podía suceder, parece que la opción de los creadores es la más coherente según el universo que han creado en la narración a lo largo de las cinco temporadas. Evidentemente, hay voces en contra.

¹⁷¹ MITTELL, J. Op. Cit. 2015. pp319-349.

Vince Gilligan plantea el final como un **gran acto de venganza** de Walter White, le hace volver de su refugio de la cabaña en New Hampshire para garantizar que su hijo Walter Jr. reciba el dinero que le queda, hablar con Skyler y reconocer que todo lo que hizo fue para sentirse vivo y realizado, asesinar a los neonazis que siguen produciendo su metanfetamina azul y liberar a Jesse, que consigue revelarse por fin y contradecir las ordenes que le da Walter White cuando le pide que acabe con su vida. Aunque finalmente Walter White muere por una bala que dispara su propia ametralladora en la misión suicida en su enfrentamiento con los nazis, parece que Walter White muere en paz, en el suelo del laboratorio, al lado de su metanfetamina azul, lo único que le ha hecho sentir vivo. Ya no tiene nada más que perder, garantizando además que morirá con la gloria de Heisenberg y no como un hombre de clase media desconocido y sin rostro. San Juan concluye: “There is no right way to watch the show. There is no right way to interpret it”¹⁷².

Si bien muchos críticos aplaudieron el final, también existen voces disonantes como la de Emily Nussbaum o la de Norman MacDonald, a los que se unen un sector de los espectadores que lanzan una teoría de que Walter White murió cubierto por la nieve en New Hampshire y que todo lo que se ve después en el episodio es la fantasía de un moribundo. A lo que Vince Gilligan¹⁷³ respondió que él nunca haría un final que implicase un sueño, por ser la antítesis de una conclusión satisfactoria, aunque también dice que una vez la historia ha salido de la sala de los guionistas está abierta a todo tipo de interpretaciones. Muestra así, una vez más, su respeto a la libre interpretación de los espectadores.

Breaking Bad proporciona un amplio abanico de material para poder hacer un análisis en profundidad de distintos aspectos como son la cultura, las drogas, la economía, el poder, la naturaleza humana... a través de los personajes y de sus acciones. Buena muestra de ello son todas las conversaciones y trabajos tanto narrativos como audiovisuales que han surgido en torno a ella.

Para Mittell las preguntas importantes qué debe hacerse desde el punto de vista de la crítica después del final de una serie son “¿Cómo significa?” y “¿Cómo importa?”, que servirán para valorar su relevancia cultural.

¹⁷² SAN JUAN, E. Op. Cit. 2013. p100.

¹⁷³ SNIERSON, D. “*Breaking Bad* creator Vince Gilligan explains series finale”. En *Entertainment Weekly* [online] 30 de septiembre 2013. <https://ew.com/article/2013/09/30/breaking-bad-finale-vince-gilligan/> Recuperado: 27 de octubre 2019.

Mittell viene a decir que en *Breaking Bad*, como en otras series, debemos reconocer que las formas en que los espectadores dan sentido a una narración importan, incluso si parece que son incorrectas a partir de las premisas del diseño de la narración, la intención del autor, los juicios morales o incluso de la decencia humana básica¹⁷⁴.

Dice Mittell que interpretar una serie es sencillo si se utilizan las herramientas críticas establecidas, aislando determinados episodios o momentos que apoyan la idea del crítico, sin tratar de ir más allá y etiquetar un texto como ideológico. Pero una vez se tiene en cuenta cómo han ido funcionando las series a lo largo del tiempo y en distintas culturas se hace difícil decir algo sobre la política de una serie con convicción, que no esté cubierta de parcialidad, de contingencia y de perspectivas distintas, dejando que el crítico/académico llegue a la conclusión de que no lo sabe.

Mittell se centra en la idea de que hay muchos fans que acaban odiando a Skyler y, por el contrario, siguen apoyando a Walter White a pesar de todo. Y así resulta que, según él, la serie ha hecho surgir una **misoginia**, porque ha hecho atractiva la serie para este tipo de espectadores y parece que los haya empujado a crear las páginas contra Skyler, provocando reacciones muy agresivas e incluso pronunciándose en contra de la propia actriz Anna Gunn. No hay duda de que *Breaking Bad* presenta una perspectiva del patriarcado que no se debe ignorar, pero que según Mittell, quizás requiere que se reencuadre la idea de la interpretación en sí misma, ya que invita a un esfuerzo repleto de lagunas y elipsis que incluyen múltiples contextos y paratextos, que hace que sea imposible abarcar en su totalidad. Para él, para escribir críticas de las series, se debe tener la mente abierta, aceptar tal contingencia abierta como parte de las características de estas narraciones y de su recepción y ceder a la certeza que normalmente aparecen en los argumentos de críticos y académicos. Todo ello se analiza, con mayor profundidad, más adelante en el apartado sobre la crítica de la televisión.

4.1.2. Netflix is the One Who Knocks: *Breaking Bad*, Netflix y el *binge*

La importancia de Netflix para el éxito alcanzado por *Breaking Bad* hace necesario explicar con un poco de detenimiento esta plataforma. Hay que empezar hablando de la importancia de que internet funcione bien para que se pueda desarrollar bien la función de las plataformas de contenido audiovisual como Netflix.

¹⁷⁴ MARSHALL, K. "I Don't Like Skyler White, but Probably Not for the Reasons You Think". En *Media Academia* [Blog]. En MITTELL, J, Op. Cit. 2015. p348.

Internet ofrece la plataforma de comunicación por excelencia de nuestra era, por tanto, las reglas que la rigen deben asegurarse de que sirvan al interés público por encima de todo. Netflix ha contribuido definitivamente para que el tráfico de datos que circula por la banda ancha se produzca con la misma prioridad. Su popularidad fue definitiva para que la *FCC* (*Federal Communications Commission*) declarase que la neutralidad en la red, la *Net Neutrality*¹⁷⁵, era un prerequisite para el consumidor y que este pudiera obtener lo que quisiera, cuándo quisiera y que también el proveedor pudiera ofrecer lo que quisiera sin ser saboteado.

Gilligan declara: “I am as grateful as hell for binge-watching... I don’t think yo’d be sitting here interviewing me if it weren’t for Netflix. In the third season, *Breaking Bad* got this amazing nitrous-oxide boost of energy and general public awareness because of Netflix”¹⁷⁶.

Netflix se creó en 1997 con el fin de alquilar y vender DVDs a través de un modelo de suscripción, para dar paso a su modelo actual de difusión por el modelo de *streaming*. Su evolución como principal proveedor de contenido audiovisual ha transformado la relación entre los consumidores y los proveedores. Existen datos que cifran en 167 millones los suscriptores alrededor del mundo¹⁷⁷ a principios de 2020.

El crecimiento de la televisión por cable expandió el número de opciones de programación, promoviendo aún más la idea de crear productos para nichos de audiencia con la proliferación de *smartphones*, tabletas y ordenadores con acceso a internet. Se populariza la idea del consumo audiovisual a conveniencia del espectador. Netflix ha conseguido competir de tú a tú con las denominadas *Big Six*, que forman las grandes corporaciones, Disney, Fox/New Corporation, NBC/Comcast, Warner/HBO, Viacom/Paramount y Sony.

Netflix ha ido un paso más allá, convirtiéndose también en un estudio que financia y produce sus propios productos, contratando a grandes figuras del audiovisual para alcanzar a la audiencia global. Se ha producido una transformación parecida a la que

¹⁷⁵ Stories Desk. “Columbia Law School Professor Tim Wu Comments on Federal Appelas Court Decision on Net Neutrality”. En *Columbia Law School*, 14 de junio 2016 <https://www.law.columbia.edu/news/archive/columbia-law-school-professor-tim-wu-comments-federal-appeals-court-decision-net-neutrality> Recuperado: 11 de marzo 2018

¹⁷⁶ BROWN, L. “In conversation: Vince Gilligan on the end of Breaking Bad”. En *Vulture*. 12 de mayo 2013. <https://www.vulture.com/2013/05/vince-gilligan-on-breaking-bad.html> Recuperado: 20 de marzo 2018

¹⁷⁷ Redacción de televisión. “Netflix suma 167 millones de suscriptores, pero recorta expectativa de crecimiento para este 2020”. En *El universo* [online], 22 de enero 2020. <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2020/01/22/nota/7702689/netflix-suma-167-millones-suscriptores-recorta-expectativa> Recuperado: 8 de noviembre 2019.

sucedió cuando se introdujeron el sonido en los años 20, la expansión del uso de la televisión en los 50, la introducción del video en los 80 o el lanzamiento de internet en los 90. Estos eventos marcan la relación de la tecnología y el entretenimiento y hacen que se generen unas nuevas dinámicas entre la audiencia y los medios.

La idea de lanzar una serie actualmente ha demostrado que la convergencia ha alterado el binomio tradicional entre la producción y el consumo, tal y como señala Jenkins. La convergencia ha llevado a una mayor participación de los espectadores, de hecho, les ha dado poder, al dotarlos de la libertad para elegir qué quieren consumir, también cuándo, dónde y cómo quieren consumirlo, en definitiva, ha cambiado el *statu quo* por completo.

Netflix no se encuentra sola en este negocio, también encontramos otras plataformas como son HBO, Hulu o Amazon Prime. La diferencia con Netflix es que éstas tienen un conglomerado empresarial detrás.

Para analizar el efecto Netflix, McDonald y Smith-Rowsey¹⁷⁸ establecen diferentes binomios de relaciones, la relación entre la tecnología y el entretenimiento, el espectador en relación con la tecnología y el negocio del entretenimiento con la tecnología, así como su expansión de forma global.

Dado el estudio que se realiza, se plantea la duda razonable de si es real la idea del poder que tiene el espectador, dudas que se plantean por el uso generalizado de los que se denomina *Big Data* a través del algoritmo *Cinematch*, a partir del cual Netflix hace predicciones y recomendaciones a sus suscriptores de los contenidos que tiene, a través de los datos que recogen del consumo que éstos realizan. El algoritmo funciona a partir de tres parámetros: las películas en sí, que están organizadas como grupos de películas comunes; las clasificaciones de los propios clientes con las películas alquiladas y las que se ponen en la cola; por último, las calificaciones combinadas de los usuarios de Netflix, entendiendo que cuando hablo de películas también se incluyen las series. De hecho, hay una tendencia a forzar más el consumo de series que de películas. Estas suponen mayor consumo de horas y por tanto lo que empezó siendo un servicio de cine a derivado en un servicio para ver series de televisión.

Esto sugiere que se somete al espectador a una burbuja de contenido basado en sus preferencias para que encuentre una gratificación inmediata, y, además, impulsa al espectador para consumir de forma compulsiva, desarrollando el fenómeno conocido como *binge watching* que acaba afectándole en su percepción y en la narración.

¹⁷⁸ McDONALD y SMITH-ROWSEY. Op. Cit. 2016.

En consecuencia, el espectador contemporáneo es analizado y visto como una suma de datos que se cuantifica y se identifica lo que consume. Esta datación permite gobernar el futuro comportamiento de la audiencia a través de los algoritmos creados a partir de los datos que éstos destilan, pasando **de la identidad cultural a la identidad cuantificada**, y así, en definitiva, ser manipulados. La monitorización de la televisión por internet hace que los datos se generen de forma automática además de en gran cantidad, y permiten obtener un gran conocimiento para desarrollar los modelos de recomendación personalizada de forma muy eficiente, ya que se traducen en patrones de visualización muy fiables. Alexander¹⁷⁹ preconiza que los espectadores se reducen a un dato, a un estereotipo estadístico, a una identidad digital víctima del *PRS (Personalization and Recommendation System)*, que conducen al espectador a un contenido específico. Netflix construye así unas conclusiones restrictivas de sus espectadores, no tiene en cuenta que pueda tener gustos contradictorios ni su diversidad y tiende a hacer generalizaciones generando así estereotipos.

Dan Harris¹⁸⁰ denomina al espectador contemporáneo como *viewer*, una amalgama de las palabras *viewer* y *user*. La intención de monitorizar el uso del espectador se puede relacionar con la idea de intentar moldear su gusto y negar la heterogeneidad del público, para así alcanzar una idea del **espectador universal**.

A medida que el espectador va cediendo la información de su consumo, ya sea de forma consciente o inconsciente, se tiene menos probabilidad de encontrar contenido distinto de lo que se supone que le gusta; se instala en una zona de confort y no descubre nada nuevo, ya que uno mismo diseña su propio consumo, aunque también la plataforma trate de distorsionar su gusto y utilice la recomendación de lo que ellos mismo producen.

En definitiva, se trata de que el espectador se pase cuantas más horas mejor delante de la pantalla. Esto ha hecho que se haya fomentado la forma de consumo del **binge watching** con el lanzamiento de toda la primera temporada de golpe de “*House of Cards*”¹⁸¹ (*House of Cards*) en Netflix, y el éxito que obtuvo demostró ser un acierto. No obstante, hay que considerar que el *binge* no es nuevo, ya que en el momento en que apareció la posibilidad de grabar el contenido de la televisión los espectadores ya lo hacían. Incluso había cadenas que emitían maratones de series, previas al lanzamiento de una nueva temporada. Pero el *streaming online* que permite el consumo a través del

¹⁷⁹ ARNOLD, S. *Netflix and the Myth of Choice/Participation/Autonomy*. En McDONALD y SMITH-ROWSEY. Op. Cit. 2016. p55.

¹⁸⁰ ALEXANDER, N. “Catered to Your Future Self: Netflix’s ‘Predictive Personalization’ and the Mathematization of Taste”. En McDONALD y SMITH-ROWSEY. Op. Cit. 2016. p83.

¹⁸¹ *House of Cards* (*House of Cards*, Netflix, 2013-2018) [Serie de televisión] Creador: David Fincher.

smartphone, de la tableta o del ordenador, por un lado, permite una libertad de consumo y, por otro, fomenta a través de la interfaz utilizada a este tipo de consumo, a través del *auto play* que en unos segundos conduzca al espectador al siguiente episodio. El término *binge* está lleno de connotaciones negativas: adicción, exceso, glotonería, descontrol... una metáfora para el consumo extremo que, debido al estigma de la televisión como caja tonta, aún persiste. Jenkins confirma: “(...) this never-ending consumption economy is addictive, hyperactive and unbelievably time-consuming”¹⁸².

El *binge watching* ha cambiado tanto la recepción del espectador como la creación de las propias narraciones, intensifica la experiencia emocional del espectador. El consumo de varios episodios de forma continuada hace que los personajes estén más presentes en la vida del espectador, se establece una relación más pasional, se suma también el hecho de verlas a través de dispositivos más personales, ya sean los teléfonos móviles, las tabletas o los ordenadores, aumentan la sensación de intimidad, cuando un personaje rompe la cuarta pared parece que se dirija de forma más directa al espectador. Carpenter y Green hablan de la “*narrative transportation*”¹⁸³, que viene a explicar la idea de la inmersión a la que los espectadores se someten, la profundidad de la empatía que desarrollan y cómo cambia su actitud, sus creencias, sus opiniones por la narración que viven, potenciadas por el *binge*. Su estudio de psicología cognitiva explora cómo la narrativa de ficción permite a los espectadores un escape psicológico y cómo afecta su capacidad de percibir y procesar esa narrativa, reaccionando como si fuera real y aumentando la posibilidad de una respuesta emocional.

Ver dramas como *Breaking Bad* afecta a la percepción de la realidad y aumenta la empatía y simpatía por los personajes, creando más confusión cuanto más se consume de forma compulsiva, obstaculizando la visión del mundo real, cambiando las reacciones y los propios juicios de valor, que también cambian las respuestas emocionales y el comportamiento. Parece que los espectadores “glotones” creen que el mundo es un sitio justo y que la buena gente que sufre desgracias merece una vida mejor. Su traslación a una historia que desarrolla fuertes consecuencias emocionales y congestivas les permiten trasladarlas a sus propias vivencias. El **escapismo** a través de la ficción no es un fenómeno nuevo, pero la posibilidad de hacerlo durante varias horas seguidas, tal y como permiten actualmente las nuevas tecnologías, afectan psicológica y socialmente a la

¹⁸² JENKINS, H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York: NYU Press. 2006.

¹⁸³ CARPENTER, J. M.; GREEN, M. C. “Flying with Icarus: Narrative Transportation and the Persuasiveness of Entertainment”. En SHRUM, I. J. *The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion*. Nueva York: Routledge. 2012. p187.

percepción de la propia realidad. El espectador queda inmerso en la narración porque prefiere pasar el tiempo con estos personajes y con sus vidas, que le ofrecen más emociones que la propia.

La psicología cognitiva se centra en ver cómo se procesa el comportamiento de los otros, sus efectos, la habilidad que tiene para resolver los conflictos, su razonamiento deductivo, su lenguaje verbal y social, la interacción con otros; y sucede lo mismo al trasladarlo a una narración de ficción, el espectador trata de resolver el puzzle narrativo de las series que a veces resulta muy complejo y además con el *binge* puede producir una sobrecarga informativa que le lleve a una confusión de emociones que pueden llevarle a aliarse en muchos casos con la maldad, con la desobediencia, con la deslealtad y las travesuras de los personajes, desarrollando un realidad paralela donde se tiene derecho a un comportamiento poco ético o amoral. La empatía que crece por estos personajes incrementa la comprensión por la naturaleza del ser humano, por la inteligencia social, aumentando así su capacidad por la empatía y la simpatía.

La empatía y la simpatía de los espectadores por estos personajes conflictivos viene por un lado por la capacidad que tienen estas narraciones de crear historias creíbles, se prefieren más las historias plausibles que las reales y además por la capacidad desarrollada por la *Complex TV* que consigue manipular al espectador a través de los distintos recursos narrativos, entre ellos el de completar la narración de los vacíos que deja, sintiéndose parte de la narración de forma instintiva, quieren ayudar al personaje, que se salga con la suya.

Esta nueva forma de consumo es muy distinta a la que se veía antes con un episodio semanal, el espectador saboreaba la narración; el nuevo hábito de consumo ha introducido cambios en la estructura narrativa, ya no hace falta ser tan repetitivo, no hay la necesidad de hacer recapitulaciones de episodios anteriores o de hacer *cliffhangers* innecesarios y el juego con la temporalidad narrativa también ha cambiado, los creadores ponen énfasis en el **consumo ideal** del *binge*.

En 2013, en la revista Newsweek, Romano¹⁸⁴ hace un análisis del *binge*. A pesar de que ya han pasado unos cuantos años, para mí sigue vigente. Dice que va más allá de ser un tema de *business*, más allá de la revolución tecnológica y las nuevas formas de distribución; dice que tiene que ver, sobre todo, con la ciencia que hay dentro del *storytelling*, de cómo

¹⁸⁴ ROMANO, A. "The Way They Hook Us- For 13 Hours Straight". En *Newsweek*. Nueva York: Graham Holdings Company, 15 de mayo 2013. <http://www.andrewromano.net/40/the-way-they-hook-us-for-13-hours-straight> Recuperado: 22 de septiembre 2017.

nuestro cerebro quiere ver la televisión; habla de la *hiperserialización*, como un grado mayor que la serialización que se venía haciendo. Según su teoría, en la denominada “Segunda Edad Dorada”, los dramas atrapan al espectador al cabo de tres o cuatro episodios, se tardaba un tiempo en conocer a los protagonistas, en identificarse con ellos y por tanto conseguir la identificación, la lealtad, la empatía y la simpatía. Los espectadores de lo que él denomina las “Hiperseries” son más impacientes y quieren que la serie les atrape al instante, esperan que los temas principales se introduzcan inmediatamente, no se trata de introducir inmediatamente todas las complejidades de los personajes, que también lo hacen, sino que ponen el énfasis en lo que va a suceder. Se trata de atrapar a la audiencia, presentar personajes complejos con rasgos antiheroicos y con bocados de narrativa adictiva. Uno de los escritores de *Perdidos*¹⁸⁵ (*Lost*), Carlton Cuse, lo compara con una bolsa de patatas, a la que añaden los productos químicos adecuados para que no podamos comer solo una y estemos desando acabar con toda la bolsa. Así se plantean los escritores la construcción de la serie, asegurándose de que el espectador va a querer más episodios.

Lo importante es saber qué tipo de ingrediente hay que añadir para que **el cerebro reaccione de esta manera**. Vitagliano ¹⁸⁶ cita a los psicólogos Kubey y Chikszentmihalyi, que lo comparan con la hipnosis. El cerebro cuando ve la televisión cambia la actividad neurológica de hemisferio, pasa del lado izquierdo al derecho, cambia la lógica por la emoción, y consigue generar la sensación opiácea, por eso los espectadores repiten a los científicos que los estudian que se sienten relajados cuando encienden el televisor. Así pues, las series que se ofrecen en *streaming*, que permiten la libre elección, proporcionan un traje a medida para mantener las endorfinas en funcionamiento.

Hasson et al. ¹⁸⁷ trataron el aumento de la adicción de los espectadores con las series, relacionando la neurociencia y el cine. Analizaron cuatro tipos de producciones audiovisuales, mostrando cuatro clips: el primero, la película de Sergio Leone *El bueno, el feo y el malo*¹⁸⁸ (*Il buono, il brutto, il cattivo*), el segundo, un capítulo de *Alfred Hitchcock presenta*¹⁸⁹ (*Bang! You're Dead. Alfred Hitchcock presents*), la tercera pieza, *Larry David*¹⁹⁰ (*Curb Your*

¹⁸⁵ *Perdidos* (*Lost*, ABC, 2004-2010) [Serie de televisión] Creador: J.J. Abrams

¹⁸⁶ VITAGLIANO, Ed. “Is Television addictive? Psychologists say it can be”. En *Catholic Exchange*, online, 24 de abril 2002. <https://catholicexchange.com/is-television-addictive-psychologists-say-it-can-be> Recuperado: 27 de abril 2017.

¹⁸⁷ HASSON, U, et al. “Neurocinematics: The Neuroscience of Film”. En *Projections*, Vol. 2, Núm. 1. Nueva York, Londres: Verano 2008. pp1-26 https://www.cns.nyu.edu/~nava/MyPubs/Hasson-et-al_NeuroCinematics2008.pdf Recuperado: 2 de agosto 2017.

¹⁸⁸ *El bueno, el feo y el malo* (*Il buono, il brutto, il cattivo*, 1966) [Película de ficción] Director: Sergio Leone.

¹⁸⁹ *Alfred Hitchcock presenta* (*Bang! You're Dead. Alfred Hitchcock presents*, CBS, 1955-1962) [Serie de televisión] Creador: Alfred Hitchcock.

¹⁹⁰ *Larry David* (*Curb Your Enthusiasm*, HBO, 2000-) [Serie de televisión] Creador: Larry David.

Enthusiasm) y, la última, una pieza no editada de una toma de una cámara situada en Washington Square de Nueva York. El estudio demostró que la favorita era la de Hitchcock, llegando a la conclusión que, a mayor estructuración de la narración, mayor lealtad se consigue con la audiencia. Es decir, el mayor control de dirección que trabaja Hitchcock sobre lo que el espectador debe mirar, sobre lo que debe pensar, sobre lo que puede prever o elaborar hipótesis, hace que los espectadores sintonicen más con la narración, al mismo tiempo y de la misma forma. Esto confirma la **tendencia actual de estructuración de la narración** en la televisión y que produce unos mayores niveles de correlación cerebral y mayor compromiso de los espectadores. Los creadores y distribuidores de las narraciones de series no son científicos, pero sí saben cómo añadir esos elementos que mantienen atrapado al espectador, saben conducir los largos arcos narrativos de las hiperseries actuales buscando el equilibrio entre la estructura y la sorpresa, que obliga a que las sigan durante múltiples temporadas. Como dice Gilligan, se trata de mantener el equilibrio entre no malgastar todos los cartuchos, mantener en vilo al espectador sin disparar ni demasiado despacio ni demasiado rápido.

En este sentido, sobre la estructuración del entretenimiento está el concepto del *planned bingeing*, el anuncio del lanzamiento de una temporada completa, cuando se sabe que muchos espectadores estarán atentos. También produce lazos entre la comunidad de espectadores, que acaba haciendo que el *binge* tenga un rol central en la acción de los fans, y que se produzca una expansión global de socialización.

Muchas de las series que se ven en Netflix no fueron creadas especialmente para ellos, ni para este tipo de consumo, pero en el momento en que fue posible se produjo una alteración de la forma de consumo y también de su recepción y su proceso de comprensión.

La asociación del *binge watching* con Netflix se suele asociar de forma rutinaria con *Breaking Bad*, por cómo ayudó a la serie a expandir su audiencia, como ejemplo de la actual “Edad de Oro” de la televisión con la calidad que se recuerda del pasado, pero con los usos y costumbre de la nueva narración seriada.

La construcción de la audiencia de *Breaking Bad* fue creciendo gradualmente, combinando el boca-oreja con las críticas positivas y la obtención de premios, lo que provocó un crecimiento del *binge watching*, ya que los espectadores se pusieron al día para seguir los últimos episodios de la serie lanzados. SIM¹⁹¹ menciona un informe de *TiVo*:

¹⁹¹ SIM, G. *Individual Disruptors and Economic Gamechangers: Netflix, New Media, and Neoliberalism*. En McDONALD y SMITH-ROWSEY. Op Cit. 2016. p193.

“binge-viewing is primarily a function of playing catch-up ... [53 percent of its subscribers] binge in order to be sufficiently caught up in time for the next season premiere”. Un total de 50.000 espectadores vieron entera la cuarta temporada de *Breaking Bad* las 24h antes de que se lanzara el primer episodio de la quinta en AMC¹⁹², lo que permitió que algo más de 10 millones de espectadores¹⁹³ vieran el final de la serie y que, por tanto, a través del *binge* se pudiera producir un fenómeno cultural. A esta actividad doméstica, hay que añadir la difusión planeada en la *Film Society of Lincoln Center*, donde se programó una particular semana de *binge*, conjugando distintos eventos, lo que refuerza la idea de fenómeno cultural.

4.2. La crítica televisiva: comisarios del arte de la televisión

“...las series de televisión han pasado a ocupar un lugar destacado en el espacio cultural de la sociedad occidental, en un proceso de legitimación resultado de una combinación de factores institucionales, socioeconómicos y tecnológicos”.

Concepción Cascajosa¹⁹⁴

Tal y como resalta la Dra.Cascajosa, el fenómeno de las series de la televisión contemporánea ha alcanzado un *status* que lo equipara a otros fenómenos culturales que han tenido históricamente seguidores con un nivel cultural elevado, ya sean películas, novelas...

La estudiosa expone diversos motivos para explicar este fenómeno y me voy a centrar en desarrollar algunos, que me parecen de especial relevancia y me permiten llegar a la conclusión de la importancia de la **crítica televisiva en la actualidad**, ya que les permite actuar como profetas del gusto.

¹⁹² SZALAI, G. “Edinburgh TV Fest: Netflix's Ted Sarandos Defends International Expansion, Content Spending”. En *Hollywood Reporter* [online], 23 de agosto 2012. <https://www.hollywoodreporter.com/news/netflix-ted-sarandos-edinburgh-tv-festival-365002>

Recuperado: 11 septiembre 2018.

¹⁹³ KISSELL, R. “<Breaking Bad> Finale Soars to Series-Best 10.3 Million Viewers”. En *Variety* [online] 30 de septiembre 2013. <https://variety.com/2013/tv/news/breaking-bad-finale-ratings-1200681920/#> Recuperado: 3 de octubre 2018.

¹⁹⁴ CASCAJOSA, C. Op. Cit. 2016. p12.

4.2.1. *Zeitgeist*: el espíritu del tiempo

No hace falta desarrollar ningún estudio muy avanzado, ni de audiencias, ni de estudios de mercado, para detectar que el visionado de algunas series de televisión se ha convertido hoy en día en casi obligatorio, si se pretende entablar una conversación sobre lo que acontece. Vas andando por la calle y ves anuncios constantes series, navegas por las distintas redes sociales, Instagram, Twitter, Facebook y las referencias a alguna u otra serie son constantes. Artículos de opinión, memes, programas de radio y de televisión, a los que se añaden todo tipo de medios de comunicación escrita, que incluyen un espacio dedicado a la crítica de las series. Incluso la publicidad se ha visto influenciada. En consecuencia, lo que podemos decir que el consumo de series de televisión forma parte del **espíritu de nuestro tiempo**. El consumo de series televisivas ha alcanzado unas cuotas de popularidad y expansión que se ha visto favorecido por una multiplicidad de factores, que también forman parte de lo que se denomina el espíritu del tiempo, *zeitgeist*.

El *zeitgeist*, expresión de origen alemán, se refiere al clima intelectual y cultural de una era. Fue introducido por el filósofo, teólogo y crítico literario alemán Johann Gottfried Herder, que, en 1769, al escribir una crítica del trabajo *Genius Seculi* del filósofo Christian Adolph Klotz, introdujo la palabra *zeitgeist*, al alemán como una traducción de *genius seculi* (Latín: genius - “espíritu guardián” y saeculi - “del siglo”).

La expresión *zeitgeist* alude a las características propias que abarca a una o varias generaciones posteriores, y que, a pesar de que los individuos tengan edades distintas o de pertenecer a entornos socio-económicos diferentes, existe una misma visión global en cuanto a la progresión socio-cultural. Ferrater Mora concluye: “Si se afirma que el espíritu de la época es el modo de ser o de actuar (o conjunto de modos de ser o de actuar) que expresa lo más esencial de un período histórico... (...) 'espíritu de' y 'lo más esencial de' son expresiones intercambiables¹⁹⁵.”

Sirva a modo de ejemplo el artículo de Natalia Marcos¹⁹⁶, publicado en el suplemento dominical de El País; un relato en primera persona que divide en cinco franjas horarias, reflejando un día cualquiera de su vida laboral, donde describe cinco momentos que se engancha a la pantalla, y, así, va desarrollando una crónica de los nuevos hábitos de consumo televisivo, relatando que han cambiado radicalmente en los últimos cinco años. Se consumen series bulímicamente, cada espectador construye su propia parrilla

¹⁹⁵ FERRATER MORA, J. *Diccionario de Filosofía*. Online. Madrid: Alianza Editorial, 1979. p1013-1014. <http://www.filosofia.org/enc/fer/espiepoc.htm> Recuperado: 2 de febrero 2018.

¹⁹⁶ MARCOS, N. “El mando a distancia soy yo”. En *El País Semanal*. Madrid: 6 de mayo 2018. p35-41.

televisiva, y ve lo que quiere, dónde quiere y cuándo quiere. Ya no hay necesidad de llegar a casa y sentarse frente al televisor y esperar que llegue el día de la emisión o que todos los de casa quieran ver lo mismo. Se consumen las series en el metro, en el coche, en los aviones, en las salas de espera, en los bares... De hecho, ya no hace falta ni el uso del mismo televisor, aunque seguimos llamándolas series de televisión, supongo que por comodidad, por el hábito. Muchos espectadores lo hacen en tabletas, *smartphones*, o bien ordenadores... las denominadas otras pantallas. En el mismo artículo ofrece datos del consumo en *streaming* en España, habla de las distintas plataformas que existen, de la inmensa oferta y resume: “en 2017 se estrenaron 487 series solo en Estados Unidos”, dato ampliamente superado en el 2020.

Habla también de la relación que existe entre el contenido audiovisual y las redes sociales, de cómo los espectadores hacen uso de estas para participar e interactuar alrededor de lo que están viendo.

En este sentido, vale la pena recordar al Conde de Shaftesbury y su *Sensus Communis*¹⁹⁷, que nos habla de una sensación natural y “omniabarcadora” de lo que nos une a los demás y de lo que tenemos en común con ellos. Pone las bases para establecer una estrecha relación entre la experiencia estética y la sociabilidad, un tema que se encuentra en el centro mismo de los intereses de los autores ilustrados.

Además de construir la idea de lo que interesa a la comunidad también nos habla de la idea de sociabilidad que entronca con el concepto de la comunicación entre los diferentes individuos, sobre sus gustos y sus opiniones, reflejado por ejemplo en las reacciones que se producen en las redes sociales como pueda ser Twitter hoy en día, donde se comparte lo que agrada y lo que desagrada de las series que se están viendo.

Tanto los espectadores comunes como los diferentes críticos televisivos utilizan esta red social para comunicar sus gustos y preferencias. Tal y como insiste Bozal¹⁹⁸, no se puede pensar que el espectador tenga un juicio estético al margen del juicio estético general, fuera del marco donde los juicios del gusto suceden. Las experiencias suceden a nivel individual con cada uno de los espectadores, pero dentro de un sistema en el que para que el espectador pueda disfrutar de esta experiencia debe haber un sistema de difusión y en consecuencia de recepción de esta difusión, que permita al espectador experimentar su gusto. Está claro que el espectador es **un ser complejo** con su propia cultura y sus

¹⁹⁷ SCHAFTESBURY. *Carta sobre el entusiasmo & “Sensus communis” Ensayo sobre la libertad de ingenio y el humor*. Valencia: Acanalado, 1995.

¹⁹⁸ BOZAL, V. Op. Cit. 1999. p67.

experiencias personales, su educación singular y sus propios valores morales, estéticos... pero se encuentra dentro de un contexto que nutre sus propias percepciones. Y este sistema de difusión es el que ejercen, entre otros, los críticos.

Que las series de televisión formen parte de nuestro *zeitgeist* se explica con los distintos marcos teóricos que envuelven esta tesis, viendo cómo ha evolucionado la televisión contemporánea, comprendiendo que la revolución tecnológica ha permitido la comunicación digital y que, todo ello, evidentemente, ha incidido en la evolución del espectador contemporáneo y del papel que juega la crítica.

La evolución narrativa, de producción y de distribución, por citar solo algunos de los aspectos de las series de televisión contemporánea, explican por qué el fenómeno se ha expandido y cómo ha alcanzado tanta difusión y consideración. Este tema se desarrollará en puntos posteriores que tienen que ver con la legitimación de la televisión.

La revolución tecnológica afecta tanto a la distribución de las series de televisión contemporánea como al consumo de las series de televisión, e incide cómo la comunicación que existe sobre ellas alcanza a una gran parte de los espectadores, sin necesidad que tenga que acudir a fuentes especializadas. En las más comunes de las redes sociales y en los medios de comunicación más populares están presentes las críticas y los distintos escritos sobre ellas.

La construcción del nuevo espectador contemporáneo viene dada por los dos motivos anteriores, la evolución de la televisión contemporánea que desarrolla una narrativa más compleja, con la posibilidad de consumo a la carta, dónde, cómo y cuándo quiere. Y, por último, la interacción y la participación del espectador que le han permitido ampliar el conocimiento, el disfrute y el significado de contenidos culturales. Aquí los **críticos televisivos** gozan de una ventana para hacer de prescriptores, de comisarios, de *influencers*, para analizar los contenidos y para interactuar con los espectadores y con otros críticos, para instruir y para guiar, así como aconsejar distintas narraciones. Con su actividad rigen **el espíritu del tiempo**, legitimando el consumo de determinadas series, que viene reglado por el sentido social del gusto tratado por Bourdieu. En el siguiente punto retomo al historiador de arte madrileño, Valeriano Bozal, para analizar el gusto actual por determinadas series de la televisión contemporánea.

4.2.2. El gusto por las series de televisión contemporánea

Bourdieu considera “... el gusto como la facultad de juzgar los valores estéticos de manera inmediata e intuitiva”¹⁹⁹, y Bozal, por gusto entiende “un sistema de preferencias individuales o colectivas. Es inmediato y tiene pretensión de universalidad en sus juicios. Por lo general la noción ‘gusto’ incluye placer. Pero ya hemos dicho antes que hay placer por productos/obras que no son placenteros, el tema del placer de la negatividad (la negatividad estética)”²⁰⁰.

Bozal, nos da diversas claves para analizar el gusto que existe actualmente por las series de televisión contemporánea. Si revisamos su concepción del gusto se pueden destacar varios detalles. Nos habla de un sistema de preferencias, al que se le presupone una serie de criterios y fundamentos, y lo contrapone a lo que ocurría antiguamente, donde el gusto dependía de concepciones morales, políticas e ideológicas o religiosas. No significa que hoy en día no se puedan dar estas, pero como bien dice “se aceptará una obra de arte porque es agradable sin necesitar ese agrado de ulteriores explicaciones”²⁰¹.

Habría que matizar lo de **agradable**, porque al igual que muchas obras de arte antiguas y contemporáneas no producen placer, sí gustan, aunque sean desagradables, cuando son mimetizadas, tal y como sugiere al citar a Aristóteles y su *Poética*. Y eso ocurre también en las series de televisión contemporánea; muchas de estas series muestran mundos, tramas y personajes que nos pueden parecer desagradables, pero despiertan interés y emoción, ya que se muestran de una forma original, y eso es lo que produce placer. Presentan personajes y situaciones que no son ejemplo de nada ni para nadie, pero que despiertan el interés del espectador, por la experiencia estética y narrativa que transmiten, y puede ser que aunque no sea gozosa sí puede producir una experiencia de lo negativo brillante, porque es presentado de forma inteligente, utilizando los diferentes recursos que tienen a su alcance para desarrollar su propia estética y estrategia narrativa.

Bozal nos habla del sentimiento gozoso²⁰² y de que se puede desarrollar mediante dos tipos de placeres: uno, el que se produce mientras observamos, que sucede de inmediato, por la impresión que nos produce, la representación, la idea. Con el otro, el sentimiento gozoso viene por la comprensión, fruto del conocimiento que tenemos, por los resultados

¹⁹⁹ BOURDIEU, P. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Barcelona: Taurus, 2017. p113.

²⁰⁰ BOZAL, V. Op. Cit. 1999. p22.

²⁰¹ Ibidem, p19.

²⁰² Ibidem, p84.

cognoscitivos, lo que vendría a ser el placer del conocimiento, que no sucede de una forma caprichosa e individual, sino que forma parte de una percepción universal.

También habría que matizar lo de **preferencias individuales y colectivas**. Según Bozal un rasgo distintivo de la modernidad es fundar un **gusto autónomo**, en contraposición a la idea de la universalidad del juicio del gusto que había antes del s. XVIII, porque se basaba en las ideas de las exigencias morales, sociales, políticas... Y ello apunta la idea de la evolución del sentido del gusto, que depende del espacio y del tiempo en que se desarrollan las obras de arte. Bozal insiste en las edades del gusto: “El gusto es un fenómeno histórico y los juicios de gusto están sometidos a la historicidad, porque están configurados en la relación sujeto-objeto, una relación cambiante”²⁰³.

El historiador habla de tres factores que inciden en la facultad del gusto, y que podemos tratar de aplicar al fenómeno de las series:

- a) La **inmediatez**. Al visionar una serie de televisión se produce un placer estético porque toda la producción está construida para que así suceda
- b) La **naturaleza específica de las cualidades predicadas**, que ponen de relieve la emoción que suscita en un sujeto en concreto, es decir, va en busca de la emoción y la implicación del espectador por lo que sucede en la narración, y, por último,
- c) La **universalidad**, que incide en la idea de que todos pueden estar de acuerdo mediante la aplicación de unos valores o unas categorías que para todos tienen sentido, y eso, en la serialidad televisiva contemporánea, está muy definido, con la calidad en la producción, el desarrollo de la narración y la ejecución de cada una de las partes implicadas que se reconocen y se ponen en valor.

Otro de los factores que inciden en la serialidad televisiva es el desarrollo de la **verosimilitud**, no se trata tanto de si es verdad o mentira, lo que se busca es que sean narraciones, tramas, personajes verosímiles, que puedan ser creídos, gozando así de los efectos de la verosimilitud que produce el gozo de ver, no lo que ha sucedido sino lo que podría suceder en la realidad, dotando a la narración de una coherencia del desarrollo de los personajes, de las acciones, de los valores que se muestran.

Hablar de la verosimilitud nos lleva a pronunciar “espectadores” en plural. Por esa necesidad de que sea parte de experiencias colectivas, la verosimilitud viene dada por la

²⁰³ Ibidem, p48.

experiencia que tienen los espectadores y cómo aceptan esa realidad, cómo se adhieren a ella, porque tal y como afirma Bozal, “el gusto se perfila como un factor de sociabilidad, hay mucho de imitación en el comportamiento humano, los individuos se dejan influir unos por otros y se adhieren a la comunidad y a los valores que se fijan como cánones estéticos”²⁰⁴. La sociedad hace suyos modos de representación y existe lo que Bourdieu denomina las afinidades electivas, “el gusto es lo que empareja y une cosas y personas que van bien juntas, que se convienen mutuamente”²⁰⁵.

Algunas series de televisión contemporánea representan en un muy alto grado las **cualidades reconocidas** de forma más o menos explícita con el **gusto del espectador**, lo que les une a otros espectadores que de forma más o menos inconsciente se adhieren a las simpatías o antipatías hacia ciertos personajes y por determinadas series, que vendrán dados por la concordancia con la oferta que haya, estableciéndose una conexión objetiva entre la serie que se consume y por el espectador que la consume, produciéndose una correspondencia entre la producción y el público que ésta tiene, cualquier cambio que afecte a la producción inevitablemente producirá un cambio en los gustos. La evolución de las series de televisión hacia **formas y características más complejas** ha permitido un cambio en los gustos de los espectadores.

Bourdieu resume el funcionamiento de nuestra inclinación: “... el gusto, al funcionar como una especie de sentido de la orientación social (*sense of one's place*), orienta a los ocupantes de una determinada plaza en el espacio social hacia las posiciones sociales ajustadas a sus propiedades, hacia las prácticas o los bienes que convienen -que les “van”- a los ocupantes de esa posición”²⁰⁶.

Así pues, según Bourdieu, el gusto dependerá de la capacidad del espectador para **apreciar o rechazar**, sin necesidad que se sepa en concreto que es lo que se debe apreciar o no, pero que parece que se revela de forma instintiva según la clase social a la que pertenezca y que le llevan a hacer lo propio de su clase social. Con la legitimidad de las series de televisión cabe destacar que han entrado a formar parte del *habitus* de todas las clases sociales, y que se ha producido una legitimación de este consumo. Las clases populares comparten el consumo audiovisual de las clases más poderosas.

El *habitus* es el concepto central de la teoría sociológica de Bourdieu, y se puede entender como los esquemas de actuar, pensar y sentir asociados a la posición social, a la clase

²⁰⁴ Ibidem, p127.

²⁰⁵ BOURDIEU, P. Op. Cit. 2017. p282.

²⁰⁶ Ibidem, pp549-550.

social a la que pertenece un individuo. Ello conlleva que las personas de un entorno social homogéneo comparten estilos de vida, conductas y gustos, porque a cada posición social le corresponden diferentes universos de experiencias y prácticas, distintas formas de apreciación que son asociadas de forma natural a una determinada clase.

Lejos estamos en la sociedad jerarquizada de los siglos XVI y XVII, cuando, como dice Gombrich²⁰⁷, se da la oposición entre “lo vulgar” y “lo noble”, siendo “lo vulgar” lo que venía determinado porque seducía a las gentes de clases inferiores, y se distinguía de lo que era apreciado por los nobles, porque tenían el gusto desarrollado para apreciarlo. Como desarrollo en el siguiente punto sobre la **legitimidad de la televisión**, esta ha venido dada por muchas circunstancias; pero una de ellas a considerar es la **universalización de la educación** que ha permitido a todas las clases sociales adquirir unas capacidades y conocimientos que han igualado las competencias de los distintos estratos sociales, y han permitido una especie de **familiarización con la cultura**, poniendo al alcance de todos unos instrumentos que han permitido apreciar una obra de arte, adquirir un lenguaje y construir unas referencias, que a su vez permiten valorar las características de estas. En definitiva, tener un mayor capital cultural, ampliando el que proviene de la familia o del entorno inmediato.

“A la gente le gusta un drama cuando ha conseguido interesarse por los destinos humanos que le son propuestos y en lo que toma parte como si fuesen casos reales”²⁰⁸, escribe Ortega y Gasset. Y cuando Bourdieu habla de la disposición estética,²⁰⁹ recurre a las observaciones de Erwin Panofsky²¹⁰ sobre los objetos de arte, que reclaman ser experimentados por su intención estética, es decir, por su forma en lugar de por su función, y dónde es importante la intención del espectador y de su competencia artística. Tampoco hay que olvidar la necesidad de que existan distintas instancias investidas del poder de imponer una arbitrariedad cultural, cómo pueden considerarse, en este caso, los críticos televisivos. De forma que el nacimiento de un nuevo modo de producción artística se acompaña de la producción de un modo de percepción de la obra que tiende a imponerse como modo de percepción legítima, y que vendrá dado por la exposición de una forma explícita y sistemática de unos principios de legitimidad.

Los principios que rigen las series de televisión contemporánea y que son expuestos por los académicos y por la crítica televisiva, dotan al espectador de unos principios y normas

²⁰⁷ GOMBRICH, E.H. *Meditations on a Hobby Horse*. Londres: Phaidon Press. 1973. p17.

²⁰⁸ ORTEGA Y GASSET, J. “La deshumanización del arte y otros ensayos de estética”. En *Revista de Occidente*, Madrid, 1976. pp18-19.

²⁰⁹ BOURDIEU, P. Op. Cit. 2017. pp33-34.

²¹⁰ PANOFSKY, E. *El significado de las artes visuales*. Madrid: Alianza, 1995.

en los que se le ayuda a descifrar lo que ve. Enseñan una forma determinada de tratar la narración, un estilo, le dotan de unos instrumentos de “lectura”. Como inciso, anotamos que Bordieu propone “utilizar la palabra lectura para reemplazar una serie de términos que designan toda clase de consumo cultural”²¹¹.

En cualquier caso, la familiaridad de la “lectura” se adquiere mediante la frecuentación, una familiarización que consigue imponer unas normas de percepción que variará en función del grado de riqueza y de la complejidad del código aplicado. La misma obra puede proporcionar información diferente, ya que cada espectador posee una capacidad de percepción de la información propuesta por la obra que depende de su propio conocimiento.

La lectura que realizará cada espectador define las diferentes formas en que se apropian del bien cultural y por el que sentirán placer o gusto, aplicando sus propios conocimientos, su capacidad de descifrar, aplicando su propio código cultural. Bourdieu dice que hay dos enfoques de los sistemas de clasificación de la lectura, por un lado, las clasificaciones explícitas, y, por otro lado, el sistema de clasificación de cada lector: “El placer de la obra de arte, supone un acto de conocimiento, una operación de desciframiento de codificación que implica un patrimonio cognitivo, de un código cultural”²¹².

Por tanto, el gusto por las series de televisión contemporánea viene dado por el placer que produce a cada espectador cuando lo que está viendo adquiere sentido y despierta su interés, aplicando su propio sistema de percepción, que le permite relacionarlo con otros productos culturales.

Los cambios producidos en la distribución de los medios de comunicación han permitido el acceso mayoritario de una mayor cantidad de contenido audiovisual, así como aumentar el bagaje cultural audiovisual, de forma más fácil y accesible para el espectador, que a su vez permite ser más abierto a la hora de aplicar los códigos de percepción disponibles y admitir que existen otros códigos válidos que se ignoran y que, si son adoptados, pueden también producir un nuevo placer e incrementar el gusto.

4.2.3. La legitimación de la serialidad televisiva

“El enclasmiento oficial depende de su aptitud para hacerse reconocer, para hacerse percibir y para hacerse admitir”.
Pierre Bourdieu²¹³

²¹¹ BOURDIEU, P. Op. Cit. 2010. p253.

²¹² Ibidem, p233.

²¹³ BOURDIEU, P. Op. Cit. 2017. p564.

Newman y Levine²¹⁴ estudian cómo la televisión está cambiando su valor cultural a medida que van emergiendo y luchando por su dominio. En los inicios la televisión norteamericana había tres grandes cadenas que dominaban el 90% del mercado, cuyos espectadores veían lo que éstas emitían al momento; el espectador era un ser pasivo, que se echaba en el sofá y consumía lo que fuera. Este escenario antiguo se encuentra muy lejos del escenario actual del espectador contemporáneo. El significado cultural de esa televisión pasada era como un medio comercial que era consumido de forma colectiva en los hogares, y eso denotaba unas asociaciones negativas como que ver la televisión era “una pérdida de tiempo” y que se asociaba al “ocio que se ofrecía para las mujeres y los niños”.

La historia cultural de EE. UU. ofrece múltiples ejemplos de diferentes formas de cultura popular que con el paso del tiempo han obtenido su legitimidad cultural y que pone de manifiesto que las etiquetas de “baja” y “alta” cultura no son permanentes. Sirva de ejemplo lo ocurrido con el jazz o con la fotografía, que con el paso del tiempo y el cambio de *habitus* fueron adquiriendo su legitimidad a partir de distintos movimientos, pero, sobre todo, a partir de su aceptación en los espacios reservados para la alta cultura, ya sean museos o espacios de concierto, a través de la elaboración de distintos discursos críticos avalándolos y ser estudiados a nivel académico en las universidades.

Esta legitimación de determinadas series de televisión está todavía en proceso, aunque se puede considerar que en este momento se encuentra en el punto más álgido de su existencia.

En ese sentido, Nussbaum apunta:

“But as this decade began, it had already begun to dawn on viewers that television was something that you could not just merely enjoy and then discard but brood over and analyze, that could challenge and elevate, not just entertain. And a new generation of prickly, idiosyncratic, egotistical TV auteurs were starting to shove up against the limits of their medium, stripping apart genres like the sitcom and the cop show, developing iconic roles for actors...”²¹⁵.

El desarrollo de la televisión contemporánea es clave para su legitimación. Con la aparición de las cadenas de pago, destaca la importancia que se ha dado a la figura del

²¹⁴ NEWMAN y LEVINE. Op. Cit. 2012.

²¹⁵ NUSSBAUM, E. “When TV Became Art”. En *New York Magazine* [online], 2 de diciembre 2009. <https://nymag.com/arts/all/aughts/62513/> Recuperado: 24 de enero 2018.

showrunner, asociado al desarrollo de la idea del autor para diferenciar el producto televisivo como producto de calidad y su capacidad para crear marca de la cadena de televisión, que sirve para atraer una audiencia más sofisticada. Al elevar la consideración de las series de televisión a arte, se legitima a los creadores y a aquellos que la consumen. Su diferenciación de la *soap opera* viene por el cambio en su construcción narrativa, trabajando las tramas y la construcción de personajes, dando importancia a los finales, limitando la serialidad, y distanciándose del contenido habitual de sus historias, también al ir incluyendo una imagen más cinematográfica, de mayor calidad y sofisticación, que se puede resumir en ir introduciendo elementos de mayor complejidad artística.

A medida que se han ido añadiendo canales, ya sean por cable o por satélite, ha sido posible un mayor acceso al contenido de otras formas narrativas con el consiguiente aumento de la reputación de la televisión. Además, permite al espectador hacer su propia programación, individualizando y personalizando el consumo. La televisión se ha convertido en el anatema de los *mass media*, la cultura de masas. La libertad que permite la nueva tecnología de ver lo que se quiere y cuando se quiere es uno de los discursos dominantes en la **legitimación de la televisión**. La posibilidad de revisar episodios de series para poder hacer un análisis más profundo la acerca a la literatura o a la música, que pueden ser revisadas cuando y cuanto se desee, y eso ha alentado también a los productores para hacer un producto de mayor calidad.

En el mismo artículo, Nussbaum asocia el alto nivel de la televisión con el desarrollo del fenómeno fan: “By opening up TV to a deep analysis, these technologies emboldened a community of TV-philies fans and academics who defended the medium as worthy of critical respect”²¹⁶.

Todo ello ha venido acompañado por las publicaciones denominadas “intelectuales”, que tratan algunos programas en términos que antes estaban reservados para las artes más establecidas, léase, pintura, escultura, cine, literatura, danza, música... La legitimación se hace evidente cuando se encuentran críticas en periódicos, revistas, blogs, programas de radio y televisión, discusiones entre periodistas, académicos y fans, donde comparten sus opiniones y análisis.

Hay que recordar que los premios para validar un determinado arte también sirven para legitimarlo, y así ocurre con las series de televisión. El auge del prestigio de los *Emmy Awards*²¹⁷ y de los *Golden Globe Awards*²¹⁸ también contribuyen, definitivamente.

²¹⁶ Ibidem, p6.

²¹⁷ Academy of Television Arts and Sciences www.emmys.com [Página web]

²¹⁸ Golden Globe Awards www.goldenglobes.com [Página web]

Se debe apuntar como crucial para este proceso de legitimación la Convergencia Cultural estudiada a fondo por Jenkins, que no es otra cosa que el flujo de contenido a través de diversas plataformas mediáticas, la cooperación entre sus industrias y el movimiento de sus audiencias. La revolución tecnológica a la que hemos asistido ha permitido todo este movimiento e interacción. La fragmentación de la audiencia, la multiplicidad de la distribución, la convergencia estética entre el cine, la televisión e internet permite que puedan compartir su estatus cultural.

Así, Bianculli concluye “TV is our most common language, our most popular pastime, our basic point of reference; it’s also where most of our children are first exposed to allusion, satire and other “literary concepts”²¹⁹. Insiste en la necesidad de repasar la evolución de la televisión para situarla en la actualidad, y saber que es heredera de la radio es uno de los puntos importantes. Las *soap opera* televisivas son herederas de las *soap opera* radiofónicas, y por ello se asociaba con las argumentaciones de pérdida de tiempo, que robaba tiempo de hacer otras cosas, que era tan solo un entretenimiento femenino. Pero esta argumentación fue hecha antes también con el teatro y con las películas, y antes también incluso con los libros y los periódicos. Pero se da la paradoja que según qué tipo de televisión se mire puede inspirar a la gente a leer libros, puede expandir el respeto por otras culturas, ofrecer otros puntos de vista, en definitiva, expandir y cultivar los conocimientos del espectador. Se sabe de las referencias literarias y cinematográficas que utilizan todos los guionistas de las series de televisión para escribir sus guiones.

Lo que defiende Bianculli es la alfabetización que proviene de la televisión. Gracias a los avances tecnológicos, actualmente se pone a disposición del espectador la posibilidad de ver series de televisión que se habían hecho hace 30 años, permite ampliar los conocimientos sobre cualquier serie, ya sea de sus fuentes, de sus protagonistas, de lo que la crítica o de lo que otros espectadores escriben sobre ella, permiten que a veces se encuentren significados o referencias que ni tan solo había sido pensadas por sus creadores. Desarrolla la creatividad de los espectadores y les hace desarrollar sus habilidades críticas en otros campos.

Así como leer libros antiguos expande la alfabetización cultural, el hecho de visionar programas de televisión antiguos incrementa la alfabetización televisiva y sucede al igual que escuchar músicas de épocas anteriores puede despertar sentimientos nostálgicos, pero

²¹⁹ BIANCULLI, D. Op. Cit. 1992. p5.

también puede enriquecer a las nuevas generaciones²²⁰.

La televisión alimenta a los espectadores con constantes referencias o alusiones a programas tanto del pasado como del presente, que agradecen estas referencias, alimentando su ego por saber interpretar el material que les están dando e incrementar su capital cultural.

Bianculli se define a sí mismo como un espectador de televisión profesional, un crítico de televisión, en definitiva, y es por ello que los críticos visionan más cantidad y calidad de televisor que nadie. Su deber es ser igualmente fluido tanto en la buena como en la mala televisión. La visión que aún tienen muchos sobre la crítica televisiva es de desprecio, porque desdeñan al medio ya que pueden hacerles parecer menos eruditos. Para hacer su defensa sobre la televisión nos redacta un manifiesto: *Ten Commandments of Good Television*²²¹, que desgrana a lo largo de su libro, y que viene a hacer una defensa de la buena televisión:

- El primer punto viene a decir que la televisión es demasiado importante para apagarla, porque la televisión nos explica el mundo, léase las noticias, los documentales, etc.
- El segundo punto²²² recuerda el discurso pronunciado en 1961 por Newton E. Minow, que comparaba la televisión con un desierto, y que 30 años más tarde el propio Minow rectificó, aludiendo que la televisión por cable había cambiado el desierto por la plenitud.
- El tercer punto rechaza la idea que la violencia que existe en la vida cotidiana se deba a la violencia que se ve en la televisión.
- El cuarto punto²²³ niega el robo de tiempo que supone ver la televisión. Depende mucho de lo que se está viendo, e incluso puede ayudar a luchar contra la ignorancia, la intolerancia y la indiferencia.
- El quinto punto²²⁴ hace alusión a McLuhan y su idea del mundo global, la televisión es una gran ventana al mundo que nos permite observar cosas que serían inalcanzables o incomprensibles.

²²⁰ Consideraremos “libros antiguos” y “programas de televisión antiguos” aquellas formas culturales originales de épocas o periodos anteriores, que no sean de rabiosa actualidad. En general, libros, series de televisión o piezas musicales que pueden despertar sentimientos nostálgicos y, al mismo tiempo, enriquecer las nuevas generaciones.

²²¹ BIANCULLI, D. Op. Cit. 1992. p64.

²²² Ibidem, p72.

²²³ Ibidem, p85.

²²⁴ Ibidem, p87.

- El sexto punto²²⁵, por el contrario, critica a McLuhan: el medio no es el mensaje.
- El séptimo punto²²⁶ reclama el respeto por la televisión, aludiendo otra vez a McLuhan, que decía que cada nuevo medio de comunicación de masas es rechazado en la medida en que tiene la aceptación popular, mientras que el anterior adquiere la categoría de “arte”, como una comprensión retrospectiva.
- El octavo punto²²⁷ expone el paralelismo entre la literatura y la televisión. Y en este caso no hace falta enumerar las veces que se ha dicho que escritores como Shakespeare, Dickens o incluso Dante, si estuvieran vivos, estarían escribiendo para la televisión. La profundidad con que algunos de los personajes y tramas son retratados en las series a veces superan los desarrollos literarios.
- El noveno punto²²⁸ reclama el estudio en profundidad de la televisión, de la importancia que los estudios sobre la televisión formen parte de estudios universitarios para definitivamente avalar la importancia de la televisión.
- En el décimo y último punto²²⁹ nos asegura que la alfabetización televisiva ha llegado y que debemos acogerla, porque nos aporta unos conocimientos y un lenguaje común, que permite unir a las personas de distintas razas, lugares, edades, clases y sexos. En definitiva, porque es nuestro *zeitgeist* compartido, participamos de nuestra lengua más común, el pasatiempo más popular, uno de los puntos básicos de referencia, donde nuestros hijos están expuestos por primera vez a la ilusión, a la sátira y a otros conceptos literarios.

Todos estos argumentos no hacen sino otra cosa que reivindicar la legitimación de la televisión, y Bianculli, en tanto que crítico televisivo, también reivindica su trabajo, ya que parte de la legitimación de la televisión viene dada por la labor de los críticos.

4.2.4. Los críticos de televisión, los sacerdotes del gusto

“A estas alturas es bastante fácil demostrar que el hombre no puede vivir sin la crítica. El ser humano en su breve periplo por

²²⁵ Ibidem, p99.

²²⁶ Ibidem, p110.

²²⁷ Ibidem, p139.

²²⁸ Ibidem, pp142-147.

²²⁹ Ibidem, pp148-159.

la vida apenas tiene dos maneras de hacer tangible la existencia: a través de la creación y a través de la crítica de esa creación, allí donde hay creación siempre le sucederá una fase crítica que aspira a convertir en algo superior eso que ya existía”.
Juan Antonio García Borrero²³⁰

El trabajo, pues, de los críticos es analizar aquello que se les está mostrando y evaluarlo, lo que incluye desde su narración a su puesta en escena, pasando por las actuaciones...y así un largo etcétera. Muchos de ellos establecen relaciones con otras narraciones televisivas, con la literatura, con la psicología, con la sociología... Su misión es revelar todas las complejas referencias que puedan hallar, que quizás a ojos de los espectadores han podido pasar desapercibidas, e que incluso puede suceder que el autor de la narración tampoco sea consciente de esta relación.

Lejos quedan las quejas de Robert Thompson²³¹ reflejadas en un ensayo de 1988, donde reclamaba unos estudios en profundidad de la televisión, como puedan ser los estudios universitarios y los programas de doctorado, para así analizar la televisión en profundidad, como se ha analizado la literatura. Decía que, como profesor, no tenía que amar a la televisión, sino enjuiciarla. Abogaba por la convergencia de los académicos y los críticos de televisión para analizar los programas en profundidad, más allá de detenerse solo en los nuevos temas o ideas que surgían como reclamo, pero que no alcanzaban a analizar con seriedad, es decir, conseguir a través del análisis reflexivo la revelación de las relaciones que puedan existir con la filosofía, con la historia, con la sociología, con la literatura, con la propia televisión y con un infinito etcétera de conexiones que se pueden desarrollar.

“El gusto se clasifica y clasifica al clasificador”. Con esta frase de Bourdieu²³² se enaltece la figura del crítico, al legitimar según qué series de televisión al elevarlas como arte. Así aquellos que las analizan, las clasifican, las enaltecen, se están revalidando ellos mismos. En su libro *El Sentido social del gusto*²³³, Bourdieu aborda la labor del crítico, de su función pedagógica, de su capacidad para hacer ver, de destacar aquello que es preciso advertir para percibir correctamente la obra de arte. Así pues, al crítico de televisión le corresponde designar y consagrar ciertas series de televisión como “arte” que debe ser apreciado y admirado.

²³⁰ GARCÍA BORRERO. Op. Cit. 2002. pp303-316.

²³¹ THOMPSON, R. “The <Garbage> on Television is Worth Including in the College Curriculum”. En *The Chronical of Higher Education*, 26 de octubre 1988.

²³² BOURDIEU, P. Op. Cit. 2017. p6.

²³³ BOURDIEU, P. Op. Cit. 2010.

Esto lo convierte en una **autoridad pedagógica** para el espectador contemporáneo, que ha adquirido una actitud frente a la narración televisiva distinta, éste no tiene una actitud pasiva, quiere saber más y se informa de forma muy rápida y sencilla a través de las redes sociales, no tiene la necesidad de acudir a fuentes especializadas para completar su lectura audiovisual. Muchos críticos poseen cuentas en Twitter o en Facebook o blogs propios, donde ofrecen sus análisis, replican a sus colegas, o a los propios espectadores.

Bourdieu hace referencia al **buen crítico** como aquel que es capaz de identificar los elementos que hacen de una obra algo singular y que merecen la pena observar, por ello él habla de la necesidad de “frecuentar las obras”. Como anteriormente hemos dicho, el crítico de televisión debe visionar mucha televisión, la buena y la mala, eso le va a permitir ver lo que ya se ha hecho, identificar las obras, las características, las novedades, rescatando el concepto de Bianculli cuando nos habla de la necesidad de que el crítico sea un espectador profesional de la televisión.

Bourdieu nos habla también de la necesidad de que exista el espectador, porque a éste compete la facultad de terminar el trabajo artístico, en función de su aprehensión de la obra, de su conocimiento de las normas que rigen la relación de la obra de arte con la situación social, política, histórica, etcétera, que definitivamente influirán en la aptitud del espectador para aceptar la obra en función de su experiencia, de su formación artística y que vendrá ayudada por la labor de análisis y divulgación de los críticos.

La facilidad que existe actualmente al acceso de estas obras, la proliferación de las plataformas digitales, que han aumentado la capacidad de consumo audiovisual de los espectadores contemporáneos de las diferentes series de televisión, permiten al espectador una mayor experiencia. En la medida que el espectador contemporáneo tiene acceso a un mayor número de series de televisión, con distintos estilos y diferentes variantes, crece su capacidad para admitir distintos códigos de narración y es más capaz de percibir aquello que los críticos de televisión destacan. Los espectadores adquieren una competencia artística que les permite disfrutar de otra manera de las narraciones de la televisión contemporánea, adquieren los códigos necesarios para descifrar las distintas obras, e incluso han adquirido la capacidad de admitir que las obras introduzcan códigos que desconocen, y eso no les impide disfrutarlo. Saben de la transformación de las herramientas para producir las obras artísticas y saben también que es una **transformación lenta y laboriosa** que requiere también de una transformación lenta y laboriosa para percibirlo, para que lo puedan interiorizar.

Bourdieu explica que la **autonomía del campo artístico** se acelera en la Revolución Industrial, y que es entonces cuando se desarrolla la verdadera industria cultural y se establece una nueva relación entre la prensa cotidiana y la literatura, se amplía el público susceptible de leer lo que esta dice, y también gracias a la generalización de la enseñanza se amplía la diversidad del público. Los cánones se fijan y aprenden con la educación, y la educación artística debe ser parte de la educación. Estas ideas ilustradas se mantienen en la actualidad.

Las redes sociales han contribuido definitivamente a este proceso de circulación y de consumo donde se relacionan indistintamente productores, autores, crítica y público, cada uno desde la posición relativa que ocupan en la estructura.

Considera que los críticos, los periodistas y los académicos se esfuerzan por explicar y establecer un sistema de valoración que fuerza a los autores a explicar mejor la idea que tienen sobre lo que han realizado o de lo que quieren hacer. Así pues, resultan esenciales las relaciones entre el editor y el autor, el editor y el crítico, el crítico y el autor, y, finalmente, entre la crítica y el espectador, cada uno desde el lugar que le corresponde en el sistema de producción en el que se encuentra. Es por ello que Bourdieu incluso define el rol de la obra: “La objetivación de la crítica que apunta a explicitar el sentido objetivamente inscrito en la obra está sin duda llamada a jugar un rol determinante en ese proceso, favoreciendo la toma de conciencia de la intención objetiva de las obras y colaborando así con el esfuerzo de los productores para realizar su esencia singular”²³⁴.

El crítico puede contribuir a la difusión y a la consagración definitiva de las obras de arte, no obstante, dependerá de la legitimidad que posea, de la posición jerárquica que ocupe. Así, Bourdieu insiste en la necesidad de todos los actores de la producción cultural, ya sea el crítico, el productor o el *showrunner*, en hacerse un nombre, “un capital de consagración que implica el poder de consagrar objetos (es el efecto de marcas o de firma) o personas (por la publicación, la exposición...) y, por lo tanto, de atribuir valor y entrar beneficios de esta operación”²³⁵. Si bien, destaca que lo verdaderamente importante para crear la legitimidad es considerar el campo de producción, como un sistema de las relaciones entre todos los agentes y entidades que negocian constantemente para constituir la consagración para engendrar el valor de las obras y la creencia de ese valor.

El crítico está constantemente **instruyendo al lector, al espectador**, no se trata de decirle lo que quiere oír o lo que ya sabe, sino de hablarle sin engañarle, ni engañarse.

²³⁴ Ibidem, pp96-97.

²³⁵ Ibidem, p154.

Evidentemente influye el lugar de publicación, la línea editorial, el formato, el medio: a cada forma de producción le corresponde un lugar natural en el campo de producción. Y el crítico tendrá influencia en tanto en cuanto el lector se la otorgue, porque están en concordancia con su visión del mundo social, sus gustos, su *habitus*. Solo se apreciará y tendrá sentido si el crítico y el espectador poseen los mismos códigos de percepción, comparten estilos, comparten la familiaridad con la lógica interna de las obras, son capaces de descodificar de la misma forma. En definitiva, si poseen un código compartido, e incluso yo añadiría que debe existir la voluntad de compartirlo.

Pero ello no implica que haya una única lectura, y en este punto recordaremos que Bourdieu aplica la palabra “lectura” como sinónimo de cualquier actividad que implique consumo cultural²³⁶. De las obras culturales, cada “lector” es único. Bourdieu dice que es un acto que remite a la individualidad y por ello es necesario aceptar que pueden existir lecturas ambiguas. Hay múltiples lecturas que ayudan a expandir el texto, seguramente el autor tiene en mente un lector ideal, sobre el que piensa que puede controlar su recepción, pero esto no es así. Y, a menudo, el crítico ayuda a que no lo sea.

Podemos considerar entonces al **crítico como artista**, en tanto que su labor aporta una interpretación creadora que no solo incide en los espectadores sino en todos los agentes del sistema de producción. Esta función creadora del crítico crea una relación de admiración mutua entre los artistas y los críticos.

En *El crítico como artista*, Wilde representa un diálogo entre Gilberto y Ernesto que versa sobre la crítica y la presenta como un artista; nos habla de su legitimidad, de sus orígenes en tiempos de los griegos -a los que atribuye el origen del espíritu crítico-, cita a Aristóteles y su *Tratado sobre la Poesía* y a Platón cuando habla de “la unidad en la obra de arte, de la necesidad del tono y de la armonía, el valor estético de las apariencias, la relación de las artes visibles con el mundo externo y la relación de la ficción con el hecho”²³⁷. Wilde afirma que los griegos son los que han creado todo el sistema de la crítica del arte, que ya en su tiempo se reunían y hablaban sobre la pintura, disertaban y hacían ensayos sobre arte. La crítica selecciona los elementos que le parecen más interesantes para comentar y resaltar. Esta capacidad de selección supone una facultad esencial para la creación, el **instinto crítico**, el que es capaz de inventar nuevas formas, distinguir escuelas y estilos y, distintos moldes de creación. Por eso la crítica necesita una cultura mucho mayor que la del creador de la obra de arte; para poder hablar de la creación se debe poseer el

²³⁶ Ibidem, p253.

²³⁷ WILDE, O. Op. Cit. 1969. p28.

lenguaje necesario y una alta capacidad analítica. En definitiva, supone una creación dentro de la creación.

Wilde trata la obra de arte como un punto de partida, y a partir de ahí el crítico la destila e incluso revela cosas que el artista no había puesto en ella. La creación del artista limita la visión, mientras **la contemplación del crítico** la ensancha, muestra la obra de arte en una forma distinta a la obra misma. El crítico debe conocer las condiciones de trabajo del creador de la obra, los usos y formas, los cánones del momento de la creación y eso le va a permitir ahondar en los misterios de la creación, revelando cosas distintas que no estaban en la mente o en el pensamiento del creador.

Y concluye Wilde: “Incluso es todavía más el contemplador quien da a la cosa bella su mirada de sentido y la vuelve maravillosa para nosotros y la fija en alguna relación nueva con la época, de tal modo que esa cosa se convierte en parte vital de nuestras vidas y en un símbolo de aquello por lo que oramos, o quizá de aquello que, después de haberlo pedido en nuestras plegarias tememos recibir”²³⁸.

La consideración del poeta, dramaturgo y ensayista irlandés contrasta con la idea que revela el filósofo y ensayista francés George Steiner en una entrevista publicada de forma póstuma²³⁹, en la que siendo él un crítico consagrado habla de sí mismo como que ha ejercido el papel de parásito, nutriéndose de la obra de los otros, situándose lejos de la gran aventura de la creación. Es esta una idea que, como artista, no comparto en absoluto.

A mi entender, los críticos de televisión actúan como **profetas del gusto** para el espectador contemporáneo, ya que establecen las normas del “buen gusto” a través de sus análisis, ya sean escritos u orales, en los distintos medios de comunicación, en prensa, radio o televisión, o bien a través de las distintas redes sociales. Muestran sus preferencias, sus juicios de forma inmediata y con pretensión de universalidad; el gusto no es un compartimento estanco, sino que **fluye** a medida que se presentan nuevas formas. El gusto se fundamenta, entonces, sobre unas **categorías externas** que el espectador reconoce y ha aprendido a valorar, que pueden abarcar lo bello, lo sublime, lo pintoresco, lo terrorífico. Sabemos que el fenómeno del desarrollo de la crítica aparece en los salones de arte durante el s. XVII, y aquellos que no podían asistir tenían conocimiento a través de las publicaciones que aparecieron para difundir y valorar el arte del momento, para difundir y valorar el gusto, exponiendo entonces los **estados de opinión de los**

²³⁸ Ibidem, pp47-48.

²³⁹ ORDINE, N. “La entrevista póstuma de George Steiner”. En *El País*, 4 de febrero de 2020. https://elpais.com/cultura/2020/02/04/actualidad/1580845337_200341.html Recuperado: 4 de febrero de 2020.

críticos del momento sobre el arte del momento. Sabemos también que a partir del s. XVIII producen un nuevo género literario, donde se valoran las mejores y más valiosas obras, y eso implica el desarrollo de un nuevo lenguaje, que debe preguntarse sobre las razones de los juicios que se emiten. Supone hacer un análisis más detallado y más argumentado, en el que más allá de las cualidades objetivas deberán relatar las cualidades estéticas, que vienen a ofrecer el punto de vista individual del crítico.

De los salones de pintura del s. XVII pasamos a la *Television Critics Association*²⁴⁰, conocida como *TCA*, fundada en la década de los 80 del s. XX en Estados Unidos. La *TCA* representa a más de 200 periodistas profesionales que cubren las emisiones de la televisión para publicaciones en Estados Unidos y Canadá. Estos periodistas tienen una audiencia de decenas de millones de consumidores semanalmente y son considerados expertos dentro de la industria, representando a sus empleadores en tareas de moderadores, panelistas, invitados de radio o televisión, etcétera. La prestigiosa organización honra los logros sobresalientes en televisión y las contribuciones duraderas al patrimonio del medio anualmente mediante los *TCA Awards*, celebrados desde 1984. Se reúnen en Los Ángeles y un par de veces al año organizan el *TC Press Tour*, que existe para servir a sus miembros. El *tour* de prensa representa una oportunidad sin precedentes para estos profesionales de obtener acceso a las personas que hacen televisión. Los informes que los miembros hacen en la gira de prensa crean material para todo el año, y, al mismo tiempo, les proporciona valiosos contactos directos con ejecutivos, productores y actores.

Tal y como he argumentado, el crítico de televisión es un espectador profesional que se dedica a ver tanto las buenas series como las malas y a partir de sus conocimientos puede realizar sus escritos, ya sean a modo de reseña, resumiendo algún episodio o para escribir sobre determinados elementos narrativos, o de otra consideración que se muestran o se deducen en la serie. Su **reconocimiento público** le permitirá tener mayor o menor consideración, ya sea dentro de su propio gremio, ya sea con los espectadores que lo lean. Algunos entonces pueden considerarse miembros de élite de esta comunidad que actúan como comisarios de arte, que crean valor a través de la crítica, a través de la valoración y del análisis que hacen. Entre ellos, destaco la figura de **Emily Nussbaum**, por la creación del neologismo de *Bad Fan*, pero también por su consideración entre otros críticos, por el medio en el que escribe y por la capacidad de transmisión y de repercusión; en definitiva, por su capacidad de ser *influencer* a través de sus escritos.

²⁴⁰ Television Critics Association. tvcritics.org [Página web]

4.2.5. Emily Nussbaum: crítica, *influencer*, comisaria, profeta...

La legitimidad de Emily Nussbaum, profeta del gusto de nuestro tiempo, viene dada por el medio en el que escribe, la revista *The New Yorker*, por sus críticas televisivas, por su participación en distintos paneles sobre series de televisión, por la repercusión que tienen sus críticas y por la consideración entre otros críticos, académicos y los propios creadores. El neologismo de *Bad Fans*, tiene un alcance y consideración que va más allá de un solo artículo: otros críticos han adoptado el término o han creado un nuevo neologismo con el mismo concepto, como *Team Walt*. Además, el término *Bad Fans* ha aparecido en diversos libros de distintos escritores. Se hace necesario, pues, revelar a esta miembro de élite de la comunidad de críticos, presentando el medio en el que escribe, el *New Yorker*, así como su propia historia, para luego entrar en el análisis de algunos de sus escritos.

4.2.5.1. *The New Yorker*

*The New Yorker*²⁴¹ es una revista semanal estadounidense de reportajes, comentarios, críticas, ensayos, ficción, sátira, dibujos animados y poesía, publicada por Condé Nast. Comenzó como un semanario y en la actualidad se publica 47 veces al año.

Aunque sus listados y listas de eventos a menudo se centran en la vida cultural de la ciudad de Nueva York, *The New Yorker* tiene una amplia audiencia fuera y se lee internacionalmente. Conocida por sus portadas ilustradas y por sus crónicas sobre la cultura americana, su atención se centra en la ficción moderna mediante la inclusión de cuentos y reseñas literarias. Se conoce por su rigurosa verificación de los datos, su periodismo sobre política y temas sociales, críticas teatrales, musicales y televisivas y sus ilustraciones y caricaturas.

The New Yorker debuta el 21 de febrero de 1925, fundada por Harold Ross y su esposa, Jane Grant, una reportera del *The New York Times*. Ross quería crear una revista de humor “sofisticado”, que fuera diferente de las publicaciones de humor “cursis” como *Judge*, donde había trabajado, o *The Old Life*. Ross editó la revista hasta su muerte en 1951.

Durante los primeros años, la revista se enorgullecía de su sofisticación cosmopolita. Aunque la revista nunca perdió sus toques de humor, pronto se estableció como un foro preeminente para la ficción seria, los ensayos y el periodismo. A mediados del s. XX

²⁴¹ *The New Yorker*, Nueva York. www.newyorker.com [Página web]

popularizó el relato corto como forma literaria. En las décadas siguientes, la revista publicó cuentos de muchos de **los escritores más respetados** de los siglos XX y XXI, entre ellos: Truman Capote, John Cheever, Roald Dahl, John McNulty, Joseph Mitchell, Alice Munro, Haruki Murakami, Vladimir Nabokov, John O'Hara, Dorothy Parker, Philip Roth, J.D Salinger, Irwin Shaw, James Thurber, John Updike y Stephen King.

En sus primeras décadas, la revista podía publicar dos, o incluso tres, cuentos cortos por semana, pero en los últimos años el ritmo se ha mantenido en **una historia por número**. Mientras que algunos estilos y temas se repiten con mayor frecuencia, las historias están marcadas menos por la uniformidad que por la variedad, y han ido desde las narrativas internas introspectivas de Updike hasta el surrealismo de Donald Barthelme, y desde relatos parroquiales de las vidas de neuróticos. Kurt Vonnegut dijo que *The New Yorker* ha sido un instrumento eficaz para lograr que una gran audiencia aprecie la literatura moderna. La entrevista de Vonnegut en 1974 con Joe David Bellamy y John Casey²⁴² contenía una discusión sobre la influencia de *The New Yorker*, donde decía:

“El factor limitante [en la literatura] es el lector. Ningún otro arte requiere que el público sea un artista. Debe contar con que el lector sea un buen intérprete y puede escribir música que él no puede interpretar, en cuyo caso es un fracaso. Esos escritores que mencionaste y yo mismo les estamos enseñando a la audiencia a tocar este tipo de música en sus cabezas. Es un proceso de aprendizaje, y *The New Yorker* ha sido una muy buena institución del tipo que se necesita. Tienen una audiencia cautiva, y salen todas las semanas, y las personas finalmente se dan cuenta de Barthelme, por ejemplo, y pueden realizar ese tipo de cosas en sus cabezas y disfrutarlas”.

Los artículos de no ficción (que generalmente constituyen la mayor parte del contenido de la revista) cubren una serie de temas eclécticos.

La revista destaca por sus tradiciones editoriales. Bajo la rúbrica *Profiles*, publica artículos sobre personajes destacables como Ernest Hemingway, Henry R. Luce y Marlon Brando, el mago Ricky Jay y los matemáticos David y Gregory Chudnovsky. Otras secciones producen el mismo interés, como *Goings on About Town*, que destaca eventos culturales y de entretenimiento en Nueva York, y *The Talk of the Town*, una mezcla de piezas breves, con frecuencia viñetas cómicas, caprichosas o excéntricas de la vida en la gran manzana. Se caracteriza por su estilo ligero, aunque en los últimos años la sección a menudo comienza con un comentario serio.

²⁴² ALLEN, W. R. (Ed.) *Conversations with Kurt Vonnegut*. Jackson, Mississippi: University Press of Mississippi, 1988. pp163-164.

Durante muchos años, se han utilizado fragmentos de periódicos que contienen errores divertidos, significados no intencionados o metáforas mal mezcladas como elementos de relleno, acompañados de una respuesta ingeniosa. Y a pesar de algunos cambios, la revista ha mantenido durante décadas gran parte de su aspecto tradicional en tipografía, diseño, portadas y obras de arte. En 1985, la revista fue adquirida por Advance Publications, la compañía de medios propiedad de Samuel Irving Newhouse Jr.

Ross fue sucedido como editor por William Shawn (1951-87), seguido por Robert Gottlieb (1987-92) y Tina Brown (1992-98). Entre los **autores importantes de no ficción** que comenzaron a escribir para la revista durante la redacción de Shawn se encuentran Dwight Macdonald, Kenneth Tynan y Hannah Arendt; hasta cierto punto, los tres autores fueron controvertidos. Arendt fue la más obvia, por su reportaje de Eichmann en Jerusalén que apareció en la revista antes de que se publicara como libro.

La dirección de casi seis años de Brown atrajo más controversia que la de Gottlieb o incluso la de Shawn. Introdujo el color en las páginas editoriales (varios años antes que *The New York Times*) y la fotografía, con menos texto en cada página y un diseño generalmente más moderno. Más importante aún: aumentó la cobertura de eventos actuales y temas candentes como las celebridades y los magnates de los negocios. Una nueva página de cartas al editor y la adición de líneas de autor a sus piezas de *Talk of the Town* tuvieron el efecto de hacer que la revista fuera **más personal**. El editor actual de *The New Yorker* es David Remnick, quien sucedió a Brown en julio de 1998.

En la década de los 40, el compromiso de la revista con la **verificación de los hechos** ya era bien conocido. Sin embargo, en la década de los 90, la revista desempeñó un papel en una demanda por escándalo literario y difamación en dos artículos de Janet Malcolm, quien escribió sobre el legado de Sigmund Freud, que plantearon preguntas sobre el proceso de verificación de datos de la revista. A partir de 2010, *The New Yorker* emplea 16 verificadores de hechos.

Desde fines de la década de 1990, *The New Yorker* ha utilizado internet para publicar material actual y archivado. Mantiene un sitio web con contenido de la edición actual, con contenido exclusivo solo para la web. Los suscriptores tienen acceso a la edición actual completa en línea, así como a un archivo completo de las ediciones anteriores que se pueden ver como se imprimieron originalmente. Además, los dibujos de *The New Yorker* están disponibles para su compra en línea. También se ha emitido un archivo digital de ediciones anteriores de 1925 a abril de 2008 (que representa más de 4.000 números y

medio millón de páginas). Más recientemente, se ha lanzado una versión para iPad de la edición actual de la revista.

En su número del 1 de noviembre de 2004, la revista respaldó por primera vez a un candidato presidencial, concretamente al demócrata John Kerry que se enfrentaba al republicano George W. Bush. Este respaldo continuó en 2008, cuando la revista apoyó a Barack Obama sobre John McCain; en 2012, cuando respaldó a Obama sobre Mitt Romney; y en 2016, cuando respaldó a Hillary Clinton sobre Donald Trump.

A pesar de la delimitación geográfica de su título, *The New Yorker* se lee en todo el país, con el 53 por ciento de su circulación en las 10 principales áreas metropolitanas de EE. UU. Según *Mediamark Research Inc.*, la edad promedio de los lectores de *The New Yorker* en 2009 fue de 47 (en comparación con 43 años, en 1980, y 46 años, en 1990). El ingreso promedio de los lectores de *The New Yorker* en 2009 fue de 109.877 dólares anuales (el ingreso promedio en 1980 fue de 62.788 dólares; el ingreso promedio en 1990 fue de 70.233 dólares).

Según *Pew Research*, el 77 por ciento de la audiencia de *The New Yorker* tiene valores políticos de centro izquierda, mientras que el 52 por ciento de esos lectores tiene valores políticos "consistentemente liberales". Todo ello permite describir a un lector de clase media alta, con estudios y con intereses culturales.

4.2.5.2. Emily Nussbaum

Nacida en 1966, Emily Nussbaum es una periodista estadounidense que escribe crítica de televisión en *The New Yorker*.

Anteriormente, fue la editora de *Culture* en Nueva York, y antes de eso, la editora en jefe de *Nerve*. Ha escrito para numerosas publicaciones, como *The New York Times*, *Slate*, *The Nation* y la difunta *Lingua Franca*. Principalmente, escribe sobre la cultura pop, incluida la televisión y los libros, así como sobre temas de tecnología, celebridades y género. Ha participado también en diversos paneles, entre los que destaca uno con Vince Gilligan²⁴³.

En 2014 recibió el *National Magazine Award* en la categoría de *Columns and Commentary*, y en 2016, ganó el Premio *Pulitzer* de Crítica.

Su madre es Toby Nussbaum y su padre, Bernard "Bernie" Nussbaum, abogado de la Casa Blanca para el presidente Bill Clinton. En 1988, Nussbaum se graduó de Oberlin

²⁴³ Film at Lincoln Center. *Breaking Bad Q&A: Vince Gilligan*. <https://www.youtube.com/watch?v=tGphF6Aqq9Y> [Canal de Youtube] 114.000 suscriptores. Visionados: >50.000. Recuperado: 23 de abril 2020.

College. Luego obtuvo un Máster en Poesía en la Universidad de Nueva York y comenzó un programa de Doctorado en literatura, pero decidió no terminarlo, porque no iba a dedicarse a la docencia.

Mi razón principal para elegir a la crítica Emily Nussbaum es su creación del **neologismo *Bad Fans*** al hablar de algunos espectadores de *Breaking Bad*, así como por su legitimidad como crítica, que viene dada por sus escritos, premios, entrevistas, los paneles sobre series de televisión a la que es invitada y por su relación con otros críticos. Todos estos elementos la sitúan como un referente, como una profeta del gusto, como una comisaria de arte, una *influencer*.

En una entrevista realizada en Melbourne en septiembre del 2014, nos hace un breve repaso de su carrera como crítica, de lo que piensa sobre distintas series de televisión... Confiesa que su adicción a la televisión empieza con *Bufffy, cazavampiros*²⁴⁴ (*Bufffy the Vampire Slayer*), allá por 1999, cuando la televisión estaba explotando, momento que coincide con la emisión de *Los Sopranos* (*The Soprano*) y de *Sexo en Nueva York* ²⁴⁵(*Sex and the City*) y otras muchas series. Confiesa que *Bufffy, cazavampiros* realmente la transformó en una super-fan, y, sobre todo, le interesó ahondar en un debate más amplio, sobre qué era capaz de hacer la televisión. Así que concluye:

“So, I feel very lucky to be writing about TV during a time of great transformation. That was also a period when people were starting to talk about TV online, and the other origins of me ending up writing about TV were honestly things like television without pity, and anonymous websites where people would passionately discuss television.

I read a lot of critics, but my inspirations as far as a critic [goes] were often online digital conversation about TV, which I found wildly stimulating and also global; in a way to talk with an audience of television viewers that otherwise I wouldn't have had access to”²⁴⁶.

Emily Nussbaum reconoce que le interesa mucho interactuar con los espectadores, a pesar de que siempre se ha considerado la televisión como una experiencia aislada. La evolución de la televisión contemporánea ha cambiado la forma de pensar de la gente sobre su contenido, lo pueden tomar como un texto y el mundo es como si fuera una

²⁴⁴ *Bufffy, cazavampiros* (*Bufffy the Vampire Slayer*. WB,1997-2001; UPN, 2001-2003) [Serie de televisión] Creador: Joss Whedon

²⁴⁵ *Sexo en Nueva York* (*Sex and the City*, HBO, 1998-2004) [Serie de televisión] Creador: Darren Star

²⁴⁶ FRENCH, L. *Speaking with: The New Yorker TV critic Emily Nussbaum* <http://theconversation.com/speaking-with-the-new-yorker-tv-critic-emily-nussbaum-30033> [Podcast] 18 de agosto, 2014. Recuperado: 17 de septiembre 2019.

escuela de posgrado donde la gente están constantemente comentando todo tipo de detalles de los distintos programas, por encima de si les gusta o les disgusta.

Subraya la suerte que tiene de escribir para *The New Yorker*, que le permite escribir de forma seria y pausada sobre televisión, con unos ensayos más largos y reposados. Y reconoce que lee muchas críticas, aunque su inspiración viene a menudo de las conversaciones que tiene *online*, que encuentra muy estimulantes y globales, una manera de estar en contacto con los espectadores, que sin la existencia de las distintas redes sociales sería imposible. También señala la web *Television without Pity*²⁴⁷, el sitio web que le proporcionó resúmenes detallados de dramas selectos de la televisión, comedias de situación y programas de telerrealidad, junto con foros de discusión que la mantenían informada. Estos resúmenes se escribieron con críticas y opiniones sarcásticas junto recuentos de los eventos de un episodio.

Se abrió originalmente en 1998 para recapitular el programa *Dawson crece*²⁴⁸ (*Dawson's Creek*). El sitio se expandió a otros programas y adoptó el nombre de *Television Without Pity* en 2002. La red *Bravo* en NBCUniversal lo adquirió en 2007, y continuó operándolo hasta que lo cerró en abril de 2014. Algún tiempo después, el sitio y la marca fueron adquiridos por *Tribune Media*, que había anunciado planes para un relanzamiento en 2016, pero este plan se canceló, entre otras medidas para la reducción de costes en *Tribune*, en abril de 2017. Los archivos del foro permanecen disponibles.

A *Television Without Pity* atribuye Nussbaum la popularización del formato de resúmenes de episodios de televisión mezclados con comentarios en curso. Se sabía que el sitio era utilizado por los productores, directores y escritores de programas para conocer comentarios inmediatos de sus obras y aceptar las críticas constructivas de sus obras futuras.

Cuando habla de cómo ha afectado la tecnología en su trabajo, Emily Nussbaum responde que para ella los cambios tecnológicos son indistinguibles de los cambios que la propia televisión ha tenido. Pone como ejemplo la serie *The Wire*, *bajo escucha* que potencia el uso del DVD, y permite pausar, revisar, guardar y tratar la serie con un texto literario que se puede analizar en profundidad y, por supuesto, esto se expande con el uso generalizado de internet. Originalmente, la televisión era algo que “echaban” en el salón de casa, se veía una sola vez, sin capacidad de reacción sobre lo que acababas de ver, y no se podía tratar como una canción, una película o un libro. Nussbaum se define como

²⁴⁷ Television Without Pity. <http://www.televisionwithoutpity.com> [Página web]

²⁴⁸ *Dawson crece* (*Dawson's Creek*, WB, 1998-2003) [Serie de televisión] Creador: Kevin Williamson.

una espectadora *online*, y observa que cada día, cada año, cambia la forma como la gente habla sobre la televisión.

Se reconoce una gran usuaria de Twitter y le encanta intercambiar opiniones con otros usuarios. La televisión es para ella una forma de arte dirigida a los espectadores, no existe de forma separada a la audiencia. Se queja de que se insista en seguir comparando a la televisión, con el cine o con la literatura, dice que hay que hablar de la televisión en sus propios términos. Para ella, la televisión y la audiencia reaccionan en forma de bucle: la televisión reacciona a las reacciones de la audiencia. Reconoce que ella también se ve influenciada por las respuestas de otros espectadores porque leer las evoluciones de otras personas le hace cuestionarse sus propias respuestas y pensar sobre diferentes perspectivas en la televisión, si bien, evidentemente, no todo el mundo está de acuerdo con esta perspectiva.

Se congratula por el hecho de ver nombres de grandes directores y actores de cine en las series de televisión, aunque reclama no confundir esta emoción con la que produce ver producciones originales y rompedoras. Y aun así, se muestra cautelosa acerca de tener una jerarquía en la que se deba valorar más lo que proviene de Hollywood a lo que procede de forma nativa de la televisión.

Se define más interesada en la comedia que en el drama. Afirma que la nueva narrativa televisiva ha cambiado mucho desde cuando estaba en manos de los anunciantes que controlaban el contenido y los personajes tenían que ser agradables. Habla de la introducción de hombres antiheroicos como personajes principales -por ejemplo, Tony Soprano- y de la ruptura que supuso, aunque ahora opina que ha llegado el momento de que los personajes principales sean mujeres y lo más importante es que ha ampliado completamente la retórica de lo que puede ser un personaje femenino central emocionante. Y mucho más cuando no solo hay una o dos mujeres en la serie, sino que tienes todo un abanico, como en las series *Orange Is the New Black*²⁴⁹ (*Orange Is the New Black*), *¡Llama a la comadrona!*²⁵⁰ (*Call the Midwife*) o *The Good Wife*²⁵¹ (*The Good Wife*).

Reconoce que hace *binge* continuamente, que, manifiesta, afecta en la narrativa serial televisiva. En concreto comenta la serie *Orange Is The New Black*: cree que esperar a verla en modo emisión semanal quizás no hubiera tenido tanta audiencia. Saca a colación la

²⁴⁹ *Orange Is the New Black* (*Orange Is the New Black*, Netflix 2013-) [Serie de televisión] Creador: Jenji Kohan.

²⁵⁰ *¡Llama a la comadrona!* (*Call the Midwife*, BBC, 2012-) [Serie de televisión] Creadora: Heidi Thomas.

²⁵¹ *The Good Wife* (*The Good Wife*, CBS, 2009-2016) Creadores: Michelle King & Robert King

crítica²⁵² que escribió sobre ello: comentaba que iba engullendo los episodios como si fueran pequeños caramelos de un bote y cuando te das cuenta has arrasado con ellos, porque añade emoción verlos a la vez. Tiene sentimientos ambiguos respecto a los atracones de series, ya que, como profesional de la crítica, es complicado saber si es mejor hablar de una serie cuando está medias o debe esperar a que ésta acabe.

Hace explícito su caso con *Breaking Bad*. Llegó a la serie cuando ya habían emitido la tercera temporada, con lo cual se pegó un atracón de las tres primeras temporadas en una sola semana, donde se lo pasó en grande, consciente que lo había mirado de forma muy distinta que muchos espectadores que la habían ido consumiendo de forma pausada durante años y que, mientras, debatían sobre los personajes. Nussbaum la vio de forma muy independiente, con el consiguiente aturdimiento, e ignorando a todo el mundo. Estas posibilidades, destaca, es lo interesante de las opciones que ofrecen tanto Netflix como Amazon. Evidentemente, dependerá de cada producción, si es mejor o peor, pero definitivamente libera al creador de tener que cambiar a mitad de la narración lo que tenía pensado, porque se da cuenta que el espectador está reaccionando a algo de forma distinta a la que tenía planeada.

La entrevistadora es la australiana Lisa French, subdirectora del Departamento de Medios y Comunicación del RMIT, Royal Melbourne Institute of Technology. Declara que los espectadores de su país son conocidos por ser los que más piratean series de televisión, justifica que les llegan muy tarde por los canales oficiales, y no pueden tener lo que quieren cuando quieren, así que se lanzan a internet. French pregunta si la tecnología y las redes sociales han cambiado la naturaleza de los fans y Nussbaum contesta que las redes sociales permiten que hables de lo que sucede inmediatamente, pero también días después. Así, se encuentra con el dilema de cuándo puede empezar a hacer *spoilers*, porque no todo el mundo está al día, pero también se encuentra con el dilema de que la televisión es una experiencia audiovisual y le parece poco respetuoso que mientras se está emitiendo un capítulo los espectadores estén chateando o mandando *tweets*.

Pero lo verdaderamente interesante para Emily Nussbaum es que las nuevas tecnologías permiten que haya series que dispongan de más oportunidades, esas series que en su momento de emisión tuvieron poca audiencia pero que pueden tener una larga vida con reposiciones o ediciones en DVD. Series interesantes y sorprendentes que quizás nunca tendrán unos fans comprometidos pero que la tecnología permite que la gente tenga

²⁵² NUSSBAUM, E. "Lockdown. The lessons of <Orange is the New Black> and <Louie>". En *The New Yorker*, 30 de junio 2014. <https://www.newyorker.com/magazine/2014/07/07/lockdown-2> Recuperado: 30 de octubre 2019.

acceso a ellas durante años. El caso ejemplar es de *The Wire*, *bajo escucha*, una serie que empezó con muy poca audiencia, a la que el espectador ha llegado a través del cable, en repeticiones o a través del DVD. Eso forma parte del conocimiento cultural de la televisión y, aplaude, es lo que permite la tecnología actual.

4.2.5.3. Emily Nussbaum y sus críticas de *Breaking Bad* en *The New Yorker*

En este apartado voy a hacer un repaso de las críticas escritas por Emily Nussbaum, desde mediados del 2011 hasta mediados del 2015, que, de un modo u otro, hacen referencia a la serie *Breaking Bad*. Estos escritos permiten entender su punto de vista sobre las series de la televisión contemporánea y comprender la forma en que consumió la serie -ella misma reconoce *binge watching*-. Sus críticas sobre *Breaking Bad* permiten ver cómo surge el concepto de *Bad Fans*, que crea al referirse al espectador que sigue apoyando a Walter White.

Primera crítica

La primera crítica aparecida en el *New York Magazine* sobre *Breaking Bad* es el 22 de julio del 2011 bajo el título “*My ‘Breaking Bad’ Bender*”²⁵³. En este primer artículo trata de justificarse y habla de que un crítico de televisión no puede estar al día de cada episodio de cada serie que se emite y, en consecuencia, reconoce haberse perdido las tres primeras temporadas de *Breaking Bad*, una serie de la que se habla mucho, que es una obra maestra y que se tiene que ver. Así, decidió darse un atracón de los 33 episodios, que encontró editados en DVD, para llegar a tiempo a ver la cuarta temporada en cuanto empezase su emisión.

Sabía el argumento: un profesor de secundaria es diagnosticado con un cáncer y decide empezar a traficar con droga. Estaba al tanto de que era una superproducción en la que figuraba un antihéroe con una moral ambigua, con temas acerca del colapso económico de hoy en día, pero, como ella dice, eso es de lo que trata la mitad de las series que hay en la parrilla televisiva.

En una semana se dio el atracón y lo define como unas de las mejores experiencias de su vida. Para su sorpresa, la disfrutó, como fan y como crítica. Ajena a todos los rumores, entrevistas pasadas con Vince Gilligan y Bryan Cranston, noticias sobre el lanzamiento,

²⁵³ NUSSBAUM, E. “My <Breaking Bad> Bender”. En *The New Yorker*, 22 de julio 2011 <https://nymag.com/arts/tv/reviews/breaking-bad-nussbaum-review-2011-8/> Recuperado: 21 de octubre 2019.

debates en Twitter, disfrutó libremente. Nussbaum dice que puede parecer que *Breaking Bad* habla de las drogas, como la serie *Weeds*, o del crimen organizado, como *Boardwalk Empire*²⁵⁴ (*Broadwalk Empire*), pero a medida que iban pasando los episodios se dio cuenta que trataba sobre la **arrogancia intelectual** de Walter White. La serie se aunaba perfectamente con las series que desde hace diez años se vienen haciendo en la televisión contemporánea, hablan sobre la patología masculina y eso le hace poner a Walter White al lado de Tony Soprano, Don Draper, Dexter Morgan, Vic Mackey... A diferencia de ellos, Walter White expone sus cualidades más repulsivas: frialdad, egoísmo y auto compasión. Hace referencia al episodio “Fly” (T3/E10) donde Walter White empieza tratando de calcular cuándo tenía que haber muerto para que todo no hubiese empezado, y acaba realizando un hecho inaceptable, tomando rehenes morales.

Una vez acabó el atracón ya se puso al día de críticas, entrevistas, comentarios, en definitiva, que volvía a ver la televisión como práctica y como teoría. Para Nussbaum ver la serie en forma de atracón es quizá la forma más pura de ver una **gran serie**, pero, a la vez, asegura que si todo el mundo hiciese lo mismo ninguna serie pasaría de la primera temporada, así que hace la comparación con la metanfetamina azul de Walter White: “it’s the price we’re willing to pay for the good stuff”.

En resumen, en este primer artículo, Emily Nussbaum destaca tres elementos. Por un lado, reconoce que llegó tarde a la serie, a pesar de ser una crítica de televisión no tiene la capacidad de ver cada episodio de cada serie que se emite y que por ello, para ponerse al día con *Breaking Bad*, tuvo que hacer *binge watching*, una de las prácticas que se ha desarrollado gracias a la tecnología y que define tanto la televisión contemporánea como al espectador contemporáneo. Para ella es una forma de visión más pura. Por otro lado, hace referencia a Walter White, el personaje masculino patológico, el antihéroe, que tanto se ha explotado en la televisión contemporánea. Y por último, reflexiona sobre su idea de ver la televisión como práctica, que se complementa leyendo entrevistas, críticas, blogs, e interactuando en las distintas redes sociales.

Segunda crítica

“*I hate top ten lists*”²⁵⁵ se publica el 6 de diciembre del 2011. Nussbaum habla de la dificultad de hacer listas de “los diez mejores” en ninguna categoría cultural porque, básicamente, el problema de los críticos es que no pueden ver, leer o escucharlo todo y

²⁵⁴ *Boardwalk Empire* (*Boardwalk Empire*, HBO, 2010-2014) [Serie de television] Creador: Terence Winter.

²⁵⁵ NUSSBAUM, E. “I hate top ten lists”. En *The New Yorker*, 6 de diciembre 2011. <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/i-hate-top-ten-lists> Recuperado: 3 de marzo 2019.

eso es un *handicap* a la hora de poder hacer un listado, aunque la mayoría de los críticos cae en el error de hacerlo. Se avergüenza ella misma de haber hecho una lista y haber dejado fuera *Breaking Bad*.

Tercera crítica

La tercera crítica, publicada el 23 de julio del 2012, se tituló “*Tune in The Next Week. The curious staying power of the cliffhanger*”²⁵⁶. Habla del renacimiento de una televisión ambiciosa, llegada a través de las cadenas de cable, que nos han traído series que van desde **Los Sopranos** hasta **Breaking Bad**. Reconoce, en su opinión, la facilidad que hay para clasificar e imponer jerarquías de calidad, algunas más legítimas que otras: que si el drama es mejor que la **sitcom**, que, si es tan bueno como una obra de Dickens, etc. Para ella, todo esto son maneras de ordenar la televisión, pero sin lugar a dudas el distintivo de las series de televisión contemporánea es el recurso narrativo del **cliffhanger**, que plantea la pregunta al final del episodio ¿qué pasa ahora? Esta pregunta se puede responder en el siguiente episodio o al cabo de ocho meses. Los *cliffhangers* son lo que obliga a la audiencia a continuar la serie, o bien dejarla. Es la herramienta que conecta al narrador con los espectadores, que va directamente de la habitación de los guionistas a los fans. De hecho, revelan que la historia es artificial pero que te animas a seguir creyéndotela porque confías en el creador. Dice que el *cliffhanger* original nace con Scheherazade, la narradora principal de **Las Mil y una Noches**, y luego ya en las novelas del s. XIX, que son famosas por sus *cliffhangers*, como en las novelas de Dickens. Según ella el icónico *cliffhanger* no viene de Dickens, sino de la novela de Thomas Hardy **A Pair of Blue Eyes** (1872-1873) que contiene un histórico *cliffhanger* de la caída de un precipicio del protagonista. A esta caída no le sucede una escena de acción, sino una reflexión introspectiva del protagonista, una oportunidad para hacer una exploración existencial y que predice la forma en que se han utilizado los *cliffhangers* en la televisión contemporánea, como en la serie **Breaking Bad**, que se utiliza no solo como un motor de emoción sino como un desafío narrativo para vislumbrar los extremos de la experiencia humana.

Así, los *cliffhangers* se utilizaban en los programas de radio, en los libros de cómic y en el cine con la película *The Perils of Pauline*²⁵⁷ aunque quizás la pionera en el género fuera *The*

²⁵⁶ NUSSBAUM, E. “Tune in the Next Week. The curious staying power of the cliffhanger”. En *The New Yorker*, 23 de julio 2012. <https://www.newyorker.com/magazine/2012/07/30/tune-in-next-week> Recuperado: 3 de abril 2019.

²⁵⁷ *The Perils of Pauline* (1914) [Película] Director: Louis J. Gasnier.

*Adventures of Kathlyn*²⁵⁸. Estas películas fueron un modelo de producción en los inicios de Hollywood.

Se puede pensar que los primeros años de la televisión instauran este modelo, pero no fue así, dado que la televisión se hacía en Nueva York, en directo, y carecían de *cliffhangers*. De hecho, tomaron su inspiración de Broadway y la ficción literaria, no de programas de radio o películas seriales. Las *sitcoms* estaban diseñadas para ser emitidas sin ningún orden en concreto. La excepción fue la **televisión diurna** que emitía las *soap opera* dirigidas a las amas de casa. Nussbaum recuerda que fue en 1950 cuando la CBS emitió la primera. Emitidas a diario, iban desgranando sus historias lentamente, atrayendo a los espectadores utilizando los *cliffhangers*. Muchos concluían con la frase: “Los interrogantes serán contestados en el próximo episodio...”

El 21 de marzo de 1980, se emitió el gran *cliffhanger* de la historia de la televisión, que cambiaría para siempre el modelo de las cadenas de televisión, el episodio “A House Divided” (T3/E25) de *Dallas*²⁵⁹ (*Dallas*) que termina con el *cliffhanger* de “¿Quién mató a JR?” El actor, Larry Hagman, pidió aumento de sueldo y la negociación con la cadena duró ocho meses. La petición fue determinante para el éxito del *cliffhanger*, porque en el periodo de tiempo en el que Hagman reivindicaba sus honorarios, la cadena reemitió la serie. Eso la convirtió en un fenómeno global, y resultó que la emisión del nuevo capítulo con la respuesta a “¿Quién mató a JR?” tuvo la mayor audiencia de un episodio de la historia de la televisión. A raíz del éxito de la fórmula del *cliffhanger* le salieron imitadores en todo tipo de series y formatos, *soap opera*, *sitcom*, drama...

A finales de los noventa la televisión dio un gran salto hacia adelante, que se puede contar de muchas maneras, poniendo el foco en los **dramas de calidad** de las televisiones por cable, como *Los Soprano*, o enfatizando los **mitos de género**, como *Buffy*, *cazavampiros*, o las experimentales *sitcoms*, como *The Office*²⁶⁰ (*The Office*). Emergieron *showrunners* contrarios a las fórmulas de la televisión clásicas, y así surgió una innovación tras otra en la narrativa, introduciendo saltos de cronología, con la aparición de los antihéroes... Unos buscaban una narrativa ambiciosa, otros no la usaban en absoluto; unos satirizando con los *cliffhangers*, y otros, entronizándolo. También hubo quien los usó selectivamente, como *Breaking Bad*, como cuando en el episodio final de la tercera temporada nos encontramos a Jesse con una pistola apuntando a Gale, se oye un disparo y hasta trece meses después

²⁵⁸ *The Adventures of Kathlyn* (1913) [Película] Director: Francis J. Grandon.

²⁵⁹ *Dallas* (*Dallas*, CBS, 1978-1991) [Serie de televisión] Creador: David Jacobs.

²⁶⁰ *The Office* (*The Office*, NBC, 2005-2013) [Serie de televisión] Creadores: Greg Daniels, Ricky Gervais, Stephen Merchant.

no se descubre qué es lo que ha sucedido. La serie juega constantemente con el suspense, que se ha vuelto una herramienta inseparable, junto con sus temas recurrentes como son la crueldad del capitalismo y la masculinidad tóxica.

Nussbaum cita a Mittell²⁶¹ cuando habla de la importancia del desarrollo de la tecnología como elemento crucial en el cambio de la televisión, incluyendo el DVD y las cadenas PPV (*Pay Per View*), así como la vibrante comunidad de fans que se ha desarrollado *online*. Esta comunidad es proactiva, creativa y diferente a la anterior tipología de fan: “The idea that viewers would want to watch and rewatch a television series in strict chronology and collectively document their discoveries with a group of strangers was once laughable, but is now mainstream”. Así, la televisión ha pasado de ser una experiencia efímera a ser algo que se quiere revisar, coleccionar, compartir y analizar en profundidad.

Muchas series tienen distintos objetivos, pero el uso que hacen del espacio que hay entre episodios puede hacer de la manipulación una virtud. Así pues, Nussbaum cree que el proyecto moderno de los críticos de televisión es **superar las comparaciones** con las novelas y las películas para disfrutar de la televisión en los **términos de la propia televisión**, y eso, a veces, significa que se puedan enganchar sin complejos a una *soap opera* o a cualquier otra serie juvenil.

Por último, Nussbaum resalta un aspecto del *cliffhanger*: cuando está mal hecho, el guionista queda al descubierto, sin ideas, pero cuando está bien hecho, puede aportar sorpresa, choque, placer, angustia... Un buen *cliffhanger* puede ser parte de la serie más estúpida, pero también puede resultar clave para entender las mejores.

Cuarta crítica

La cuarta crítica la publicó el 27 de agosto de 2012²⁶². “*Child’s Play. Breaking Fan’s Bad Dad*” es, quizás, la primera reseña específicamente dedicada a *Breaking Bad*. Aborda un asunto esencial: Vince Gilligan vende su serie “casi” haciendo un *spoiler*, en el que el protagonista va a pasar de ser *Mr. Chips* a *Scarface*. Nussbaum relata cómo la primera muerte por estrangulamiento que realiza Walter White no hace que a nadie se le pongan los pelos de punta. Era evidente de que si no mataba a Krazy-8 éste lo iba a matar a él y a toda su familia, así que no tenía otra opción.

No obstante, a medida que avanza la serie, Walter White despliega acciones y elecciones menos justificables, sacando a ratos su arrogancia, a ratos su egoísmo. Ya en la cuarta

²⁶¹ MITTELL, J. Op. Cit. 2015.

²⁶² NUSSBAUM, E. “Child’s play. *Breaking Bad* bad’s dad” En *The New Yorker*, 27 de agosto 2012. <https://www.newyorker.com/magazine/2012/08/27/childs-play-5> Recuperado: 10 de abril 2019.

temporada nos encontramos que **el héroe de la serie es un villano**. Pero, para Nussbaum, a medida que Walter White ha ido tomando decisiones, la audiencia también, especialmente la de seguir viéndola. *Breaking Bad* es una serie adictiva, llena de *cliffhangers*, con un estilo visual poco común en la televisión, unos personajes fantásticos, sus temas son irremisiblemente sombríos y más ahora, dice ella, que nuestra simpatía por Walter White ha decaído. Nussbaum cuenta que la serie se ha desprendido de su piel original, la del drama del **antihéroe al que apoyamos, a pesar de nosotros mismos**. Nos encontramos como en las últimas temporadas de *Los Soprano*, la primera serie que se atrevió a castigar a la audiencia por amar a un monstruo. Esto hace de *Breaking Bad* una serie de televisión muy radical, y con una sensación extraña de “serie que se tiene que ver”, una serie que temes y ansías al mismo tiempo.

En el episodio “Dead Fight” (T5/E5), donde roban un tren lleno de metilamina, disparan a un niño en el pecho. Causar la muerte de un niño en una serie de televisión es casi tabú, sobre todo si el causante es uno de los personajes a los que el espectador ha de apoyar; pero en *Breaking Bad* los niños siempre están en peligro, casi como si fuera marca de la casa. La racionalización de Walter White es que lo hace todo por su familia, pero sus objetivos más memorables son las personas relacionadas con otros personajes: primero, la novia de Jesse, a la que deja morir ahogada en su propio vómito y luego, Brock, el hijo de la siguiente novia de Jesse, al que envenena. Nussbaum reconoce que se pasó horas argumentando con sus amigos sobre quién podía ser el responsable, porque, para su sorpresa, muchos creían que era inconcebible que pudiera ser Walter White. Una vez salió a la luz que había sido él, leía en posts que la gente insistía que había sido **muy cauteloso con la dosis** para no matar a Brock, por tanto, el espectador seguía justificando a Walter White.

Según Nussbaum, la audiencia ha sido muy aleccionada por la televisión por cable para reaccionar de esta manera: odiar a las esposas pesadas, a los tontos, a todas aquellas personas que pueden entorpecer la diversión de la aventura masculina. *Breaking Bad* aumenta esta disonancia cognitiva convirtiendo a los espectadores no solo en fanáticos sino en facilitadores.

Vince Gilligan ha hecho algunos cambios para hacer que la serie sea más amable sacando el pasado de algunos personajes secundarios, para que puedan absorber la simpatía que el espectador antes sentía por Walter White. Así, resalta los personajes de Mike, Jesse o Skyler.

Como muchas situaciones psicológicas de la serie, el conflicto de Walter White y Skyler es el típico y ordinario de cualquier matrimonio que va mal. ¿Qué es lo mejor para los niños? Y así, Walter White se justifica en cada acto para decidir qué es un gran padre, pero nada más lejos de la realidad; es un monstruo que pone en peligro a sus hijos para defender su imagen de padre de familia. Skyler solo tiene entonces la esperanza de que el cáncer vuelva a aparecer, y también según Nussbaum, eso **espera la audiencia**. Reconoce que puede pasar de todo en el final, aunque fantasea con un final que dé la vuelta y convierta a Hank en el protagonista y que consiga tumbar a un narco, aunque sea su propio cuñado, y todo se resuelva felizmente y consiga aliviar a la audiencia... Pero la realidad parece que va a ser otra.

Nussbaum se posiciona y muestra su desagrado por el protagonista, al que no entiende cómo la audiencia sigue apoyando y justificando e introduce el adjetivo *Bad*, más allá del título original de la serie, juntándolo con la palabra *Fan*. Forma, así, el neologismo ***Bad Fans***. Expresa explícitamente que hay espectadores cínicos que justifican a Walter White a pesar de lo que hace y propone un final alternativo al que cree que va a suceder, un final que para ella sería más satisfactorio, donde la audiencia podría encontrar un poco de alivio.

Quinta crítica

En “*Alan Sepinwall’s Television History*”²⁶³, el 19 de noviembre de 2012, Emily Nussbaum habla de su colega Alan Sepinwall, con el que continuamente interactúa en Twitter. Alan Sepinwall es un reputado crítico de televisión que antes escribía en *Star-Ledger*²⁶⁴, el periódico de mayor tirada estadounidense de Nueva Jersey, también disponible *online*, y actualmente escribe en hixfix.com, una web dedicada a noticias de entretenimiento lanzada en diciembre de 2008, especializada en novedades, información privilegiada, reseñas y críticas de cine, televisión y música. En 2010, se contabilizaron un millón de usuarios al mes. Suele ser citada como fuente en publicaciones como *Time* y *Los Angeles Times* entre otras. Su fascinación por las series de televisión empezó con *Policías de Nueva York*²⁶⁵ (*NYPD Blue*).

Nussbaum habla *The Revolution was Televised*²⁶⁶, libro en el que Sepinwall hace un análisis de los últimos quince años del drama en las series de televisión, donde habla de la idea

²⁶³ NUSSBAUM, E. “Alan Sepinwall’s Television History”. En *The New Yorker*, 19 de noviembre 2012. <https://www.newyorker.com/books/page-turner/alan-sepinwalls-television-history> Recuperado: 4 abril 2019.

²⁶⁴ The Star Ledger. <https://www.nj.com/starledger/> Iselin, Nueva Jersey [Página web]

²⁶⁵ *Policías de Nueva York (NYPD Blue, ABC, 1993-2005)* [Serie de televisión] Creador: Steven Bochco.

²⁶⁶ SEPINWALL, A. *The Revolution Was Televised*. Nueva York: Touchstone, 2012.

del autor en la figura del *showrunner* y se centra en diez series entre ellas *Breaking Bad*, destacando que *Oz*²⁶⁷ (*Oz*), establece muchos elementos del modelo del antihéroe actual. Sepinwall repasa cómo las cadenas AMC, FX y Showtime entraron en el juego con sus series *The Shield: Al margen de la ley*, *Weeds* y *Dexter*²⁶⁸ (*Dexter*). Asegura que la televisión es poco dada a los cambios y lucha para que no se produzcan, pero, de repente, surge una serie que rompe con lo anterior y triunfa. Destaca la publicación en 2016 de su libro *Breaking Bad 101. The Complete Critical Companion*²⁶⁹, un compendio de reseñas de todos los episodios de la serie.

Sexta crítica

En “*How Tony Soprano Changed Television*”²⁷⁰ Nussbaum recuerda cómo hace unos años los actores de cine no hacían televisión; de hecho, estaba mal considerado, era como reconocer que habías fracasado, la televisión se consideraba una pantalla y un arte menor. Pero indica que James Gandolfini cambió esto. El éxito de *Los Soprano* en la historia de la televisión no hubiese sido el mismo si David Chase no hubiese escogido como protagonista a James Gandolfini, que fue determinante para que los espectadores simpatizaran con él. Desarrolló un personaje nuevo para la televisión, uno que castigaba a la audiencia por quererlo. Tuvo seis temporadas para desarrollar un personaje con múltiples registros, que iba desde el comediante al monstruo auto compasivo.

Nussbaum lamenta la muerte temprana de James Gandolfini, a los 51 años, pero se vanagloria de la herencia que ha dejado a los espectadores, y evidencia lo que puede llegar a hacer un gran actor de televisión.

Séptima crítica

Publicada el 12 de agosto de 2013, en “*Breaking Bad Returns*”²⁷¹ Nussbaum celebra la vuelta de *Breaking Bad*, se muestra intrigada por el desarrollo de la última temporada, confirma las ganas de ver el inicio de los últimos ocho episodios, con los que terminará la serie. Nos recuerda cómo nos había dejado la serie con el *cliffhanger* típico de *Breaking Bad*, entre gracioso y ácido, cuando gracias a una dedicatoria escrita en un libro de poemas de Walt Whitman, Hank descubre sentado en la taza del váter que el narcotraficante que está

²⁶⁷ *Oz* (*Oz*, HBO, 1997-2003) [Serie de televisión] Creador: Tony Fontana.

²⁶⁸ *Dexter* (*Dexter*, Showtime, 2006-2013) [Serie de televisión] Creador: James Manos Jr.

²⁶⁹ SEPINWALL, A. Op. Cit. 2016.

²⁷⁰ NUSSBAUM, E. “How Tony Soprano changed television”. En *The New Yorker*, 20 de junio 2013. <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/how-tony-soprano-changed-television> Recuperado: 5 de abril 2019.

²⁷¹ NUSSBAUM, E. “*Breaking Bad* returns”. En *The New Yorker*, 12 de agosto 2013. <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/breaking-bad-returns> Recuperado: 5 de abril 2019.

buscando es su cuñado. Nos encontramos con la escena en que Walter White va a visitar a Hank, como un enfrentamiento al más puro estilo *cowboy* y con un Hank convertido en el héroe.

Dice Nussbaum que *Breaking Bad* parecía en sus inicios otra serie dramática centrada en la figura del antihéroe, que transmite a los espectadores la sensación de ser él quien domina la situación. Pero resalta la idea que una serie no es solo la primera temporada. Esta serie es una narración con un largo arco de transformación. *Breaking Bad* se ha convertido tanto en una crítica como en un juego con el género del antihéroe, nos habla de la historia de fondo de un villano, uno que se ha engañado a sí mismo creyendo que es un antihéroe. La **fascinante ambigüedad** que se construye en la serie no viene dada solo por los diálogos, sino también por su construcción visual, la velocidad de sus montajes de la producción de la metanfetmina azul, por los *cliffhangers*...

Nussbaum habla sobre **los fans** que siempre quieren ver a Walter White llevar el sombrero negro de Heisenberg, y que resulta que están reflejados en la propia serie. Este reflejo no es otro que Todd, un sociópata que, además de venerar a Walter White, no duda en disparar a un niño para eliminar un testigo.

En una entrevista que Nussbaum mantuvo con Vince Gilligan, éste le confiesa que uno de sus principales objetivos es hacer que la gente siga viendo la serie, por ello, si crea algo provocativo la gente va a querer más y eso, cree él, la serie lo ha conseguido.

Basándose en el principio del episodio, le parece que la idea de Hank como héroe es una cortina de humo, y que quién realmente jugará un papel importante es Jesse, el personaje más perjudicado por Walter White, a quien más ha mentido, en una serie donde todo se basa en **la mentira**. Se ha hablado mucho de la referencia de Walt Whitman, pero a quien verdaderamente remite es a la artista Georgia O'Keefe, que creó esas pinturas sobre puertas, de las que Jesse y su novia Jane hablan. En una de esas puertas es donde Walter White muere y en otra vive, otra en la que Skyler muere, o donde Jesse mata a Walter White, o donde Walter White muere de cáncer... Cada puerta lleva a un final, y quedan siete por abrir.

Octava crítica

El mes siguiente, en septiembre de 2013, en "*That mind-bending phone call on last night's Breaking Bad*"²⁷², Nussbaum entra de lleno en la idea de los *Bad Fans*; dice haber estado discutiendo en Twitter sobre este concepto. Hace referencia a fans de diferentes series

²⁷² NUSSBAUM, E. Op. Cit. *The New Yorker*, 16 de septiembre 2013.

como *Los Soprano*, *Girls*²⁷³ (*Girls*), o *Mad Men*, espectadores que comentan en línea sobre lo que están viendo y que, según lo que comentan de la serie, le hacen deducir que están viendo mal la serie. No están captando lo que quiere decir, ya que algunos solo esperan la brutalidad de *Los Soprano* o que están horrorizados cuando Hanna tiene sexo con Josh en *Girls* o porque se meten con las maneras de Don Draper en *Mad Men*. A todos ellos los ve como *Bad Fans*, como espectadores que no llegan a comprender la serie o el personaje. Debido a que las series de televisión son como **shows vivos** y tienden a absorber las respuestas de los espectadores, a veces las series reflejan estas tensiones de manera más explícita, a veces de manera más efectiva y a veces de manera más defensiva.

Se vuelve a referir entonces a su anterior artículo dónde hablaba sobre Todd como un reflejo de los *Bad Fans* de *Breaking Bad*, que llegan tarde a la historia, conocen a Walter White y creen que es un “maldito genio”. Todd le cuenta a su tío el robo del tren, pero obvia comentarle que ha matado a un niño, es una pequeña escena, pero ejemplifica lo que quiere decir, “si obvias los niños muertos, estás mirando mal *Breaking Bad*”.

Y entonces menciona otra escena que le parece también horrible, la de la llamada a Skyler. Dice que es como una llamada de todos los *Bad Fans* de *Breaking Bad*, los que crearon la página en *Facebook* “I hate Skyler”. Ese *Bad Fan* que no vio los abusos a que era sometida Skyler, cuando su marido no hacer más que mentirle, asaltarla sexualmente, o la obliga a admitirlo en casa, o manipula a Walter Jr. para que la odie. La escena de la llamada en “Ozymandias” (T5/E15), entre Walter White y Skyler, Nussbaum reconoce que el discurso de odio la ha arrastrado, hasta que comprende que es un engaño para la policía. Ese discurso de Walter White diciéndole a Skyler lo que odia de ella y que viene a representar lo que los fans odian de Skyler, haciendo un uso del lenguaje del peor de los maltratadores, pero que en realidad resulta ser todo lo contrario, es una llamada para disculpar a Skyler y sacarla de todo su montaje criminal y que no recaiga ninguna culpa sobre ella. Así pues, reconoce que es una escena fantástica, con una lectura compleja, difícil de ver, pero muy estimulante para pensar sobre ella: Hank muerto, Marie herida, Walter Jr. traumatizado y Jesse esclavizado, sin olvidar al bebé Holly en riesgo. Se venía cocinando desde el principio de la serie. Nussbaum confiesa el pavor que le dan las ganas de ver el siguiente episodio, afirmando que los *Bad Fans* y los *Good Fans*, están unidos para lanzarse al vacío.

²⁷³ *Girls* (*Girls*, HBO, 2012-2017) [Serie de televisión] Creadora: Lena Dunham.

Novena crítica

El 30 de septiembre de 2013, en “*The closure-happy Breaking Bad finale*”²⁷⁴ Nussbaum reconoce que a mucha gente le ha gustado el final de *Breaking Bad*, tal y como ha podido seguir por las redes sociales. Pero a ella, no. Ciertas cuestiones, sí, pero, en general, no le ha gustado. De hecho, a medio episodio empezó a fantasear con la idea de que lo que estaba sucediendo era una ensoñación de Walter White, que todo solo estaba ocurriendo en su mente.

Y, así, decide escribir su propia fantasía sobre el final de *Breaking Bad*, porque, según ella, no está bien resuelto: no encaja la idea de que Walter White se pasee tan tranquilo por Albuquerque, que nadie se dé cuenta de su presencia, que pueda llegar a casa de los Schwartz, que no encuentre ninguna vigilancia y consiga que acepten su trato sin más; ni cuando visita a Skyler y le confiesa que lo hizo todo por él; ni cuando espía a Walter Jr. o contacta a Badger y Skinny Pete, que prefieren colaborar con él que delatarlo a pesar de la gran recompensa que podrían llevarse. Por último, construye una fantástica super pistola que funciona por control remoto, y tiene acceso a los nazis, sin despertar ninguna sospecha, y consigue matarlos a todos como en un video juego, vengando así la muerte de Hank y salvando la vida a Jesse.

Para Nussbaum es un final decepcionante porque confirma las ensoñaciones más grandiosas de Walter White, que él es el más poderoso, el más inteligente, “the one who knocks”. Muere manteniendo la leyenda, reconciliándose con la familia, vengándose de Hank, liberando a Jesse. Según Nussbaum, es una dinámica muy distinta de la que ha estado viendo durante los últimos años; en cambio lo que hemos visto es un delirio compensatorio de Walter White, una visión fascinante en la mente del hombre, similar a la de la película *Mulholland Drive*²⁷⁵ (*Mulholland Dr.*), un trágico intento de arreglar la vida que no se puede corregir. Eso no implica que la serie haya fallado en su totalidad, es más, se seguirá hablando de *Breaking Bad* durante mucho tiempo. Un poco como la metanfetamina de Walter White: no es 100% pura, pero es todavía una partida potente.

Décima crítica

En marzo de 2014, en “*The great divide. Norman Lear, Archie Bunker, and the rise of the Bad*

²⁷⁴ NUSSBAUM, E. “The closure-happy <Breaking Bad> finale”. En *The New Yorker*, 30 de septiembre 2013. <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/the-closure-happy-breaking-bad-finale>
Recuperado: 3 de abril 2019.

²⁷⁵ *Mulholland Drive* (*Mulholland Dr.*, 2001) [Película] Director: David Lynch.

*Fan*²⁷⁶, un tiempo después del final de *Breaking Bad*, Emily Nussbaum sigue con la idea del *Bad Fan*, pero nos remite a la serie *Todo en familia*²⁷⁷, una *sitcom* de los años 70 que a través de su protagonista incendiario, Archie Bunker, subvierte todos los tabús del medio, gritando a su esposa, yendo contra los homosexuales y los negros, y, en definitiva, representando todo lo que pueda considerarse políticamente incorrecto. Norman Lear se convirtió en un *showrunner* antes de que esta palabra existiese. Quería que su *show* fuera divertido y pensaba que podía ayudar a liberar a los espectadores estadounidenses. Y los espectadores acogieron a Archie Bunker, porque le veían como uno de ellos, como manifiesta en su libro *Saul Austerlitz*²⁷⁸.

Emily Nussbaum se refiere a una división entre la audiencia, no entre los que les gustaba la serie y los que no, sino entre los que les gusta de una forma y a los que les gusta de otra. Para ella, sin duda, ese es el cisma de las series de la “**Edad Dorada**” de la televisión, puesta de manifiesto en los dramas oscuros por cable donde los protagonistas navegan entre el magnetismo y la repulsión de la audiencia. Esta disertación la conduce a hablar de lo que ha pasado a los espectadores de *Breaking Bad* con Walter White, y donde ella misma nos recuerda su artículo, donde ella aseguraba que eran *Bad Fans*. Según relata, las respuestas que obtuvo fueron incendiarias, en su contra. Como bien ella argumenta: ¿Quién quiere oír que está mirando algo mal?

Así pues, ella sitúa el origen de los *Bad Fans* en el personaje de Archie Bunker, el bufón que se convirtió en uno de los personajes más conocidos y queridos de la televisión. Fue el primero que consiguió alternar la fascinación y el rechazo de los espectadores. Así pues, Bunker representaba el peligro y el potencial de la televisión, por su habilidad de influir en los espectadores, yendo más allá de ayudarles a matar el tiempo, impulsando así el medio hacia el futuro. Según dice Nussbaum, los críticos deciden que la serie no era el problema, el problema era la audiencia. La periodista cita a dos psicólogos, Neil Vidmar y Milton Rokeach²⁷⁹, que llegaron a la conclusión que los espectadores se identificaban con la perspectiva de Archie Bunker, apoyaban sus argumentos y no veían nada malo en sus comentarios racistas; se alineaban más con sus frustraciones.

²⁷⁶ NUSSBAUM, E. “The great divide. Norman Lear, Archie Bunker, and the rise of the Bad Fan”. En *The New Yorker*, 31 de marzo 2014. <http://www.newyorker.com/magazine/2014/04/07/the-great-divide-emily-nussbaum> Recuperado: 3 de abril 2019.

²⁷⁷ *Todo en familia (All in the Family)* [Serie de television] Op. Cit.

²⁷⁸ AUSTERLITZ, S. *Sitcom: A History in 24 Episodes from 'I Love Lucy' to Community*. Chicago: Chicago Review Press, 2014.

²⁷⁹ VIDMAR, N.; ROKEACH, M. “Archie Bunker’s Bigotry: A Study in Selective Perception and Exposure”. En *Journal of Communication*, Vol. 24. Núm. 1. Oxford: Oxford University Press, marzo 1974. pp36-47.

Se vuelve a mencionar el manido discurso de Newton Minow, presidente de la *FCC* en 1961, donde tildaba a la televisión como una **tierra vacía**. En esa época la televisión se consideraba un bien público al servicio de la ciudadanía, y por ello debía ser pura y aportar ciertos valores y educación. Según Nussbaum, ningún crítico puede apoyar este planteamiento sobre la televisión, a no ser aquellos que la consideran como una forma de arte, y que, además, tratan de liberarse de las comparaciones con novelas y el cine.

Termina el artículo hablando de cómo décadas después, la televisión tiene una relación distinta con la audiencia. Por un lado, se coleccionan series, se graban, se comenta el contenido con desconocidos a través de centenares de canales de comunicación. Quizás, dice Nussbaum, no nos debe extrañar que con la revolución de la televisión digital otra figura como Archie Búnker haya surgido, como del inconsciente de la propia televisión. Surge así el rencoroso antihéroe masculino, blanco y de mediana edad, nostálgico de un pasado cuando era poderoso y a menudo concebido por un *showrunner* blanco de mediana edad.

Estas series elevaron el **carisma de la televisión**, aplicando una fórmula que a la vez asusta y enciende a los espectadores, y muchas veces acaba dividiéndolos en dos. Así, Nussbaum cree que cada vez que una serie cruza la línea del buen gusto, mostrando la inmundicia humana y las peores pesadillas, alarga el territorio desarrollado por Norman Lear con Archie Bunker.

Concluye que quizás no hay ninguna razón para unir la audiencia dividida de la televisión. Una serie que se dirige a distintas audiencias puede alcanzar unas buenas valoraciones ofreciendo muchas formas de ser fan. Las mejores series, según ella, son las que nos agitan y nos despiertan, las peores son las que nos dejan anestesiados. Quizás una audiencia dividida se deba a que la serie ofrece distintos mensajes, puede resultar de un texto incoherente pero otras veces es un signo de audacia, se supone que están experimentando y que los espectadores tienen que aprender cómo mirar. Son narraciones que alteran al público al exigirle que, como espectador, haga algo más que solo mirar.

En este artículo, insiste con el concepto del *Bad Fan*, pero de otra forma. Ya no parece enojada con aquellos espectadores que siguen apoyando a Walter White, entiende que la audiencia es diversa y que cada uno reacciona de forma distinta. Y por ello hace un poco de historia de la televisión para intentar situar el origen del *Bad Fan*, y de los personajes

que crean esta división en la audiencia, haciendo un repaso de la serie *Todo en familia*²⁸⁰ y de su protagonista, Archie Bunker.

Y un podcast

Analizados los artículos que ha escrito Emily Nussbaum sobre *Breaking Bad*, también me remito a un podcast²⁸¹ sobre la serie, con una conversación entre Tad Friend y Emily Nussbaum, que sucede un mes después de lanzar los últimos episodios de *Breaking Bad*. La conversación se emite a mediados de septiembre del 2013, antes de que la serie termine. Los dos son colaboradores del *The New Yorker*, donde también interviene otra colaboradora de la revista, Sasha Weiss. Cabe destacar el comentario de Nussbaum sobre *Breaking Bad*, donde dice que, básicamente, la serie supone una prueba de la relación que se establece entre **la narración y su audiencia**, como si la estuviera retando para seguir apoyando o no al protagonista; que es un drama que parte de la narración de la figura de un antihéroe, con el que establecen relaciones complicadas, a lo que la audiencia ya está acostumbrada. Por un lado, lo apoyan, por otro, ponen en tela juicio sus acciones, emocionados con la idea de saltarse las reglas. Pero para ella, argumenta, el **arco de la serie** supone una crítica a este tipo de dramas antiheroicos, al principio la narración te lleva a que secundes al protagonista para luego ponerte en su contra. Para Tad Friend la idea de Vince Gilligan de convertir a Walter White de *Mr. Chips* en *Scarface* no es cierta. Asevera que él nunca vio a Walter White como un buen hombre.

Nussbaum lo distingue de otros antihéroes que protagonizan series como *Los Soprano* o *The Wire*, *bajo escucha*, donde muestran estas fantasías de masculinidad poderosa. Para ella, Walter White es muy diferente, entre otras cosas es un intelectual, un perfeccionista, quiere controlarlo todo. Sasha Weiss, por su parte, destaca su asexualidad: en toda la serie solo se muestra una escena erótica, entre Skyler y Walter White. De hecho, en una entrevista, Emily Nussbaum²⁸² le preguntó específicamente a Vince Gilligan por este aspecto, ya que es usual en este tipo de seres una cierta representación de infidelidades y éste le contestó que Walter White está convencido de que es un hombre de familia, y si, encima de todas las cosas malas que está haciendo, le haces ser infiel, rompe demasiado con su propia idea de que lo está haciendo todo por la familia.

Nussbaum habla de la **diversidad de la audiencia**, de la forma distinta de acercarse

²⁸⁰ *Todo en familia (All in the Family)* [Serie de television] Op. Cit.

²⁸¹ NUSSBAUM, E. “Tad Friend and Emily Nussbaum on <Breaking Bad>“. En *The New Yorker*, Out Loud [Podcast]. 11 de septiembre 2013. <https://www.newyorker.com/podcast/out-loud/tad-friend-and-emily-nussbaum-on-breaking-bad>. Recuperado: 12 de abril 2019.

²⁸² Film at Lincoln Center. *Breaking Bad Q&A: Vince Gilligan*. Op. Cit. Recuperado: 23 de abril 2020.

a la serie. Los espectadores la miran por razones distintas, y ese es el objetivo de la serie, es una **aventura trepidante**, que pretende retar la moralidad de la audiencia.

Para terminar, menciona el reto que han tenido los guionistas para terminar la serie, para intentar encajar todas las piezas y pensar en el mejor final, el más satisfactorio y coherente con la narración.

Vale la pena ahora recordar que la crítica que escribió sobre el final de *Breaking Bad* contenía una recreación propia del final, pues el de la serie no le gustó. Aquí, parece Nussbaum se corrige a sí misma. Rectificar es de sabios.

4.2.6. Pluralismo crítico sobre *Breaking Bad*

“To say that a film prescribes a specific attitude seems to presuppose that there is only one correct interpretation of any work”.

Katharine Thomson-Jones²⁸³

El concepto de pluralismo crítico viene de Stecker, citado por Feaguin en French y Wettstein²⁸⁴: hay **múltiples interpretaciones, evaluaciones, clasificaciones y formas de entender una obra de arte**. La idea de la pluralidad se debe, en parte, a que las narraciones audiovisuales pueden estar clasificadas de formas distintas, creando entonces diferentes formas de evaluación, donde hay que considerar similitudes y contrastes con otras narraciones y, por tanto, se pueden generar distintos patrones de comparación y evaluación de la obra. La categoría que se aplica, las cualidades que se le atribuyen y los juicios que se aplican inciden directamente en la forma en que se pueden apreciar y evaluar.

Por lo tanto, la visión del pluralismo crítico garantiza que una obra pueda ser **clasificada apropiadamente** de diferentes maneras, porque en principio se apoyan en las diferentes formas en que se entiende e interpreta, a través de los distintos criterios que se aplican. Esto no quiere decir que cualquier perspectiva o valoración sea correcta, pero sí que hay muchas formas para evaluar, y que esa es la norma, no la excepción.

Las **respuestas emocionales** que una narración audiovisual produce son diferentes, a pesar de que están hechas para que se pueda sentir alegría o tristeza por lo que sucede en la pantalla. No se puede llegar a la conclusión de que la narración señala el camino para

²⁸³ THOMSON-JONES, K. "Art, Ethics and Critical Pluralism". En JAMES, H. Op. Cit. 2010. p286.

²⁸⁴ FEAGUIN, S. L. "Film Appreciation & Moral Insensitivity". En FRENCH y WETTSTEIN, Op. Cit. 2010, pp20-33

sentir de una manera u otra. Se debe concebir la narración audiovisual como una obra de arte, y si el pluralismo crítico -la idea de que hay más de una forma correcta de entender una obra artística- es cierto, no hay una sola forma correcta de interpretarla.

También vale la pena considerar lo que escribió García Borrero²⁸⁵ sobre los críticos, cuestionando el papel del crítico como **intermediario** que asume su labor como una actividad que sirve para dictar **cánones artísticos**, ya que parece que parte de la base de que el público no entiende lo suficiente. Así surge una actitud paternalista, por tanto, resulta un tanto pedante concebir al crítico como una especie de **traductor de la obra de arte**. García Borrero, prefiere una crítica que no se plantee en estos términos, sino que plantee el **enriquecimiento de las estrategias reflexivas** sobre la obra con la incorporación del debate, de charlas, de intercambio activo incluyendo al público, para establecer así una verdadera relación entre la crítica y el espectador. Esta proposición se vuelve posible hoy en día gracias a las distintas redes sociales, destacando quizás Twitter por su intercambio más inmediato a través de los dispositivos móviles. Se aboga así por una crítica que reintegre la autoestima del espectador, que lo ayude a ejercer la suspicacia individual y que vea al crítico como un provocador de su propia gestión intelectual. García Borrero lo resume: “La misión principal del crítico imperfecto: reintegrar la confianza de los espectadores en sus propios sentidos, recordarle que el acto de apreciar el arte es una acción personal, sensual e intransferible y que es a partir de la madurez de sus posiciones que puede alcanzarse una rigurosidad colectiva”²⁸⁶.

4.2.6.1. El pluralismo crítico de Karl Popper

Merece la pena ahondar en la teoría del pluralismo crítico de Karl Popper, aunque no exista unanimidad en su concepción. A mi entender, aporta unas ideas interesantes que se deben considerar sobre lo que en realidad sucede con respecto a las respuestas, tanto de los distintos críticos de televisión como de los distintos espectadores, sobre las series o narraciones audiovisuales, y que, claramente, permite ver que **no existe unanimidad en la interpretación**, ni en los sentimientos que despiertan.

Ostalé²⁸⁷ menciona a Tejedor de la Iglesia para resumir la teoría del pluralismo crítico de Karl Popper y me parece conveniente destacar que, según él, Karl Popper parece decir que **un intelectual no necesariamente sabe más que un iletrado**, que ninguno

²⁸⁵ GARCÍA BORRERO, J. A. Op. Cit. 2002.

²⁸⁶ Ibidem, p315.

²⁸⁷ OSTALÉ, J. “Popper y las éticas aplicadas”. En *Dilemata, Revista internacional de Éticas Aplicadas*, Núm. 29. Madrid, 2018. pp22-44.

de los dos está vacunado contra la arrogancia de pensar que están en lo cierto; el intelectual, por su supuesta superioridad intelectual -valga la redundancia- y el otro, por su primitivismo. Y por ello, lo mejor que puede suceder es que haya un intercambio entre los dos, una discusión racional, que llevará a enriquecer cualquier discurso.

La misión del intelectual es conducir la búsqueda de la verdad, no impartir cátedra. Incide en la idea de que el conocimiento no es un asunto cuantitativo, simplemente unos y otros tienen conocimientos distintos, y así cada uno puede aportar su pequeño grano de arena al conocimiento y, por tanto, implica que no se debe apartar a nadie en este proceso. Mediante esta interacción se puede hacer un acercamiento progresivo y más fiable a la verdad.

La propuesta epistemológica de Karl Popper parte de Voltaire y del **concepto de falibilidad**, que considera la idea de que errar es humano y que sucede constantemente. Para avanzar hace falta asimilar los errores, no como un fracaso, sino como un paso necesario para seguir avanzando.

Se debe tener en mente que la verdad no se alcanza definitivamente, que hace falta una actitud de **honestidad intelectual y de humildad, de crítica (y autocrítica)**, ya que lo único que se hace es lanzar hipótesis, suposiciones y conjeturas.

El filósofo austríaco elabora su teoría del conocimiento objetivo: cabe distinguir la idea de certeza subjetiva, lo que uno cree, y la verdad objetiva, esto permite alejarse del relativismo y del dogmatismo. Alejarse de estos dos extremos permite defender el pluralismo crítico, que lo define como la posición que permite hacer una búsqueda de la verdad objetiva con todo tipo de teorías, para llegar a un **mayor conocimiento**.

Por ello, entonces, entiende la crítica no como una forma de quitar valor a algo, sino como un análisis en profundidad del contenido, que permite una discusión racional, y a la que, dice, deben aplicarse tres principios: 1º) El principio de falibilidad, que comporta que uno puede estar equivocado y el otro no. 2º) El principio de discusión racional, que permite ser capaz de reconocer y corregir los errores propios. 3º) Y, por último, el principio de aproximación a la verdad, la discusión racional es la que puede permitir un acercamiento a la verdad.

Todo ello conduce a la responsabilidad intelectual y hace necesaria la tolerancia, para la que marca dos límites. Por un lado, la reciprocidad, donde se aplica que no se puede tolerar a quien no tolera, y, por otro lado, la “Mala Fe”, que supone rechazar la arrogancia intelectual.

4.2.6.2. El crítico, creador de neologismos: *prufishness*, *Bad Fans*...

Anteriormente, al introducir el papel de los críticos de televisión como sacerdotes del gusto, como comisarios de arte, he hablado de su labor como “clasificadores”, que buscan el sentido inscrito en la obra, que su labor supone la consagración de algunas de ellas, si consideran que así lo merecen. El crítico instruye al espectador, en tanto que este le reconozca su influencia y su importancia en el campo, sabiendo y aceptando que no hay una lectura única de las obras y que la multiplicidad ayuda la expansión del texto. Pero dadas las capacidades que se le presuponen al crítico, se le puede considerar como un creador, como un artista, aludiendo al libro sobre la crítica de Wilde²⁸⁸. La labor puede aportar una interpretación creadora, que no solo puede incidir en los espectadores sino a toda la comunidad, a todo el sistema de producción. Ya que el crítico selecciona los elementos que le parecen más relevantes, elemento esencial para la creación y crear formas nuevas, distinguir escuelas y estilos, modos de creación, le supone el uso de un lenguaje adecuado, tratando la obra como un punto de partida que deberá pasar por el análisis del crítico, que puede engordar su significado y revelar esencias distintas. Pueden tener una pretensión de universalidad a partir de la publicación de sus análisis en distintos medios que valoran el arte y difundir así su propia visión. Esto implica, sobre todo, la aplicación de un lenguaje específico que puede ser nuevo, y, así, nos encontramos que el crítico puede ser un **creador de neologismos**: la creación de una palabra inexistente o la combinación de varias, para incorporarla a una lengua para expresar una **realidad novedosa o reciente**, sobre la que no existía antes un término apropiado. También puede ser la inclusión de un nuevo significado para una palabra ya conocida.

Como ejemplo, Murray Smith²⁸⁹ habla del vocablo “*prufishness*” para describir la mezcla de emociones que puede sentir un espectador frente a una narración. Se utiliza para designar un estado mental muy específico, una emoción que se encuentra entre la duda y el arrepentimiento, que representa una ansiedad desbordada por el miedo de que las cosas le salgan mal y que no permite llegar a tomar una decisión para pasar a la acción. Puede conectarse directamente en un personaje o una situación concreta, aunque puede adaptarse a otras situaciones. Smith nos recuerda de la importancia de la **apreciación de la crítica** para que este neologismo surja, y cita a John Benson²⁹⁰, que es el crítico y

²⁸⁸ WILDE, O. Op. Cit. 1968.

²⁸⁹ SMITH, M. “Feeling Prufish”. En FRENCH y WETTSTEIN. Op. Cit. 2010. pp261-279.

²⁹⁰ BENSON, J. “Emotion and Expression”. En *The Philosophical Review*, Núm. 76. Durham, Carolina del Norte: Duke University Press, 1995. pp338-339.

no el protagonista de la obra, de donde surge el neologismo, Mr. Prufrock es el protagonista del poema *The Love Song of J. Alfred Prufrock* de T. S. Eliot.

Esto permite resaltar la importancia del acto crítico, del análisis verbal y la explicación de la experiencia que se produce a través de una narración, para representar una configuración distintiva de una emoción, para que se pueda volver a alinear y difundir y, por lo tanto, esté disponible como plantilla. La crítica a menudo se basará en un vocabulario explícito, cargado de emoción, para crear una descripción evocadora de una narración audiovisual. Así nos encontramos con términos como *almodovariano* para definir el trabajo hecho por Pedro Almodóvar, que representa la mezcla de devastación, euforia, diversión y consternación, pero que incluso ha tenido una mayor repercusión social, siendo adoptada por la cultura popular. Piénsese también en otros términos como *felliniano* o *kafkiano*.

¿Podemos, pues, considerar que el término *Bad Fans* es un neologismo? El tiempo decidirá el futuro de esta idea y de si puede entrar en esta categoría, pero lo que queda claro es su repercusión, más allá de los artículos escritos por la propia Nussbaum. Algunos colegas de profesión han adoptado el término, incluso han creado alguno nuevo, como pueda ser *Team Walt*, para designar el mismo concepto con respecto a los espectadores de *Breaking Bad*.

Para ver su alcance quizás se deberá esperar un tiempo, por si se exporta para otros espectadores de otras series que andan confundidos sobre la identidad de sus protagonistas, de los fines que éstos persiguen, de las emociones que sienten hacia ellos y de las emociones que les suscita la narración.

4.2.6.3. El pluralismo crítico en *Breaking Bad*

Dada la imposibilidad de leer y analizar todas las críticas sobre *Breaking Bad* surgidas en todos los medios por los diferentes críticos, a lo largo de todos los años, destacaré una pequeña muestra para dar soporte a la idea del pluralismo crítico que existe en torno a la serie. La exposición la relato en orden cronológico, basada en la preeminencia de los medios en los que se publican, de su propia relevancia y por su relación con Emily Nussbaum, así como de la mención que hacen sobre cómo lo perciben los espectadores y la idea de los *Bad Fans*.

“Amar a Walter White. Odiar a Walter White”

La primera crítica que voy a mencionar es la de Alberto N. García²⁹¹, aparecida el 5 de agosto del 2013. Esta crítica analiza la evolución de la serie cuando está ya en sus últimos episodios, a punto de finalizar. Habla de la metamorfosis que ha sufrido Walter White y le da tanta importancia a la clausura narrativa como a la clausura moral, destacando la posición del espectador sobre las andaduras de Walter White. Lo distingue de algunos protagonistas que también actuaban de forma reprobable, pero lo sitúa en otra esfera, porque dice que la presentación del protagonista, Walter White, es distinta: lo justifica diciendo que al empezar la serie era un tipo normal. Esta caracterización resulta clave para **despertar la empatía** en los espectadores hacia el personaje. Nos invita a revisar el episodio piloto, que sienta las bases para una **identificación del espectador con el protagonista**.

El autor trata de explicar por qué las narraciones audiovisuales nos hacen querer a personas que en la vida real odiaríamos, “... cómo la ambigüedad moral ejerce de motor narrativo y qué respuestas (emocionales y morales) demanda del espectador”.

En primer lugar, habla del cambio que ha sufrido la narrativa audiovisual contemporánea, donde ahora **se cultiva el antiheroísmo**. Las cadenas de televisión por cable, como HBO, Showtime, FX y AMC, queriendo diferenciarse de la *networks* tradicionales, han desarrollado una constante temática en la narrativa serial. Antes el antiheroísmo consistía en la excepción, no la regla, en los *shows* más influyentes. No como ahora.

Al hablar de la identificación con el personaje nos remite a Carl Plantinga y a Murray Smith, que, más adelante, en el apartado dedicado al análisis del espectador contemporáneo, procederé a la exposición de sus teorías y las de otros con mayor profundidad.

A grandes rasgos viene a decirnos que Plantinga plantea dos actitudes del espectador hacia personajes antiheróicos: el alineamiento y la complicidad/lealtad. El primero depende de la narración y el segundo supone la respuesta del espectador por la narración audiovisual.

Viene a exponer que, al pasar tiempo al lado del protagonista -en este caso, junto a Walter White- nos hacemos eco de sus dudas y de sus pensamientos y nos hacemos su amigo. En

²⁹¹ GARCÍA, A. N. “Amar a Walter White, odiar a Walter White”. En *Jot Down Cultural Magazine*. Sevilla: agosto 2018. <https://www.jotdown.es/2013/08/amar-a-walter-white-odiar-a-walter-white/> Recuperado: 13 de julio 2018.

definitiva, nos alineamos con él. Para que se dé la lealtad debemos aprobar al personaje, y eso se produce porque se juzga sus acciones con benevolencia.

A la narración hay que añadirle entonces también el valor audiovisual, tanto la música, como los diálogos, la voz en *off*, el montaje, los primeros planos, la iluminación, los planos generales, y, así, un largo etcétera, que también afectarán a la percepción del espectador. “El relato audiovisual puede desplegar multitud de recursos formales que nos cogen con la guardia baja y así logran nuestra adhesión a tal o cual personaje”.

En la quinta temporada no queda ni rastro del posible “buenismo” de las intenciones de Walter White y de la idea de proveer a su familia cuando él no esté.

“Aún y así, con tanta sangre de por medio, siempre hemos apoyado al equipo de Walter”. Las escenas familiares fuerzan nuestra simpatía hacia Walter White, la estrategia de dulcificar el mal, en escenas con el bebé o cuando sistemáticamente justifica sus actos de villano poniéndolo en riesgo y mostrando que no tiene alternativa posible a sus actos criminales.

Otro aspecto que hay que resaltar es la idea de que cualquier espectador se ve seducido por la muestra de sus habilidades y la inteligencia superior del personaje, que traza un plan y que se sale con la suya, y que añadiendo unos antagonistas peores que él, hace claramente posicionar al espectador a su favor.

Para terminar su reseña se levanta la duda de hasta cuándo el espectador va a apoyar a Walter White y concluye con una paradoja: “la de que para odiar a Walter White lo hayamos tenido que amar tanto”.

“The True Anti-Hero of ‘Breaking Bad’ Isn’t Walter White”

La siguiente reseña es la de Laura Bennett²⁹² en *New Republic*, del 9 de agosto del 2013. También habla sobre los sentimientos de los espectadores con respecto a Walter White, pero pone en el centro a su mujer, Skyler.

Para la crítica, lo más relevante de la serie no es la transformación de Walter White, que estaba anunciada en el minuto uno por el propio creador Vince Gilligan, cuando explicaba que *Breaking Bad* iba sobre la conversión de *Mr. Chips* en *Scarface*. Según Laura Bennett, la mujer de Walter White, Skyler, refleja nuestra propia evolución de la relación con éste. También lo relaciona con otras mujeres de narraciones audiovisuales contemporáneas con personajes antiheroicos como Carmela Soprano y Betty Draper. La

²⁹² BENETT, L. “The True Anti-Hero of ‘Breaking Bad’ Isn’t Walter White Sexual politics and the bad wife”. En *The New Republic* [online] 9 de agosto 2013. <https://newrepublic.com/article/114245/breaking-bad-review-walter-white-not-antihero> Recuperado: 13 de agosto 2018.

cuestión cuando se refiere a personajes de ficción que nos gustan tiene que ver con nuestra capacidad para identificarnos con ellos y por eso a los personajes que rodean a Tony Soprano y Don Draper los podemos considerar tan buenos protagonistas.

Para Laura Bennett, Walter White nos ofrece una **complejidad psicológica torturada**; su ambición se ve amplificadas, sus motivos se ven emborronados y son una mezcla de sus inseguridades volviéndose en una avaricia monstruosa. Pero en el caso de Skyler parece menos claro, más desordenado, con menos simpatías; es la clave que hace de la serie sea tan convincente por su irritabilidad moral, por la manera en que se ve el bien y el mal, y que se nos aparece de forma retorcida.

“Todd is a reflection of ‘Breaking Bad’s Other Characters”

Escrita por Margaret Lyons²⁹³, el 13 de agosto de 2013, este análisis del personaje de Todd, revisa cómo el personaje recoge trazos de los otros personajes de la serie, tanto de Walter White, como de Jesse, por su poca habilidad de hacer la metanfetamina azul; de Gus, aunque no se crucen en ningún episodio, por la crueldad que muestra cuando mata el niño; recoge características de Mike, cuando presta atención a todos los detalles, e incluso de Hank, cuando alardea delante de su tío Jack del robo del tren... Lyons expone todas estas relaciones para terminar sentenciando que la serie nos explica que los espectadores son los Todd que hicieron *catch-up* de la serie.

“What’s Walter White’s True Motivation?”

Margaret Lyons²⁹⁴ también firma la reseña aparecida un mes después, el 13 de septiembre de 2013, donde se plantea la **duda esencial** y que según ella puede ayudar a comprender la dualidad de la recepción de los espectadores respecto a la figura de Walter White. ¿Está realmente haciéndolo todo por su familia o lo hace por su propio orgullo? Puede que nunca obtengamos una respuesta satisfactoria ya que, como observa Margaret Lyons, ni siquiera las dos figuras principales de la serie, Vince Gilligan y Bryan Cranston, se ponen de acuerdo. Por un lado, Bryan Cranston, que representa el personaje de Walter White en la serie, afirma que realmente lo está haciendo por la familia; por otro lado, Vince Gilligan, el creador de la serie, cree que sus actos responden a su propio egoísmo.

²⁹³ LYONS, M. “Todd is a reflection of <Breaking Bad>’s Other Characters”. En *Vulture* [online] 13 de agosto 2013. <https://www.vulture.com/2013/09/breaking-bad-todd-distillation-of-other-characters.html> Recuperado: 18 de julio 2018.

²⁹⁴ LYONS, M. “What’s Walter White’s True Motivation?”. En *Vulture* [online] 13 de septiembre 2013. <https://www.vulture.com/2013/09/whats-walter-whites-true-motivation.html> Recuperado: 13 de agosto 2018

Para Margaret Lyons parece entonces que Bryan Cranston se ha estado mintiendo a lo largo de toda la serie acerca del monstruo que está representando.

“This is What Everyone Is Writing About ‘Breaking Bad’ Today”

La reseña del 17 de septiembre de 2013, Gilbert Cruz²⁹⁵ hace un repaso de unas cuantas reseñas de distintos críticos en distintos medios, aparecidas con motivo del final de la serie.

Matt Zoller²⁹⁶ compara el final con un cuento de Dickens, e indica que la reacción del espectador se divide entre los que les gustó y los que no, porque vieron un final fácil.

Andy Greenwald²⁹⁷ viene a decir que *Breaking Bad* siempre es predecible, que cada giro se ve anunciado, cada acción tiene un propósito y, lo que es más importante, tiene una reacción contraria e igual de importante.

Linda Holmes²⁹⁸ resalta su desagrado de que el final fuera dirigido en los propios términos de Walter White: no quería ninguna redención para él, ninguna muestra de poder. Y nos habla del *Team Walt*, que se podría comprar con la idea de los *Bad Fans*, aquellos que dan apoyo incondicional a Walter White, que creen que pesar de todo es un buen hombre, forzado a matar a aquellos que lo merecen, o aquellos que ven su monstruosidad, pero conceden un mínimo de gracia a las personas culpables.

Donna Bowman²⁹⁹ nos compara la previsibilidad de las máquinas con la de Walter White, y aunque sí se producen cambios en esa previsibilidad en las máquinas, en las personas falla. Para ella, Walter White cambia, pero las máquinas siguen funcionando. La metralleta que utiliza Walter White una vez ha disparado sigue moviéndose, en cambio una vez éste cumple su propósito se detiene.

Maureen Ryan³⁰⁰ destaca la cantidad de tramas y narración que tenía que concluir el episodio final; para ella no todo se cerró como esperaba, aunque admite que si al

²⁹⁵ CRUZ, G. “This is What Everyone Is Writing About <Breaking Bad> Today”. En *Vulture* [online] 17 de septiembre 2013. <https://www.vulture.com/2013/09/what-everyone-is-writing-about-breaking-bad.html> Recuperado: 14 de agosto 2018.

²⁹⁶ ZOLLER, M. “<Beaking Bad> Recap Series Finale: Do It Yourself”. En *Vulture* [online] 30 de septiembre 2013. <https://www.vulture.com/2013/09/breaking-bad-recap-series-finale.html> Recuperado: 16 de agosto 2018.

²⁹⁷ GREENWALD, A. “The Scientific Method. The righteous left-brained storytelling of <Breaking Bad>”. En *Grantland* [online] 12 de julio 2012. <http://grantland.com/features/breaking-bad-amc-walter-white-best-show-summer/> Recuperado: 10 de agosto 2018.

²⁹⁸ HOLMES, L. “<Breaking Bad> Lands Its Finale A Little Too Cleanly”. En *NPR* [online] 30 de septiembre 2013. <https://www.npr.org/2013/09/30/227740741/breaking-bad-lands-its-finale-a-little-too-cleanly?t=1576750649396> Recuperado: 10 de agosto 2018.

²⁹⁹ BOWMAN, D. “<Breaking Bad>: <Felina>”. En *AV/Club* [online] 29 de septiembre 2013. <https://tv.avclub.com/breaking-bad-felina-1798178138> Recuperado: 11 de agosto 2018.

³⁰⁰ RYAN, M. “<Breaking Bad> Finale Review, ‘Felina’: The Big Finish Felt Small At Times”. En *Huffpost* [online] 30 de septiembre 2013. https://www.huffpost.com/entry/breaking-bad-finale-review_b_4015186 Recuperado: 10 de agosto 2018.

espectador le ha gustado..., “¡adelante!”. Según Ryan, *Breaking Bad* ha tenido dos misiones: por un lado, entretenernos y, por otro, hacernos pensar. Por supuesto, también habla de la reseña de Nussbaum³⁰¹ -comentada en el punto anterior-, donde dice que no le gusta el final y que para ella es una fantasía, dentro de la línea que había seguido la narrativa de la serie.

James Poniewozik³⁰² viene a decir que, en lugar de una redención, Walter White acaba en paz, y que todos sus actos han sido, nada más ni nada menos, que por él mismo. “We saw Walt back in Heisenberg mode, ending his problems and his enemies with DaVincian invention and Machiavellian manipulation”.

La excusa de que lo ha hecho por la familia no se la cree ni él.

Alan Sepinwall³⁰³, apunta que la historia de Walter White realmente acaba en el capítulo “Ozymandias” (T5/E14) y que los dos episodios posteriores son como un epílogo, para dejarlo todo bien cerrado y ordenado. El final no le convence, cree que es muy poco *Breaking Bad*, pero no por ello deja de creer que es una de las mejores series que ha visto.

Todd Vanderwerff³⁰⁴, habla sobre las expectativas de los espectadores, sobre la idea de que el final de *Breaking Bad* es el que merecía, según él eso supone que se anteponen las propias hipótesis sobre lo que tenían que ocurrir en vez de tratar de tratar de entender lo que Vince Gilligan y el resto de guionistas querían contar y cómo definitivamente han cumplido con esa voluntad.

Neil Drumming³⁰⁵ se cuestiona si la intención inicial de Walter White era salvar a Jesse o es una idea que le sobreviene una vez está allí, tiene claro que nunca lo sabremos, pero que para él, fue allí con la peor de las intenciones pero llegado el momento, salva a Jesse por autocomplacencia, para sentirse bien consigo mismo. Drumming concluye: “Whether he was a hero or a villain, Walter White got nearly everything he ever wanted”.

³⁰¹ NUSSBAUM, E. Op. Cit. *The New Yorker*. 30 de septiembre 2013.

³⁰² PONIEWOZIK, J. “<Breaking Bad> Watch: Say Hello to My Little Friend”. En *TIME* [online] 30 de septiembre 2013. <https://entertainment.time.com/2013/09/30/breaking-bad-watch-say-hello-to-my-little-friend/> Recuperado: 16 de agosto 2018.

³⁰³ SEPINWALL, A. <Series finale review: ‘Breaking Bad’ – ‘Felina’>. En *UPROXX*, 29 de septiembre 2013. <https://uproxx.com/sepinwall/series-finale-review-breaking-bad-felina-its-all-over-now-baby-blue/> Recuperado: 12 de agosto 2018.

³⁰⁴ VANDERWERFF, T. “<Breaking Bad> recap: None of this had to happen”. En *Los Angeles Times* online, 30 de septiembre 2013 <https://www.latimes.com/entertainment/tv/showtracker/la-et-st-breaking-bad-recap-20130929-story.html> Recuperado: 15 de agosto 2018.

³⁰⁵ DRUMMING, N. “In the End, Walt Won”. En *Salon* [online] 30 de septiembre 2013. https://www.salon.com/2013/09/30/in_the_end_walt_won/ Recuperado: 30 de agosto 2018.

Rich Juzwiak³⁰⁶ considera que el final es perfecto, como indica en el título de su crítica. Dice que funciona como un juego de recompensas, de plantar y recoger. Además, pone el acento en cómo la serie estaba pendiente de los espectadores, permitiendo que hicieran hipótesis, decidiendo de si Walter White lo hacía por la familia o para sí mismo. Para él, el *Tag Line* “Remember My Name” parece escribir el propio obituario de Walter White, y denota el egocentrismo que supone su éxito, pero también su ruina.

Willa Paskin³⁰⁷ no está satisfecha con el final ya que considera a los guionistas como cómplices de Walter White y los denomina *Team Walt* (otra referencia a los espectadores *Bad Fans* de Emily Nussbaum), ya que después de todo lo que ha ido haciendo terminan recompensándolo, no salvándole la vida aunque sí terminándola como él quería: consiguiendo el dinero para su familia, no yendo a la cárcel y manteniendo su leyenda.

Richard Lawson³⁰⁸ califica el final de la serie como sólido, satisfactorio y excitante, coherente con todo el recorrido que ha marcado el creador Vince Gilligan desde el principio de la serie.

Alessandra Stanley³⁰⁹ se alegra que el final sea tan claro, no como los finales de otras series notables como *Los Soprano* o *Perdidos*. Ata todas las tramas, todos los cabos sueltos.

Mary McNamara³¹⁰ tilda el final de la serie como tramposo. La serie muestra la idea de que una vez introduces el mal en tu vida no puedes controlarlo, y luego nos encontramos que Walter White tiene un final triunfante, el dinero llega a su familia, sus enemigos mueren y salva a su hijo adoptivo, Jesse.

Scott Meslow³¹¹ ve el final de la serie generosa con Walter White, aunque sospecha que el mensaje moral va a generar mucho debate entre los críticos y los fans, y que se continuará debatiendo en los años venideros.

³⁰⁶ JUZWIAK, R. “Why <Breaking Bad>'s Finale Was Perfect”. En *Gawker* [online], 30 de septiembre 2013. <https://gawker.com/why-breaking-bads-finale-was-perfect-1426923789> Recuperado: 28 de agosto 2018.

³⁰⁷ PASKIN, W. “Did Team Walt Win?”. En *Slate* [online], 30 de septiembre 2013. <https://slate.com/culture/2013/09/breaking-bad-finale-review-felina-is-nicer-to-team-walt-than-ozymandias-was.html> Recuperado: 30 de agosto 2018.

³⁰⁸ LAWSON, R. “The 'Breaking Bad' Finale the Show Deserved”. En *The Atlantic*, 30 de septiembre 2013. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2013/09/breaking-bad-finale-show-deserved/310485/> Recuperado: 27 de julio 2018.

³⁰⁹ STANLEY, A. “A Clear Ending to a Mysterious Beginning”. En *The New York Times*, 30 de septiembre 2013. <https://www.nytimes.com/2013/10/01/arts/television/breaking-bad-finale.html> Recuperado: 27 de julio 2018.

³¹⁰ MCNAMARA, M. “<Breaking Bad> finale: Tears, ovation at Hollywood Forever Cemetery”. En *Los Angeles Times*, 30 de septiembre 2013. <https://www.latimes.com/entertainment/tv/showtracker/la-et-st-breaking-bad-finale-tears-cheers-20130930-story.html> Recuperado: 28 de julio 2018.

³¹¹ MESLOW, S. “'Breaking Bad' series finale recap: 'Felina'”. En *The Week*. 30 de septiembre 2013. <https://theweek.com/articles/459455/breaking-bad-series-finale-recap-felina> Recuperado: 30 de julio 2018.

Ross Scarano³¹² empieza su reseña con un “That’s All, Folks”. Destaca el gran uso que hace del silencio y la fuerza que conlleva cuando se usa correctamente, como en la escena en que Walter White acaricia la cara de su hija Holly durmiendo.

Alex Berenson³¹³ cree un error por parte de Vince Gilligan centrarse tanto en el personaje de Walter White. Le hubiese gustado más que Jesse, Skyler, Flynn, Saul, e incluso Marie, hubiesen tenido más que decir. Su destino estaba tan marcado y claro que solo teníamos que esperar a que muriera. Y cree que su arco emocional se completa al final del episodio. **Jen Chaney**³¹⁴ habla de la reticencia de dañar a las personas que quería, con lo cual su destino de convertirse en *Scarface* solo se consiguió parcialmente, pero ello no implica que debamos seguir apoyando las andaduras de Walter White. En realidad, el resultado es para él mucho más triste: cómo un buen hombre se convirtió en alguien realmente horrible, aunque justo antes de morir pudo recordar su bondad lo suficientemente bien como para darse cuenta de lo irremediablemente malo que se había vuelto.

Emily Bazelon³¹⁵ critica la escena en que Walter White acaricia a Holly, que pretende darnos su versión más humana y no sirve para compensar toda la maldad que ha sembrado como Heisenberg. Sí le sirve, no obstante, para apoyarle y que se salga con todo su plan de venganza.

A **Brian Moylan**³¹⁶ le preocupa que Walter White se convierta en un héroe popular, tipo *Scarface*, alguien a quien la gente aspira a ser. Walter White muere junto con el equipamiento para producir la metanfetamina azul y lo hace de una forma que parece que lo absuelva, ya que lo hace después de solucionar los temas pendientes, pero no hay que olvidar que es un hombre horrible, egoísta, narcisista y malvado.

Matthew Yglesias³¹⁷ decide que le gusta más el *Breaking Bad* que trata sobre el mundo

³¹² SCCARANO, R. “Hats Off: Recapping Breaking Bad, ‘Felina’ (Season 5, Episode 16)”. En *Complex*, 30 de septiembre 2013. <https://www.Complex.com/pop-culture/2013/09/breaking-bad-felina-recap> Recuperado: 29 de julio 2018.

³¹³ BERENSON, A. “The Breaking Bad Recap: It's Over”. En *Esquire*, 27 de septiembre 2013. <https://www.esquire.com/entertainment/tv/a24959/breaking-bad-finale-recap-0913/> Recuperado: 29 de julio 2018.

³¹⁴ CHANEY, J. “The satisfying, tear-jerking <Breaking Bad> finale. En *Salón* [online] 30 de septiembre 2013. https://www.salon.com/2013/09/30/the_satisfying_tear_jerking_breaking_bad_finale/ Recuperado: 27 de julio 2018.

³¹⁵ BAZELON, E. Breaking Bad finale recap: Final episode of Breaking Bad was perfect. En *Slate* [online] 29 de septiembre 2013. <https://slate.com/culture/2013/09/breaking-bad-finale-recap-final-episode-of-breaking-bad-was-perfect.html> Recuperado: 30 de agosto 2018.

³¹⁶ MOYLAN, B. “The problem with ‘Beaking Bad’ finale”. En *Salón* [online] 30 de septiembre 2013. https://www.salon.com/2013/09/30/the_problem_with_breaking_bads_finale/ Recuperado: 27 de julio 2018.

³¹⁷ YGLESIAS, M. “<Breaking Bad> final episode: The plot was totally absurd. Wait a minute: Did no one else find the plot totally absurd?!”. En *Slate* [online] 30 de septiembre 2013. <https://slate.com/culture/2013/09/breaking-bad-final-episode-the-plot-was-totally-absurd.html> Recuperado: 30 de agosto 2018.

de la droga que como enfoque de drama familiar. Y por ello encuentra que durante la serie lo pasas mejor cuando apoyas los éxitos de Walter White que cuando lo ves sufrir. De hecho, en la mayoría de episodios, Vince Gilligan consigue enfrentarle a una serie de antagonistas que son mucho más antipáticos, obteniendo como resultado un Walter White heroico, al que admirar.

Por último, **Chuck Bowen**³¹⁸ comenta que parece que, en el último episodio, “Felina” (T5/E16), han olvidado que Walter White ha cometido actos tan horribles como los que aparecen en los minutos finales del episodio. Vince Gilligan lo hace de la forma más manipuladora posible, enfrentándolo a sus detestables enemigos, alejándolo de cualquier tipo de responsabilidad por sus actos. El tema del episodio es la expiación, Walter White admitiendo que lo hizo por él y no por su familia.

Esta selección de reseñas de Gilbert Cruz da buena muestra de las distintas opiniones, del pluralismo crítico existente en torno a la serie *Breaking Bad*. Se presentan diferentes visiones de los distintos críticos, unos deciden poner el foco en si les ha satisfecho el final, otros hablan de si el final que tiene Walter White es el que merece, otros se centran en la narrativa, otros, en los distintos personajes...

Considero relevantes para este estudio las reseñas que hablan de los **espectadores que apoyan a Walter White** a pesar de todo, como las que mencionan *Team Walt* con un *hashtag* creado para Twitter, serían del mismo equipo que los *Bad Fans* de Nussbaum. De hecho, Willa Paskin se pregunta si con el final de *Breaking Bad* ganó el *Team Walt* y Linda Holmes cree que el final es satisfactorio, sobre todo, para los que apoyan a Walter White, los *Team Walt*, ya que termina como él lo había planeado.

“**Breaking Bad**’ Reactions”

Maureen Ryan³¹⁹ nos habla de los comentarios que recibió tras escribir la reseña sobre el episodio “*Ozymandias*”³²⁰. A través de Twitter o por *email*, aunque no calificaban su visión de errónea, reclamaban que querían ver las acciones de Walter White en un sentido positivo. Ryan hace referencia también a la reseña de Emily Nussbaum, donde cita que

³¹⁸ BOWEN, C. “<Breaking Bad> Recap: Season 5, Episode 16, <Felina>”. En *Slant Magazine* [online] 30 de septiembre 2013. <https://www.slantmagazine.com/tv/breaking-bad-season-5-episode-16-felina/> Recuperado: 26 de agosto 2018.

³¹⁹ RYAN, M. “‘Breaking Bad’ Reactions and Why Walt’s No Hero”. En *Huffpost* [online] 17 de septiembre 2013. https://www.huffpost.com/entry/breaking-bad-reactions_b_3942905 Recuperado: 30 de julio 2018.

³²⁰ RYAN, M. “‘Breaking Bad’ ‘Ozymandias’ Recap: Devastation”. En *Huffpost* [online] 16 de septiembre 2013. https://www.huffpost.com/entry/breaking-bad-ozymandias_b_3931402?utm_hp_ref=maureen-ryan Recuperado: 30 de julio 2018.

la escena de la llamada telefónica de Walter White a Skyler excusándola de todo, insiste, que cualquier lectura es posible, a pesar de que puedan chocar y contradecirse. Maureen Ryan dice que la habilidad real de Walter White no es crear la mejor metanfetamina azul, sino la de la creación del mito, y cree que uno de los objetivos del episodio “Ozymandias” (T5/E14) es “tocarnos las narices” y mostrarnos la realidad del hombre al que hemos apoyado durante 5 temporadas: mostrar una vez más su crueldad, su egoísmo, su narcisismo para no solo ganar sino someter a los otros y estar en control de todo. Y el espectador se sitúa al lado de sus acciones, quiere ser manipulado. Y así como vemos todas sus acciones, no podemos ignorar los aspectos desagradables del *fandom*, especialmente el deseo vigoroso e insistente de interpretar las acciones de Walter White de manera positiva (y las de Skyler de manera negativa).

Dicho esto, estas tendencias nos proporcionan una radiografía útil de corazones y almas. Todos tenemos nuestro propio bagaje para descartar todo lo que está enfermo, está mal y es egoísta sobre Walter White. “¿No es ese el tipo de negación que le permitió a Walter White llegar tan lejos? ¿hasta el infierno?” No trata de mandar al infierno a todo aquel que apoyase a Walter White, pero sí cree que, una vez superada la calidad de la narración audiovisual, el suspense, las increíbles actuaciones y el dominio estético de casi todo, hay mucha tela que cortar: racionalizar el comportamiento horrible es en sí mismo, una mala acción que puede tener consecuencias terribles. Walter White es el maestro de la autojustificación de sus propias malas acciones y el espectador no necesita hacer eso por él.

“‘Breaking Bad’ Walter White Apologist Phone Call”

Matt Zoller³²¹, en su crítica publicada el 18 de septiembre de 2013, compara la escena de la llamada de Walter White a Skyler con *Los Soprano*, esa capacidad de lanzar una granada de mano en el sentido dramático y retórico, en la cabeza de los espectadores. Hay unos cuantos espectadores, entre los que incluye a Emily Nussbaum, que se fijaron en la voz y las palabras de Walter White y no vieron la actuación, pero todos se dieron cuenta -o al menos Nussbaum lo hizo más tarde- y reconocieron lo que realmente había pasado, Walter White quería exonerar a Skyler de todas sus andaduras en la construcción del imperio. Según Matt Zoller, la controversia que despierta la llamada revela la relación

³²¹ ZOLLER, M. “Seitz on ‘Breaking Bad’ and Why Viewers Need to Whitewash Walter White”. En *Vulture* [online] 17 de septiembre 2013. <https://www.vulture.com/2013/09/seitz-breaking-bad-walter-white-apologists-phone-call.html> Recuperado: 30 de julio 2018.

entre los espectadores y la televisión. En concreto, se trata de la incomodidad que se produce cuando un episodio, una escena o un momento nos obliga a analizar detenidamente por qué vemos un programa, lo que realmente obtenemos de él y lo que eso dice de nosotros. Y eso hace que algunos espectadores busquen desesperadamente que Walter White sea una buena persona, que todo lo haga realmente por la familia. Matt Zoller insiste que nos gusta Walter White, lo apoyamos y que pensamos que nosotros mismos somos buena gente, así que no podemos dar nuestro apoyo a alguien que sea malo. En consecuencia, si le apoyamos se debe a que bueno, aunque sea en el fondo de su corazón; de otra forma, nosotros seríamos mala gente por seguir apoyándolo. Llega a la conclusión que no existe el denominado *Team Walt* a no ser que seas un sociópata o una persona que tiene el complejo del "macho alfa". Para él, lo que tiene sentido es que Walter White es como cualquiera de nosotros, que actúa con un propósito y con instinto, y como cualquiera de nosotros puede ser más de una cosa al mismo tiempo, al igual que las grandes obras de arte, que pueden ser muchas cosas e incluso contradictorias. La llamada a Skyler fue una gran actuación, una mentira muy convincente que despertó grandes emociones como una gran erupción. Las distintas emociones y las diferentes lecturas que surgen son esenciales para cualquier pieza de arte y *Breaking Bad* así lo confirma con esta escena.

Matt Zoeller aboga por no negar o minimizar las partes del arte que no se ajustan a una interpretación reductiva, como que Walter White es un hombre básicamente decente, o un hombre que se mueve con un propósito y es de alguna manera "rudo", en vez de considerarlo como un monstruo complejo, construido a lo largo de cinco temporadas. De lo contrario, estás tratando de convertir una narración audiovisual inteligente en una estúpida. Y realmente deberías preguntarte por qué.

En definitiva, cree que Walter White es un ser complicado que no es fácil de encasillar. Pero sí sabemos que ha sido, a lo largo de la serie, una persona horrendamente manipuladora, deshonesto, violento y destructivo, y ahora está cosechando las consecuencias de todas las malas decisiones que ha sembrado. Es posible aceptar todas estas cosas y, aun así, apoyar a Walter White para vencer a sus enemigos, como apoyamos a Michael Corleone. De hecho, nos gustan muchos personajes que son básicamente unos villanos, pero a medida que los apoyamos, con suerte entendemos que lo que estamos sintiendo, o deberíamos sentir, es una mezcla de atracción y repulsión, y que cuando reflexionamos sobre nuestra interpretación de la serie, para maximizar la atracción y minimizar la repulsión, estamos haciendo que el arte sea más tonto y nos mentimos sobre nosotros mismos.

“Father Worship and the ‘Bad Fans’ of ‘Breaking Bad’”

Siguiendo con otras críticas relevantes sobre el tema de los *Bad Fans* enunciado por Nussbaum, Leigh Kolb³²² se hace eco y resalta la conexión entre Todd y el prototipo de *Bad Fan* de *Breaking Bad*. Llegaron tarde a la historia y vieron a Walter White como un genio, digno de adoración, y lo relaciona con la obsesión de la figura del padre, justificando sus actos porque lo ha hecho todo por la familia. Kolb lo relaciona como un tema existente en nuestra sociedad, una tendencia centrada en buscar y aferrarse a una figura paterna. Dice que no es fácil odiar a un héroe y que la respuesta emocional hacia los personajes dice mucho de nosotros mismos. Vemos a Walter White y sus acciones y queremos que sea alguien que no es, vemos destellos de humanidad en alguien que no los tiene y que cada vez es más monstruoso, pero no podemos escapar de su hechizo.

La llamada que hace Walter White a Skyler en el episodio “Ozymandias” (T5/E14), un monólogo que dice que podría estar escrito por los *haters* más *haters* de Skyler, y cita la crítica de Nussbaum donde explica que pensaba que troleaba a los *Bad Fans* y a ella misma, todo ello antes de darse cuenta de que lo estaba haciendo para engañar a la policía.

También destaca el *hashtag* #TeamWalt que circula en Twitter, que viene de la idea del apoyo a partir de la lectura de los espectadores y las emociones que despierta en ellos, de que Walter White es un dictador benévolo. Sus acciones y motivaciones están muy calculadas. Pero para Kolb, cada vez que consideramos que sus acciones (son para salvar a su familia) van en contra de sus palabras, no podemos estar en el #TeamWalt, junto al fanático Todd. Y entonces nos recuerda cuando Walter White le dice a Jesse que dejó morir a su novia. Hasta este momento, quizás aun había espectadores apoyándolo. A partir aquí, se sienten a disgusto con ellos mismos. Pero destaca que si seguimos viendo un ápice de humanidad en Walter White, no es que estemos equivocados, es producto de la buena escritura de la narración, “brilliant torture through perfect storytelling”.

“The Hero of ‘Breaking Bad’”

En su reseña del 18 de septiembre de 2013, Ross Douthat³²³ escribe que los antihéroes son los más fáciles de dramatizar narrativamente, citando como ejemplo a Shakespeare, Milton o Dickens, y por el contrario, los personajes buenos suelen caer en un

³²² KOLB, L. “Father Worship and The Bad Fans of <Breaking Bad>”. En *Bitch Flicks* [online] 18 de septiembre 2013. <http://www.btchflicks.com/2013/09/father-worship-and-the-bad-fans-of-breaking-bad.html#.Xf-JvC1DIbW> Recuperado: 2 de agosto 2018.

³²³ DOUTHAT, R. “The hero of <Breaking Bad>”. En *The New York Times*, 18 de septiembre 2013. <https://douthat.blogs.nytimes.com/2013/09/18/the-hero-of-breaking-bad/> Recuperado: 29 de julio 2018.

sentimentalismo y son más planos porque se desarrollan en una sola dimensión. Así, para él, el logro más importante cae sobre el desarrollo del personaje de Hank, ya que no es fácil desarrollar un personaje “bueno” capaz de competir en términos de narrativa dramática con el antihéroe, que es quien arrastra la atención del espectador. Hank se introdujo en la serie como un chulo y un “abusón” que no atraía las simpatías del público, pero a medida que avanza la narración se va revelando como el auténtico héroe de la serie, el hecho de que haya vivido y muerto esencialmente incorrupto, persiguiendo el mal, es lo que lo distingue de otros personajes de otras series. De hecho, la muerte de Hank es la única que Walter White no desea, y su mundo se colapsa absolutamente y de forma inevitable cuando muere el héroe de su historia.

“How So Many Rooted for ‘Breaking Bad’ Walter White?”

Doug Hyun³²⁴, el 27 de septiembre de 2013, se pregunta cómo es posible que tanta gente apoyara a Walter White. Comenta que, en una entrevista concedida a *The New York Times*, Vince Gilligan reconocía su desconcierto de que los fans siguieran apoyando a Walter White, él pensaba que después de los 56 episodios emitidos, la simpatía por éste habría decaído. Hyun cita en su artículo al psicólogo Joseph Magliano, profesor de psicología cognitiva e instruccional de la Universidad de Northern Illinois, uno de los académicos que estudian cómo las películas y la televisión manipulan lo que pensamos y nuestras emociones. Dice que Vince Gilligan y su equipo usan todo tipo de trucos para poner a los espectadores del lado de Walter White, poniendo delante de los ojos del espectador toda una serie de obstáculos que sufre, viéndolos como si fueran propios. Menciona las innovaciones en edición del cineasta ruso Lev Kuleshov en sintaxis fílmica, que ayudan al espectador a entrar dentro de la mente del personaje. En el primer episodio vemos a Walter White sufriendo económicamente, con un hijo con parálisis cerebral, su mujer embarazada y diagnosticado con un cáncer terminal, pero no solo hace falta desarrollar la simpatía sino también identificarse con él, y eso se consigue, según dice Joseph Magliano, a través del uso del punto de vista.

Al utilizar el primer plano de Walter White, los espectadores se hacen a la idea de lo que piensa. Dice que, como espectadores, somos capaces de reconocer una larga variedad de emociones sobre las expresiones faciales y además la gran actuación que hace Bryan

³²⁴ HYUN, D. “How So Many Rooted For 'Breaking Bad's' Walter White. En *PNR Magazine* [online] 27 de septiembre 2013. <https://www.npr.org/2013/09/27/224437071/point-of-view-how-so-many-rooted-for-breaking-bads-walter-white?t=1577560302381> Recuperado: 22 de agosto 2018.

Cranston ayuda a que sea mayor. Como Vince Gilligan reconoce: “I also knew that he had this basic underlying humanity that just comes through. That kind of just beams out of his eyes or his expression”.

“The World According to Team Walt”

El *Team Walt* lo aborda Ross Douthat³²⁵ en la columna de opinión del 28 de septiembre de 2013. Con el final de la serie, Walter White debería haber perdido completamente la simpatía del espectador, y como fenómeno cultural, este es el aspecto más destacable de la serie, la persistencia a pesar de todo lo que ha llegado a hacer, existe el denominado *Team Walt*. Esta es una idea que se puede asociar a la de *Bad Fans* de Nussbaum, que aún sigue apoyándole.

En el reino de las redes sociales donde se diseccionan los programas de éxito, los críticos que juzgan los pecados de Walter White se encuentran con una multitud de comentarios que no creen que necesite perdón. Pero para Douthat esto no debería sorprendernos, esta simpatía por Walter White viene de la larga tradición que existe de apoyar al malo. Lo raro, no obstante, es oír los argumentos insistentes de que sus villanos favoritos en realidad son héroes, que son unos incomprendidos, lo que se debe a que viven en mundos cerrados, donde convertirse en un asesino es menos una decisión que una herencia. Eso abre el camino para que se pueda dar apoyo a que “hagan lo que sea necesario” para poder salirse con la suya. *Breaking Bad* reta a la audiencia para que justifique a Walter White. Y el hecho es que muchos espectadores acaban admirándolo.

El atractivo del *Team Walt*, para Douthat, no es la atracción del nihilismo o la emoción sin sentido de alentar a un supervillano, es la atracción de un código moral alternativo, ni liberal, ni judeocristiano, sino que proviene de un registro interno propio. Un registro que abraza la lógica darwiniana donde se localiza la serie, con la sombra del cáncer, que hace pensar en la muerte. Para Douthat, la serie no se pone del lado de Walter White. Piensa que los *Team Walt* leen mal la serie y su arco moral, pero la omnipresencia de esa lectura errónea nos dice algo significativo. Sería reconfortante descartar a los admiradores de Walter White por enfermos, idiotas, malos admiradores, pero ellos también pueden ser moralistas por su simpatía sobre Walter White, como una visión del mundo que todavía se filtra como una de sus reacciones, justo debajo de la superficie de cada corazón humano.

³²⁵ DOUTHAT, R. “The World According to Team Walt”. En *The New York Times*, 28 de septiembre 2013. <https://www.nytimes.com/2013/09/29/opinion/sunday/douthat-the-world-according-to-team-walt.html> Recuperado: 29 de julio 2018.

“Walter White’s Soul and Yours, Who Can Resist Satan?”

Malcom Harris³²⁶, el 29 de septiembre de 2013, hace referencia al libro *Surprised by Sin* de Stanley Fish, que habla de resolver el debate central acerca del *Paraíso Perdido* de John Milton, donde el autor se debate entre estar del lado de los ángeles o del diablo. Stanley Fish dice que se suponía que los lectores se enamorarían del carismático insurgente Lucifer, como Eva lo había hecho antes que ellos, para que al final pudieran reconocer su propia parte del pecado original, el propio deseo del lector de apartarse de Dios y de la bondad. Para los pecadores, mantener una buena consciencia al final del sufrimiento y la muerte no es necesariamente un signo de evolución moral. Lo compara entonces con *Breaking Bad*, que -indica Harris- nos ha llevado por el mismo camino: nos obliga a dar apoyo al genio desvalido hasta que nos damos cuenta de que hemos desarrollado nuestras simpatías por el diablo. Walter White ha sido increíble, en el sentido más estricto de la palabra, y para que lo disfrutemos en buena conciencia, tiene que obtener su sufrimiento al final. Y recuerda que en el *Paraíso Perdido*, él todavía se identifica con Satanás y no con Dios. Y dado que Netflix le permite todas las repeticiones de *Breaking Bad* que quiere, ve que con “*The One Who Knocks*” (refiriéndose a Walter White) le sucede lo mismo. No es ninguna sorpresa, pues, que después de que la historia termine los espectadores sigan siendo los mismos pecadores.

“Good Fans, Bad Fans and Some Quick Thoughts on ‘Breaking Bad’”

Gerry Canavan³²⁷, el 30 de septiembre de 2013, nos habla de la presentación que lleva a cabo con Emily Nussbaum sobre el “Fan-villano”, que ésta denomina “*Bad Fan*”. Lo define como ese espectador cuya inmersión en el texto es excesiva, inapropiada o extraviada, que toma el texto de manera que va más allá y es el contrario del *Good Fan*, que idealiza las intenciones del autor, el consenso crítico y/o sentido común.

En su blog, este profesor de inglés de Marquette University (Milwaukee, Wisconsin) escribe que lo que más le interesa de la conversación que surgió fueron las formas en que los textos y los creadores trataban de responder al *Bad Fan*, al incluirlo dentro del texto, ya fuera mediante paráfrasis, parodia o (lo más característico, cree) a través de la personificación como un personaje real dentro del universo ficticio.

³²⁶ HARRIS, M. “Walter White’s Soul, and Yours. Who can resist Satan?”. En *The New York Times*, 29 de septiembre 2013. <https://www.nytimes.com/roomfordebate/2013/09/29/walter-whites-soul-and-yours/who-can-resist-satan> Recuperado: 29 de julio 2018.

³²⁷ CANAVAN, G. *Good Fans, Bad Fans and Some Quick Thoughts on “Breaking Bad”*. [Mensaje en un blog personal] 30 de septiembre 2013. <https://gerrycanavan.wordpress.com/2013/09/30/bad-fans-good-fans-and-some-quick-thoughts-on-breaking-bad/> Recuperado: 30 de julio 2018.

El fenómeno fan de *Breaking Bad* aparece dividido entre los *Good Fans* críticamente sofisticados que reconocen la complejidad y el desarrollo de las series complejas a través de su protagonista central, el hombre blanco en crisis, y los *Bad Fans*, a los que considera inocentes y poco sofisticados que ven la serie sin crítica alguna y a quienes les encanta precisamente porque piensan "Walt es un tipo rudo". Los escritos recientes de Emily Nussbaum han señalado los intentos del programa para responder al *Bad Fan*, no simplemente en el reciente artículo de opinión de Anna Gunn / Skyler White en *The New York Times*, denunciando el sexismo de los *Bad Fans* de la serie y no solo a través de Walter White en su parodia amarga y fea del discurso #TeamWalt en "Ozymandias" (T5/E14), sino a través de la incorporación del espeluznante personaje siniestro de Todd, que idolatra a Walter White de una manera que parece cada vez más familiar (como la marca del *Bad Fan*) y cada vez más horrible.

Gerry Canavan cree que esta división entre *Good Fans* y *Bad Fans* es a la vez útil y potencialmente engañosa, como se puede ver en las reacciones en las redes sociales sobre "Felina" (T5/E16), el episodio final de la serie. El *Good Fan* se siente halagado y complacido, particularmente en la escena en la que Walter White "confiesa" a Skyler que finalmente se convirtió en un narcotraficante porque lo disfrutó, porque lo hizo sentir vivo. "Finalmente", suspiró el *Good Fan*, Walter le dice la "verdad" a Skyler. Pero, de hecho, en esta escena Walter White es el conspirador consumado, que despliega verdades parciales y arrebatos emocionales oportunos para manipular a los que lo rodean. Se trata de controlar su legado, de decirle a Skyler y a los *Good Fans* una versión de lo que quieren escuchar para que todos estemos dispuestos a acompañarlo en su arco de redención.

Gerry Canavan cree que existe cierto consenso en torno al final, donde se desarrolla una cantidad notable de catarsis y cierre narrativo. Pero esa catarsis, cree, debe deshacerse porque no se habla mucho de la complejidad y la falsedad de la narración, de la redención, precisamente porque tanto los *Good Fans* como los *Bad Fans* están felices de creer todo. Los eventos solo parecen ofrecer un cierre narrativo porque esta vez han conspirado para matar finalmente a Walter White en el momento álgido del ciclo de abuso y disculpas.

Canavan también menciona la idea desarrollada por Slavoj Žižek de los "finales felices", y dice que podríamos imaginar perversamente la versión del final de la serie en la que esto no se cumple: el cáncer de Walter White nunca ha regresado, no le alcanza una bala en la masacre y vive, por lo tanto, se ve obligado a seguir viviendo en el mundo y asumir una responsabilidad genuina, por sus acciones.

“¿Ha tenido ‘Breaking Bad’ el final que merece?”

En el número de octubre de 2013 de la revista *Jot Down*, encontramos el artículo de Emilio de Gorgot³²⁸, donde habla de las críticas aparecidas sobre el final de *Breaking Bad*, algunas entusiastas, pero otras no, concluyendo que no existe consenso.

Destaca una que leyó aparecida en un medio estadounidense, no recuerda exactamente dónde, que exponía que los guionistas parecía que se arrepentían de haber convertido a Walter White en un monstruo y que se habían subido al carro de los fans del personaje, podríamos deducir que alude a los *Bad Fans* arrepentidos de que Walter White se haya convertido finalmente en Heisenberg. Recuerda que Vince Gilligan tenían otros finales pensados para la serie, citando uno de ellos, en el que Walter White es el único que sobrevive y su familia entera es destruida. Cree que ese final hubiese sido una patada en la boca para los espectadores. Aunque cabe preguntarse para qué fans hubiese sido una patada, insinúa que para los *Bad Fans*, a los que denomina *believers*, los defensores acérrimos de Walter White. Para Emilio de Gorgot está claro que el protagonista no recibe el final que merece. Para el escritor, un final fantástico hubiese sido ver a Walter White descendiendo al infierno, por ejemplo, viendo morir a toda su familia, culminando así su proceso de egocentrismo cruel y descontrolado. Llega a la conclusión de que los guionistas no se han atrevido.

“La Balada Triste de ‘Breaking Bad’”

La reseña de Marta Peirano³²⁹ del 1 de octubre del 2013 alude al reto que supone la serie para a los espectadores. No se trataba de que nosotros juzgáramos a los personajes, era la serie la que nos estaban juzgando a nosotros. Episodio tras episodio, la serie nos iba planteando las malas acciones de Walter White para convencernos de que era mala persona. Pero dice Marta Peirano que está en nuestra naturaleza identificarnos con aquellos que sufren injusticias y desgracias y pensar que son intrínsecamente buenas personas. Nos pregunta quién es el monstruo, si él o nosotros. Y el apoyo que mostramos hacia Walter White tiene una doble cara, odiar a aquellos que se entrometen en su camino, Skyler o Hank. Recuerda el artículo de Emily Nussbaum, sobre el final de la serie, donde tratan de atar todos los cabos sueltos y que para Nussbaum parece el sueño

³²⁸ GORGOT, E. “¿Ha tenido ‘*Breaking Bad*’ el final que se merece?”. En *Jot Down Cultural Magazine*. Sevilla: octubre 2013. <https://www.jotdown.es/2013/10/ha-tenido-breaking-bad-el-final-que-se-merece/> Recuperado: 28 de julio 2018.

³²⁹ PEIRANO, M. “La balada triste de Walter White”. En *El Diario*. Madrid: 1 de octubre 2013 https://www.eldiario.es/cultura/series/breaking-bad-felina-walter-white-vincent-gilligan_1_5822955.html Recuperado: 29 de julio 2018.

de Walter White de una venganza heroica, pero que en realidad muere solo en su coche cubierto por la nieve.

“El final de ‘Breaking Bad’ o sudores fríos que no dejan dormir”

La última reseña que destaco es de Joan Burdeus³³⁰, aparecida en *Serielizados* en octubre de 2013. Para Burdeus, el último capítulo de la serie consigue dejarlo todo atado, pero, para él, *Breaking Bad* es una reivindicación del absurdo. Para esclarecer ese concepto nos remite a Albert Camus y su concepto del absurdo, que definía como el conflicto entre la tendencia humana a buscar el valor intrínseco y el significado de la vida y la incapacidad del hombre de encontrarla. Walter White se rebela ante la injusticia que ha sufrido e intenta sacarle algo de valor, darle un sentido a su vida. Joan Burdeus se pregunta por qué amamos a Walter White y se responde que nuestra empatía hacia el personaje viene por la desgracia que le acecha. Experimentando su frustración y la sensación de injusticia, nos acercamos a su lado y no nos ponemos en contra: estamos a favor de su rebeldía y de que quiera tomar las riendas de su vida. Considera Joan Burdeus que el final de la serie sugiere que Walter White muere satisfecho, asegurando el dinero a su hijo, rescatando a Jesse, y matando a toda la banda de nazis. Y nos remite al plano final, Walter White desangrándose al lado de su obra maestra y la canción *Baby Blue*³³¹ entonando... “Guess I got what I deserve”.

Un buen número de estas reseñas ponen el foco en las emociones que suscita *Breaking Bad* en el espectador, existen variadas aportaciones sobre que seguir apoyando a Walter White es fruto de la buena construcción de la narración o de la interpretación que hace el espectador de la narración. Por ello se hace necesario estudiar al espectador y la relación que tiene la construcción narrativa y los distintos recursos narrativos que se utilizan para tratar de ver los mecanismos que se utilizan para incidir en la elicitación de las distintas emociones y así poder indagar más acerca del concepto de los *Bad Fans*.

³³⁰ BURDEUS, J. “El final de ‘Breaking Bad’ (o sudores fríos que no nos dejan dormir)”. En *Serielizados* [página web] Barcelona: Octubre 2013 <https://serielizados.com/el-final-de-breaking-bad-o-sudores-frios-que-no-nos-dejan-dormir/> Recuperado: 22 de agosto 2018.

³³¹ Badfinger (1972). *Baby Blue* [canción] En álbum *The Best of Badfinger* (2000). Corte 3. Santa Mónica, California: Universal Music Group, Universal Music Catalogue. <https://www.youtube.com/watch?v=9rVt7nZTPBA> Recuperado: 2 de agosto 2018.

4.3. Los *Bad Fans*

“When I was a kid, I used to pray every night for a new bike. Then I realized, the Lord doesn't work that way. So, I just stole one and asked Him to forgive me”.

Emo Philips³³²

4.3.1. El espectador contemporáneo

“Caravaggio no se conformaba con enfrentarse al espectador sin más. Quería hacernos partícipes de la acción, convertirnos en un personaje más”.

Will Gompertz³³³

Me parece relevante exponer la evolución que ha sufrido el espectador contemporáneo, la revolución de su experiencia audiovisual, relacionada con la revolución tecnológica en general y de la televisión contemporánea en particular y, así, desarrollar la idea de los *Bad Fans* introducida por Emily Nussbaum.

Brett Martin ³³⁴ nos habla de un nuevo espectador que posee una **mayor alfabetización** gracias al bagaje que ha adquirido a través de su consumo audiovisual, y que le permite una lectura más compleja de las series. Por tanto, eso incide en la labor de los guionistas y de los distintos *showrunners*, a los que se reta a realizar unas narraciones más complejas, incorporando multiplicidad de tramas, tratando de hibridar géneros, utilizando todo tipo de recursos narrativos y audiovisuales, para dotar de mayor riqueza el relato serial. La sofisticación del relato narrativo sofisticada al espectador contemporáneo.

Vale la pena, pues, hablar de Steven Johnson³³⁵, iniciador del concepto de *Sleeper Curve*. Su teoría defiende la influencia que ejerce la cultura de masas sobre sus consumidores. A medida que ha ido creciendo esta sofisticación pide al espectador un compromiso cognitivo mayor, adquiriendo el tipo de pensamiento adecuado para que la experiencia cultural tenga sentido y, en consecuencia, haga más inteligentes a sus usuarios. El espectador de las series de televisión contemporáneas abraza la complejidad que éstas desarrollan porque hace mucho tiempo se entrenan. Los dramas multitrama, los vacíos narrativos, las semillas plantadas, el desarrollo de los distintos géneros que funcionan con

³³² BASSOLS, M; UBIERTO, J.R.; BERENQUER, E. “El sentimiento de culpa”. En *Culturas, La Vanguardia*. Barcelona: 5 de marzo 2014. Recuperado: 2 de diciembre 2019.

³³³ GOMPERTZ, W. *Piensa como un artista*. Barcelona: Editorial Taurus, 2015. p76.

³³⁴ MARTIN, B. Op. Cit. 2014.

³³⁵ JOHNSON, S. *Everything Bad Is Good For You. How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter*. Nueva York: Riverhead Books. 2006.

distintas convenciones... el espectador lo capta porque ha internalizado su funcionamiento. Todo ello ha perfeccionado sus habilidades analíticas y le ha permitido desarrollar también su inteligencia emocional. Debe añadirse el manejo de las redes sociales para participar y acceder a nuevo contenido e incrementar su interacción social. Si bien este efecto positivo en el cerebro no ha sido evaluado ni cuantificado, sí se puede confirmar que el espectador aplaude y fomenta esta complejidad, que seguramente no hubiese podido desarrollarse si no tuviera la capacidad para descifrarla y disfrutarla.

Así, el espectador contemporáneo reclama que las series hablen sobre la propia sociedad y sobre los problemas que le afectan. Es consciente que se encuentra delante de un relato que se desarrollará como si fuera una novela, un relato expandido, que podrá tener incluso un final abierto donde no se dé una conclusión catárquica. Acompañado de la revolución tecnológica, afecta a la forma de construir las narraciones audiovisuales. Ya no se limitan al plano general, al primer plano, a poner en plano quién está hablando y continuar la conversación con el contraplano del interlocutor, que todo esté bien iluminado... En la actualidad, las posiciones de la cámara asumen planos que parecen imposibles, inverosímiles, que transportan al espectador a un territorio que va más allá de lo que se muestra en pantalla, más allá de la trama. Se filman planos sobre objetos que dan una percepción exagerada para que transmitan significado, se utilizan todas las armas necesarias para incidir en el relato y en el espectador de forma distinta.

Y, por supuesto, la tecnología también ha permitido que el espectador ya no esté solo frente a la pantalla, le faculta a interactuar con otros espectadores durante o después de ver la narración audiovisual, accede a más contenidos, consume de la manera que quiere. Gracias a las plataformas digitales, uno puede elegir la emisión semana tras semana o esperar a que acabe una temporada o toda la serie para verla completa y de forma seguida, en forma de atracón, el famoso *binge watching*.

El tipo de protagonista al que se enfrenta ahora el espectador ofrece muchos más matices que antes. La televisión ya no depende de los anuncios y, por tanto, tendrá más libertad creativa y la empleará para introducir unos personajes que ofrecen más aristas, con una moral más dudosa, desarrollando los denominados personajes antiheroicos. El espectador se sentirá afín con este personaje porque, por un lado, no deja de ser el protagonista, y por otro, porque querrá que la narración continúe, y que actúen de forma coherente con el universo al que ha sido trasladados. La atracción, pues, es inevitable. La complejidad moral está muy trabajada para que el espectador sienta una afinidad con los problemas que sufre el personaje y quiere verlos seguir adelante y cómo avanzan los acontecimientos.

Espera ser sorprendido mientras solucionan sus problemas, así como si consiguen superarlos.

Por su parte, Martin³³⁶ escribe: “El espectador quiere que el protagonista, su héroe, triunfe sobre su destino una y otra y otra vez”. El espectador contemporáneo acepta fielmente que la narración no le ofrezca con claridad el relato, hace un pacto de confianza con los guionistas, no existe una fórmula que haga fácil la interpretación de lo que va a suceder. Más allá de la suspensión de incredulidad también se produce una suspensión de la comprensión, porque ha sido aleccionado y está entrenado por las narraciones que ha ido siguiendo. Sabe que se verá recompensado más adelante, no sabe si sucederá al cabo de tres escenas, en el siguiente capítulo, en la próxima temporada o al final de la serie. En resumen, existe una cierta comodidad del espectador con este nivel de incompreensión.

Quizás hay algún caso donde se produce un total desconcierto sin resolución posterior. Pongo como ejemplo el episodio de *Los Soprano* en el que desaparece un ruso en medio del bosque y nunca más se sabe de él. Nunca se resuelve. Se juega con la capacidad de memoria del espectador que debe recordar detalles que quizás han sucedido tres episodios o dos temporadas antes, que van a resolverse bastante tiempo después. Nos encontramos con un espectador inteligente y cultivado al que hay que seguir alimentando.

Vale la pena recordar lo que decía Fiske³³⁷ sobre los conceptos de hábito o convención desarrollados por Pierce, que juegan un papel esencial en la comunicación. Así, en este sentido las series de televisión tienen sus convenciones y aplican unas reglas que el usuario ha ido aprendiendo y por tanto certifica que **el espectador ha evolucionado**. Por ejemplo, por experiencia sabe que la cámara lenta indica que se quiere poner más énfasis en una determinada acción o que se utiliza un zoom para poder apreciar una gran emoción en la cara de un personaje. Así sucede también con el uso de distintas cámaras, planos, movimientos, sonidos, diálogos, música, montaje, puesta en escena... En la medida en que se produzcan distintas de estas combinaciones y se innove, nos encontraremos delante de la redundancia: cuánto repetimos modelos o formas de series ya desarrolladas y que el espectador percibe con cierta previsibilidad. En consecuencia, el guionista o el director recurre a ellas en determinados momentos de la narración, o, por el contrario, puede tratar de innovar. Así se produce **la entropía**, que hace que el espectador sufra cierto desconcierto porque no es capaz de prever lo que va a suceder, es

³³⁶ MARTIN, B. Op. Cit. 2014. p198.

³³⁷ FISKE, J. Op. Cit. 2011.

una medida de incertidumbre ante una serie de mensajes que no es capaz de descifrar, pero que agradece y aplaude.

Fiske también nos recuerda el concepto de **descodificación aberrante** de Umberto Eco, que se refiere a cuando se produce un mensaje y la audiencia no lo sabe codificar correctamente. Esto se produce cuando un artista rompe las reglas e innova, se sale de los códigos convencionales, pero a medida que éstos se van repitiendo, los espectadores serán capaces de encontrar las claves para decodificarlo. Todo esto demuestra que **el proceso cultural es dinámico** y que poco a poco va siendo adoptado por la mayoría y así es cómo el espectador de las series de televisión ha ido evolucionando, aprendiendo a descodificar las nuevas propuestas de los narradores de las series de ficción contemporánea.

Tal y como dice Colonna³³⁸, la aparición de una nueva forma de espectáculo constituye un nuevo entretenimiento, pero también un nuevo ritmo narrativo, una nueva forma de reflexión y una fuente de imaginación nueva.

Más allá de la evolución que ha sufrido el espectador contemporáneo, recordemos que el espectador, en tanto que individuo que pertenece a la sociedad contemporánea, no es ajeno al contexto político, social y económico en el que vive y le afecta o ha afectado su forma de pensar, sus valores morales y sus dilemas. Nos encontramos que la sociedad vive en lo que Bauman³³⁹ denomina la era de la modernidad líquida, provocada, entre otros factores, por la liberalización de los mercados y la desregularización. El filósofo polaco-británico utiliza la metáfora de la liquidez para hablarnos de la precariedad de los vínculos humanos que se han desarrollado en esta sociedad tan individualista, que viene marcada por el carácter transitorio y volátil de las relaciones, sin responsabilidad hacia el otro, reduciendo los vínculos entre unos y otros. Esto supone la decadencia del “Estado de Bienestar”, en el que los seres humanos se encuentran solos para mantener u obtener las libertades civiles antes conseguidas asumiendo el miedo y la angustia existencial sin un futuro previsible. Dado este contexto, el espectador se ve reflejado en muchos de los protagonistas que se presentan en las series de ficción contemporáneas; personas que representan problemas, situaciones y soluciones que pueden ser comprendidas, donde sus valores morales puedan quedar en entredicho, que pueden cuestionarse pero que, sin duda, el espectador puede comprender e incluso llegar a sentir empatía.

³³⁸ COLONNA, V. Op. Cit. 2015.

³³⁹ BAUMAN, Z. *Modernidad Líquida*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España, 2010.

Nardi³⁴⁰ revisa *Breaking Bad* en este sentido, y nos dice que son varios los personajes que transgreden las normas sociales actúan ilegalmente y son problemáticos. Walter White se sitúa en el centro de la narración y de la desviación de lo que supone “debe ser” el comportamiento correcto en una sociedad. El espectador sigue las distintas acciones que se van desarrollando y las consecuencias desastrosas que producen estas acciones, lo que puede producir cierto rechazo o incluso provocar un cierto distanciamiento en el proceso de identificación con él. No obstante, hay que tener en cuenta que la afinidad con el protagonista siempre se produce bajo unas premisas narrativas estándar, unos patrones que hacen que el espectador se sienta identificado con el personaje, aunque puede producirse una variación en esta identificación que tendrá que ver si se produce una desviación de lo que se ha planteado inicialmente en el relato.

Los recursos narrativos y audiovisuales que se desarrollan en *Breaking Bad* parecen conducir a los espectadores a seguir afines a Walter White mientras puedan, y a *Breaking Bad* hasta el final. En puntos posteriores profundizaremos sobre estos conceptos.

Hay que tener muy presente que, aunque los acontecimientos que suceden en la pantalla son ficción, los códigos morales que el espectador tiene y que aplica al ver la serie son reales. El espectador, en principio, no suspende su moralidad mientras mira una ficción, quizás la suspende para valorar al personaje, pero no la suya propia, la sigue teniendo y *Breaking Bad* está constantemente retando el sentido moral, la valoración de la transgresión, de la ilegalidad, de la mentira, del crimen... Parece conducir al espectador a una negociación constante con los propios valores morales y con el deseo de la identificación que tiene con Walter White, que le posibilita desarrollar una serie de estrategias para seguir identificándose con el personaje. Es lo que Raney denomina “*Attitud-maintenance*”³⁴¹ o “*moral disengagement*”³⁴², el mecanismo cognitivo que emplea el espectador para disculpar aquellas acciones que son inmorales de los personajes de ficción, y que tratan de reestructurarlas de forma que puedan adecuarlas a un esquema moral apropiado para perdonarlas.

Las estrategias pueden activarse para evitar angustias por los personajes sobre los que quiere mantener una disposición afectiva positiva que ya se ha formado, y así justifica cualquier acción o motivación que viole el código moral del espectador. Se amplían los

³⁴⁰ NARDI, C. En PIERSON. Op. Cit. 2014. pp173-178.

³⁴¹ RANEY, A. “Expanding Disposition Theory: Reconsidering Character liking. Moral Evaluations and Enjoyment, Communication Theory”. En PIERSON, D. Op. Cit. 2014. p178.

³⁴² RANEY, A. “Media Enjoyment as a Function of Affective Dispositions toward and Moral Judgment of Characters”. En DOVELING, K.; VON SCHIEVE, C.; KOIJN, E. A. (Eds.) *The Routledge Handbook of Emotions and Mass Media*. Nueva York: Routledge, 2010. p173.

propios límites morales porque los personajes gustan mucho y quieren que les sigan gustando. Además, esta desconexión moral se hace para disfrutar de la serie, entendiendo que si los personajes dejan de gustar el disfrute disminuye, por ello se buscan mecanismos para que el personaje siga gustando y así seguir disfrutando de la ficción.

Se sabe que las narraciones audiovisuales contemporáneas exploran constantemente la fascinación del público por el crimen y por ello el espectador se ha acostumbrado a no juzgar de la misma forma un personaje de ficción que comete una serie de crímenes que una persona de la vida real perpetrando los mismos delitos. La inmersión en el universo narrativo que consiguen las ficciones puede incluso plantear la idea de que más allá de la suspensión de incredulidad, la **suspensión de la comprensión del espectador**³⁴³ contemporáneo se vea también empujado a suspender su moralidad.

4.3.1.1. El espectador adicto a las series que participa e interactúa

“Hi ha una vella publicitat de “La Voz de su Amo” en la qual es veia un gos escoltant un gramòfon. El gos no parlava, de la qual cosa es dedueix que el receptor era considerat un gos. Qui parlava era només l’amo. I aquesta estructura: tu eres el gos i jo era l’amo. Avui ja no és així. Avui, qui era considerat un gos ha passat a ser un individu. Pot parlar, intervé en l’emissió de l’amo. Com es pot veure, la relació entre l’amo i el gos ha canviat cap a un estat d’igualtat. Hi ha una nova igualtat entre l’emissor i el receptor. I aquesta és una bona notícia democràtica”.

Michel Serres³⁴³

Ya he hablado de cómo las series se han convertido en el *zeitgeist* de nuestro tiempo y como, en consecuencia, lo que ha sucedido es que el espectador contemporáneo se ha vuelto en un consumidor de series total, que es capaz de consumir un inmenso catálogo de series de distintos géneros y de distintos países convirtiéndose en un “**adicto a las series**”, tal y como titula su libro M^a del Mar Grandío³⁴⁴. Analiza a este nuevo espectador y el fenómeno fan, que va ligado a la evolución que ha sufrido la narración audiovisual televisiva y a la revolución tecnológica. Todo ello ha permitido que surjan los **fenómenos fan**, que dan muestra de que el espectador ha dejado de ser un ser pasivo y ha pasado a ser un espectador activo, que además de decidir qué ver, cómo, dónde y

³⁴³ PUIG PUNYENT, E. “Michel Serres: ‘El treball intel·lectual també és un treball manual’”. En *Ara Diumenge*, 11 de setembre 2016. https://www.ara.cat/suplements/diumenge/treball-intellectual-tambe-manual_0_1648635161.html Recuperado: 3 de abril 2019.

³⁴⁴ GRANDÍO, M^a del M. *Adictos a las Series. 50 años de lecciones de los fans*. Barcelona: Ed. UOC. 2016.

cuándo, también decide participar e interactuar de la narración audiovisual. Eso lo convierte en fan.

La clave para la generación de fans es la capacidad de las series de televisión de generar emociones, y por ello más adelante dedico un capítulo a esta relación de las emociones y la narración.

Se sitúa el nacimiento del fenómeno fan con la serie *Star Trek*³⁴⁵ (*Star Trek*), hace 50 años. Desde entonces, la evolución de las series de televisión ha sufrido una revolución y entre otras consecuencias hay una de especial relevancia: la percepción social que ha permitido el encumbramiento de la creación televisiva como un producto cultural, que supone la valoración de la crítica, el reconocimiento social y el respeto académico, y que se traslada a aquellos que consumen las series, los espectadores y los fans.

El **concepto del fan**, del espectador excesivo, ha evolucionado desde sus orígenes. Antes se consideraba un ser desequilibrado y obsesionado, cuyas emociones respecto a las series se veían excesivas e irracionales; actualmente se le considera un espectador con experiencia, que genera sentido y significado, y que crea identidades tanto individuales como colectivas. Ahora se valoran las **emociones y reacciones** que generan a partir de las narraciones audiovisuales.

El reconocimiento de estos **espectadores fans** ha permitido que sean objeto de estudio gracias al trabajo reivindicativo de Henry Jenkins o Matt Hills, que pusieron el foco en sus actividades, en su participación e interacción, y que les llevó a considerarlo un ser sofisticado, alfabetizado, con una capacidad de establecer una relación particular con el universo de las series.

En la idea de la cultura participativa de Jenkins, se desarrolla la idea de la participación de los fans en la industria cultural, que invita a la interacción con éstos para desarrollar su negocio, entre las dinámicas creativas que se generan nos encontramos con la idea de las “**segundas pantallas**”, la idea de interactuar mientras se está viendo la serie a través del *smartphone* o del ordenador, comentando la serie o aumentando sus conocimientos entorno a éstas.

La evolución del espectador fan nace en primera instancia del deseo de encontrar **entretenimiento y placer**. Este placer y disfrute será distinto en función de la serie que se vea. Ver una *sitcom* supone un entretenimiento ligero; sin embargo, un *thriller* ofrece un entretenimiento más vibrante. Así, las series dónde se relata una época antigua o un

³⁴⁵ *Star Trek* (*Star Trek*, NBC, 1966-1969) [Serie de televisión] Creador: Gene Roddenberry.

mundo muy específico amplían el conocimiento propio. Más allá del entretenimiento, el espectador encuentra historias, personajes y universos que le permiten despertar emociones y que pueden ser un espejo dónde mirarse. Pero para que el espectador se convierta en fan no basta con ser un espectador habitual de una serie, se debe dar un paso más, hay que tener en cuenta las premisas que cita Grandío³⁴⁶, como que se dé un **alto consumo de la serie**, que cumpla las expectativas del espectador, que exista una gran conexión emocional entre la narración y el espectador y por último que despierte la necesidad de compartirlo.

Los personajes y el universo dónde son representados son esenciales para que se desarrolle esta adicción y vale la pena ver las ideas de los procesos de implicación desarrolladas por Brown³⁴⁷, para entender la evolución del espectador al fan, por un lado nos habla de la *transportación*, que tiene que ver porque la historia absorbe por la familiaridad o la percepción de realismo y que consigue implicar emocional y cognitivamente; luego nos habla de la interacción *parasocial* que tiene que ver con la atracción que lleva al espectador a disfrutar con la narración a un nivel más afectivo; un nivel más de implicación del espectador vienen por la identificación con los personajes donde se reconocen aspectos propios o donde se desarrollan de forma aspiracional; por último, nos habla de la adoración sobre el personaje a la que llama “ideolización”, que supone la idea de la creación de los ídolos.

Para que todo esto suceda, el espectador se sitúa ante la narración audiovisual con ganas de dar rienda suelta a sus emociones y se dispone a disfrutar de todos los elementos que se le ofrecen tanto de producción, como de la narración, como de la actuación. En la medida en que la narración, el universo creado y los personajes generen emociones y tengan sentido para la audiencia mayor será la implicación del espectador.

Una vez se consigue la implicación del espectador se puede dar el paso a la participación y la interacción de éste a partir de la narración audiovisual, que surge como una necesidad y del placer que le produce compartir y crear, incrementando así la experiencia que se deriva del consumo de las series. Jenkins³⁴⁸ establece la diferencia entre **la interactividad y la participación**, limita el concepto de *feedback* a la interacción; la participación supone para él otro tipo de acciones sociales y culturales que ocurren en

³⁴⁶ GRANDÍO, M^a del M. Op. Cit. 2016. p26.

³⁴⁷ BROWN, W. J. “Examining Four Processes of Audience with Media Personae: Transportation, Parasocial, Interaction, Identification, and Worship”. En *Communication Theory*, Vol. 25, Núm. 3. Agosto 2015. pp259-283.

³⁴⁸ JENKINS, H. Op. Cit. 2008. p269.

torno a los contenidos de las narraciones de ficción y éstas vienen dadas porque ha habido unas transformaciones que permiten que exista un espacio para que la participación suceda. Antes estaba limitado y la comunicación solo funcionaba en una dirección, de arriba a abajo (de la industria al espectador). Ahora también se produce la comunicación de abajo a arriba (del espectador a la industria) y a los lados (entre los espectadores).

El propio espectador genera espacios dónde interactuar y generar comunidades. Gracias a las nuevas tecnologías se ha podido dejar de lado el monólogo y que se participe de un diálogo, que puede desembocar en un discurso creado de forma global por la comunidad. La cultura de la convergencia ha llegado para quedarse y, como dice Jenkins, ha supuesto un cambio que ha traído consigo nuevos paradigmas en una comunicación donde el rol de los usuarios es cada vez más importante. La adicción del espectador no es solo para ver las series sino también para **participar e interactuar** sobre ellas.

Grandío³⁴⁹ nos habla de diferentes niveles de fans basados en la actividad que desarrollan. Así, aunque no exista consenso sobre la denominación, la división parece adecuada para distinguir los distintos tipos de fan que existen, en función de lo que desarrollan.

Primero nos habla de los “**Fans buscadores extratextuales**” que buscan información relacionada con la serie, sobre todo por internet. Aquí se incluye el texto oficial, generado por la propia cadena. En *Breaking Bad* es la propia cadena de televisión AMC³⁵⁰, la que ofrece contenido extra, ya sean creaciones específicas para los seguidores, minisodios, entrevistas con los personajes/actores o el creador de la serie Vince Gilligan, o el director de fotografía, así como *newsletters*, *podcasts*, juegos. Los contenidos extratextuales también incluyen materiales generados por otros espectadores, por los periodistas especializados o críticos de televisión. En apartado anterior, sobre la crítica, doy cuenta de algunos de ellos.

El placer que encuentran en esta actividad deriva de la consecución de más conocimiento sobre la serie. Es importante destacar que la idea de estos fans es conseguir más información, no crear ni conversar, ni interactuar.

Sobre los “**Fans participativos-conversadores**”, Grandío tiene en cuenta que el consumo de televisión siempre ha sido un hecho social, al contrario que Sartori³⁵¹ cuando defiende que la televisión crea una multitud solitaria. Debemos tener en cuenta el impacto

³⁴⁹ GRANDÍO, M^a del M. Op. Cit. 2016. pp33-36.

³⁵⁰ AMC Network Entertainment: *Shows* [Portal web] <https://www.amc.com/shows/breaking-bad/exclusives/about> Recuperado: 30 de agosto 2018.

³⁵¹ SARTORI, G. *Homo Videns “La Sociedad Vigilada”* Madrid: Taurus, 1998. p129.

de la revolución tecnológica y de la llegada de la redes sociales, que ha permitido que la idea de ver televisión no se suscriba a una única experiencia sino que ésta sea más entretenida y se produzca de una forma más colectiva, supone el desarrollo de la idea de la “segundas pantallas”, a pesar de que podemos estar solos viendo una narración audiovisual, la idea de comentar lo que se está viendo ya no solo se produce en el salón de casa, sino que se desarrolla por medio de otros canales y buena muestra de ello es la utilización de las distintas redes sociales como Facebook y Twitter. Amplia cuenta de ello se encuentra en la cuenta de *@emilynussbaum*, y también en la creación de diferentes *hashtags* relacionados con *Breaking Bad*, o con conceptos que se desarrollaron en relación con el contenido de artículos publicados sobre la serie, ya sea *#badfans* o *#teamwalt* o, sencillamente, *#breakingbad*.

También hay que hablar de la página de Facebook³⁵² que se creó para hablar del odio de un gran número de espectadores hacia el personaje de Skyler o de la propia página que iba alimentando regularmente Walter White durante la emisión de la serie.

Así, nos encontramos que Twitter se ha convertido en la **red social con mayor impacto** para desarrollar la “**televisión social**”, gracias al formato en que se utiliza, la brevedad de sus textos, la inmediatez para seguir los contenidos, la facilidad para hacer las búsquedas a través de las palabras clave (*hashtag*) que permite filtrar la información y poder participar con facilidad.

Luego tenemos los “**Fans participativos-creadores**”, aquellos que crean nuevas producciones a partir del consumo de la serie y se pueden clasificar según la creación que lleven a cabo:

- *Fan Arts*, se centran en las actividades más artísticas.
- *Fan Fiction*, textos escritos entre los que encontramos diferentes variantes.
- *Slash*, el relato implica una relación afectiva.
- *Cross-Over*, juegan con la narración combinando historias diferentes.
- *Fan Fics Mary-sue*, insertan un personaje original ya sea real o de ficción.
- *Fan Vid*, combinan música y video, los memes que son ideas, frases, fotos, que suelen ser paródicas y se hacen virales.

³⁵² *Skyler is a bitch* [Página web en Facebook] <https://www.facebook.com/Skyler-is-a-bitch-236842159703367/>

Muchos ejemplos están recogidos en la tesis doctoral de Mesonero³⁵³, donde dedica todo un apartado a la interacción y la participación de los fans de *Breaking Bad*³⁵⁴.

Y, por último, Grandío nos habla de los “**Fans participativos-activistas**”, que define el activismo de los fans organizado en las redes sociales y que es característico del *fandom*, que actúan para hacer reclamaciones sobre sus series preferidas, como pueda ser para pedir continuaciones o renovaciones.

Grandío repasa algunas series que han tenido unos **fenómenos fans destacables**. Es interesante apuntar las lecciones que destaca de cada uno de ellos, para ver qué acciones y qué consecuencias producen éstas. La acción fan puede salvar una serie de televisión y -yo añadiría- que también puede salvar o condenar a algún personaje o provocar que se genere un *spin off*, como el propio caso de *Breaking Bad*, la serie *Better Call Saul*.

Las creaciones de los fans pueden actuar como reclamo para otros espectadores y también conducir a una nueva serie, actuando de puente. Las series no necesitan apelar al público general para generar un fenómeno fan, y si la serie presenta un reto, ya sea intelectual, estético o de otra índole, también supone un aliciente para determinados fans. Es más, a veces reclaman y respaldan las propuestas más transgresoras. El fenómeno fan apela a la colectividad, pero **cada fan es único** y lo vive a su manera. Hay que recordar que el volumen de fans no determina la potencia del *fandom* y, además, señalar que suele perpetuarse a lo largo del tiempo.

Con la llegada de la revolución tecnológica el ritmo de seguimiento de las series ya no la marca la industria, la marcan los propios espectadores. Internet se presenta como necesario para que los fans entren en contacto, para que sus producciones incluso lleguen al circuito comercial de la serie. A pesar de la amenaza de la *peer to peer*, las páginas web que comparten series de forma ilegal, a veces puede suponer una ventaja para la expansión de la serie, haciendo crecer su popularidad y consideración.

Resulta interesante hacer un repaso de lo que opinan algunos académicos sobre los fans. A través de las entrevistas de Grandío³⁵⁵ podemos acercarnos a sus estudios y conclusiones acerca de éstos y la importancia que para ellos suponen.

³⁵³ MESONERO, R. *Análisis narrativo de la serie de ficción estadounidense "Breaking bad". El protagonista como eje de construcción del relato televisivo* [Tesis doctoral] Directora de Tesis: Pilar Yébenes Cortés. Universidad Europea de Madrid, 2013. Acceso abierto en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=88673>

³⁵⁴ MESONERO, R. *Almacén Bb. Blog relacionado con la tesis de Rodrigo Mesonero sobre narrativa televisiva* [online]. 2013: almacenbbad.blogspot.com.es

³⁵⁵ GRANDÍO, M^a del M. Op. Cit. 2016. pp115-171.

Henry Jenkins es uno de los académicos con mayor repercusión en el estudio de la **cultura popular** y de la reivindicación de la **figura del fan**. En tanto que él mismo se consideraba un fan, no estaba desacuerdo en la representación que había de éstos. Su trabajo sobre el fenómeno fandom se centra en su propio **activismo**. Nos habla de la idea de una nueva “Edad de Oro” de la televisión, pero destaca que este concepto viene porque se está viendo mucha televisión y muy diversa. Esto ha supuesto una expansión de los estudios sobre el fandom con una gran diversificación. Su último trabajo se centra en las reivindicaciones para revisar las convenciones de género y defiende que los fans pueden contribuir para intentar cambiarlo para que se creen nuevas representaciones de raza y género.

Matt Hills es uno de los investigadores con más producción específica sobre el mundo de los fans. Cree que los fans pueden ser **ambivalentes** frente a una serie que les gusta, tanto pueden hacer sus creaciones en torno a su serie preferida como generar críticas y mostrar su descontento o rechazo hacia determinados episodios o personajes. Insiste en que la palabra “culto” se refiere más a que existe una relación afectiva con una serie, pero que puede haber diversos grados de compromiso, participación o apasionamiento respecto a ésta.

Matt Hills, al hablar de la industria y los fans, cree que la propia industria puede tratar de generar un fandom pero funciona mejor si éste ya existe, ya que el fenómeno fan surge de forma espontánea y alejada del control de la propia industria. La figura del *showrunner* está adquiriendo la posición de **representación** de los fandom, aunque es de un equilibrio difícil, ya que por un lado desea seguir gozando de la libertad artística y, por otro lado, acepta interactuar con los fans.

Carlos Scolari es un especialista en medios digitales y uno de los primeros investigadores en España de narrativa transmedia, cuyos principales contenidos están dirigidos a los fans por ser la audiencia más participativa. Asegura que sin ellos no podría existir un transmedia de éxito. Según Scolari existen distintos niveles de fans en función de su grado de participación, cuya cúspide sería para los que denomina “**prosumidores**”, que son los que generan nuevos contenidos y que son fundamentales para la expansión del mundo narrativo, que incluso ayudan a la industria de forma gratuita y que, según él, deberían ser bien tratados e incluso considerados para intervenir en el proceso productivo y tejer complicidades. Scolari comparte la opinión de Jorge Carrión sobre la importancia de los fans a la hora de canonizar ciertas obras, hablando de la creación de un canon 2.0.

Paul Booth, profesor de televisión y comunicación tecnológica, trabaja sobre las

emociones que sienten los fans respecto a las series y el apego emocional hacia ellas. Destaca que la evolución permite al fan de hoy en día, con el acceso a las nuevas tecnologías, una interacción y participación mucho mayor, y no solo con el propio entorno fandom sino con otros fandoms que permiten llegar al espectador convencional. Grandío habla también con **Julian Sánchez**, portavoz del Club Star Trek de España, que destaca la importancia de la socialización de los fans más allá de las facilidades que ofrece internet. Cree que las convenciones siguen siendo muy importantes, no solo por el hecho de estar físicamente con gente que siente lo mismo, sino porque puedes tener la ocasión de ver, estar y escuchar a actores y creadores que te fascinan, además de tener acceso a paneles únicos.

En este sentido, **la convención más famosa** es el Comi Con³⁵⁶ de San Diego, California. *Breaking Bad* ha estado presente varias veces: como fenómeno fandom que es no podía faltar. Todo el equipo de personajes y su creador, Vince Gilligan, estuvieron allí para dar respuestas a muchas de las preguntas planteadas por los fans.

Como ya hemos comentado, la participación del espectador fan ha sido fomentada desde la cadena de televisión AMC, desarrollando contenidos en la propia web propia, a través de la creación de minisodios, ofreciendo entrevistas con los personajes, con el *showrunner*, y con distintos miembros del equipo, creando *newsletters*, podcasts y juegos. Pero también los espectadores fans han hecho de “prosumidores”, como Scolari los denomina, creando blogs y desarrollando distintos tipos de contenidos relacionados con *Breaking Bad*, desde *trailers*³⁵⁷ hasta recopilaciones³⁵⁸ de los momentos más destacados, o resúmenes de los *teasers*³⁵⁹ y también, como he comentado, las famosas páginas web dedicadas a Skyler. Algunos están recogidos en la tesis de Mesonero.

³⁵⁶ Comi Con International San Diego [Página web] San Diego, California. www.comic-con.org

³⁵⁷ ScreenJunkies. *Honest Trailers. Breaking Bad* [Canal de Youtube] >15,5 millones de visualizaciones. <https://youtu.be/oDqGAUvWKkU> Recuperado: 13 de abril 2019.

³⁵⁸ KELLY, Nicky. *Breaking Bad Greatest Moments*. [Canal de Youtube] >13,2 millones de visualizaciones. https://youtu.be/Xs6_vecSv2Y Recuperado: 20 de abril 2019.

³⁵⁹ MEAD, Kevin Vincent. *Breaking Bad, Season 1, Cold Opens*. [Canal de Youtube] 2011 Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=N2Anq0zHOK0> 20 de abril 2019.

4.3.2. El espectador es el protagonista (¿*Bad Fan*?)

“La obra artística tiene una vida dinámica que depende de la interpretación de quién la contempla. El resultado de la creación nunca es único ya que ésta tiene tantas versiones como posiciones interpretativas a las que se someta”.

Hans-Georg Gadamer³⁶⁰

Los científicos tratan de catalogar, contextualizar, describir y explicar por qué el mundo funciona como funciona. En realidad, se trata de dar significado sobre las condiciones dadas, manipulando variables, obteniendo medidas sobre el comportamiento de las cosas, de las personas, y las narraciones; así nos encontramos ante la serie *Breaking Bad*, contextualizando, catalogando, describiendo y tratando de encontrar explicaciones.

Entrar a analizar la serie *Breaking Bad* y a su protagonista, Walter White, supone entrar a estudiar a partir de nuestros conocimientos y los de otros, combinando nuestras capacidades, nuestras hipótesis, nuestras observaciones, y eso supone reorganizar datos, reunir teorías, plantear hipótesis, y aportar nuestro punto de vista.

Plantear el análisis del concepto de “*Bad Fan*” supone tratar de estudiar al espectador de *Breaking Bad* y ver qué tipo de emociones le despierta la narración. Daniel Tubau³⁶¹ pone al espectador como protagonista de la narración audiovisual, y, en consecuencia, podemos encontrar unas claves para poder analizar mejor este concepto.

Tubau expone que es un error desarrollar la estructura de una narración audiovisual a partir de lo que le sucede al protagonista, preguntarse sobre dónde parte, a dónde va, cuál es su objetivo, si va a conseguirlo, qué obstáculos se encuentra, si los consigue superar y de qué forma... Lo que verdaderamente debe preocuparnos es el espectador: de dónde se le hace partir, hacia dónde se le quiere llevar, cómo conseguir que se alinee con el protagonista, cómo va a reaccionar o cómo se le puede hacer reaccionar según las acciones del protagonista para superar los distintos obstáculos. Para Tubau, lo importante es mover al espectador de un lado a otro, a partir de la utilización de todos los recursos narrativos y audiovisuales posibles. Se trata, pues, de manipular al espectador para que desde su sofá vaya generando hipótesis, una tras otra, se mantenga en vilo, con ganas de seguir atento a la pantalla.

Así se trata de exponer los distintos recursos que se utilizan en la narración audiovisual para llevar a cabo esta labor. Por ejemplo, el espectador de *Breaking Bad* sabe -por lo

³⁶⁰ GADAMER, H. *Verdad y método*. Salamanca: Sígueme, 1977. p90.

³⁶¹ TUBAU, D. Op. Cit. 2015.

general- lo que sabe Walter White, pero también algunas cosas más que él no sabe y esto genera una interesante expectativa que hace que el espectador se pregunte sobre el destino del personaje, sobre cómo su mente va a proceder, qué decisiones va a tomar y que acciones se van a desarrollar. Pero a la vez, sucede que en ocasiones Walter White sabe más que el espectador, y gracias a esta ignorancia también se generan todo tipo de emociones. Es cuando se da lo que Tubau denomina “**el punto de giro de las expectativas**”: el espectador debe entonces reconsiderar algunas de las ideas previas que se había planteado. Así se van generando distintas emociones que dependerán de cómo evoluciona la narración y de lo que se va mostrando.

Walter White representa el “**personaje mentiroso**”, él sabe quién está detrás de la máscara, es Heisenberg, y el espectador también lo sabe. El juego entonces estriba, no en que el espectador descubra quién está detrás sino en cuándo los demás personajes van a ir descubriéndolo, suscitando la tensión de la relación entre Walter White y los otros personajes, cómo se va a ir escondiendo, cómo los va a ir manipulando, planteando hipótesis sobre el momento en que lo pillarán, y qué reacción tendrán cuando esto suceda, cuando éstos descubran la verdad. Todo esto apela a directamente a las emociones del espectador.

El elemento que distingue a los espectadores de los personajes es que se pueden **conmover, asombrar, emocionar** de una forma igual o distinta que los personajes, y esto sucede porque la presión no les afecta a ellos sino tan solo a los espectadores, al descubrir aspectos, acciones o acontecimientos que se descubren de nuevo, que estaban escondidos o no habían sido reveladas en el universo narrativo. O quizás también porque se van estableciendo nuevas conexiones entre los personajes. Por tanto, puede ocurrir que lo que afecta a los espectadores no le afecte al personaje y, de hecho, de lo que se trata es que afecte a éstos, eso es lo importante y por ello se crea la narración.

La vida interior de los personajes o la vida anterior puede no mostrarse en pantalla, puede no estar ni escrita en el guion, puede estar pensada pero no desarrollada para el espectador, y así cada espectador puede desarrollar sus propias hipótesis. En *Breaking Bad*, por ejemplo, no se aclara nunca qué es lo que sucedió para que Walter White rompiera su alianza con la empresa de los Schwartz, *Grey Matters*, ni tampoco nos aclaran del todo el pasado de Gus, aunque se insinúa. Dejan libertad al espectador para completar la narración, para realizar nuestras propias hipótesis. De hecho, en muchas ocasiones se desvelan a partir de las extensiones textuales que surgen actualmente, de entrevistas con el creador, con los actores o con otros guionistas.

La **libertad del guionista** para mover las emociones del espectador vendrá dada por la diferencia que sea capaz de desarrollar entre la historia y el relato. **El relato** tiene que ver con la construcción de la narración audiovisual que hace el guionista para que lo perciba el espectador. **La historia** es más grande que el relato, pero es este el encargado de hacer la historia interesante. En la medida y en la forma en que se ordena la historia a través de la utilización de los distintos recursos narrativos y audiovisuales irá captando y manipulando el interés y las emociones del espectador respecto al relato.

En *Breaking Bad* se utiliza de forma frecuente muchos recursos, que además le dan un sello de identidad muy propio. El **juego con el tiempo**, en este sentido, es fundamental: los *flashbacks*, los *flashforwards*, las elipsis, los juegos de montaje y aceleraciones, y los *slow motion*, los zooms, los primeros planos, los grandes abiertos, los *Breaking Bad shots*, que pone la cámara desde el punto de vista de lugares inverosímiles... Todo ello se utiliza para conseguir generar expectativas y despertar las distintas emociones en el espectador, la ordenación de los distintos segmentos narrativos hace que el relato sea distinto que la historia y lo hacen más atractivo.

Según Tubau, se trata de hacer creer al espectador que es libre para realizar sus propias hipótesis, pero en realidad no es así, o al menos así lo piensan los creadores y los guionistas. Para ello utilizan **todo tipo de recursos** y gracias a la experiencia audiovisual que el espectador contemporáneo ha ido adquiriendo la narración puede ir avanzando por caminos que ya se conocen o jugar con nuevos caminos que el espectador poco a poco va haciendo suyos.

Por todo ello se puede decir que el relato se desarrolla en **distintos niveles**, tiene diferentes grados de lectura, hay espectadores que solo percibirán lo evidente, lo aparente, lo llamativo, en cambio otros con mayor experiencia harán una lectura mucho más sofisticada y profunda. Como dice Tubau³⁶², muchos espectadores no han llegado a apreciar lo que las nuevas series proponen porque siguen mirándolas como miraban las series convencionales. Las reglas han cambiado gracias al desarrollo de las nuevas series de la televisión contemporánea, nos han enseñado a mirar, interpretar, comprender y captar de manera distinta lo que nos muestran.

Tubau presenta el concepto de la **“escena tesis”**, como aquella que prepara al espectador para aceptar y asumir la tesis, la intención o el problema central de la serie. Supone que es una escena que condiciona al espectador para aceptar, a veces incluso sin

³⁶² TUBAU, D. *El guion del siglo 21*. Barcelona: Alba Editorial, 2011.

darse cuenta, asuntos que tendrán cada vez mayor importancia a medida que avancen las temporadas. Supone un tipo de siembra que contiene **la esencia** de lo que se quiere contar, la filosofía de la serie, el dilema moral. Y el dilema moral que plantea *Breaking Bad* a los espectadores, a mi parecer, es saber **hasta cuándo va a seguir apoyando a Walter White**, hasta cuándo va a aceptar todas sus mentiras, hasta cuándo va a apoyar su hubris, hasta cuándo va a aceptar sus justificaciones, hasta cuándo va a suspender su propia moralidad.

Si bien es cierto que podríamos hablar de varias escenas tesis, existen varias voces que localizan esta escena en el momento en que Walter White decide dejar morir a Jane (T2/E12), la novia drogadicta de Jesse, que está amenazando la alianza entre los dos. La empatía que ha podido desarrollar hasta ese momento el espectador por Walter White, a pesar de dedicarse a “cocinar” la metanfetamina azul, a pesar de que está mintiendo a toda su familia, a pesar de que ya ha matado, en este momento se abre una brecha, una grieta en la mente del espectador. Walter White observa fríamente cómo muere Jane. Si bien es cierto que no la mata directamente con sus propias manos, deja que muera ahogada con su propio vómito. Con un solo gesto podía haber salvado su vida y no lo hace, se queda quieto mirando como sucede.

Nardi³⁶³ cita a Raney³⁶⁴ con respecto a la relación entre personajes y público. Los personajes pueden perder su estatus de ser los favoritos si su comportamiento o sus motivaciones varían sustancialmente, violando así las expectativas en las que se basaba la predisposición inicial de sentir empatía por parte del espectador hacia el personaje.

Precisamente esto es lo que ocurre en *Breaking Bad*, donde desde el inicio la narración sitúa al espectador en un contexto que envuelve a Walter White con unas circunstancias determinadas, un contexto que puede ser compartido con otros espectadores ya sea social, política y económicamente, y con una moralidad propia, donde tienen cabida el cinismo, el individualismo... Además, hay que añadir el propio bagaje del espectador de la televisión contemporánea, que ha adquirido la costumbre de ir siguiendo las peripecias de distintos personajes antiheroicos, a los que ha ido dando su apoyo incondicional, gracias a las grandes narraciones que se han desarrollado. El espectador a *Breaking Bad* muestra una predisposición inicial a apoyar a Walter White, pero la narración lo desafía sistemáticamente por la complejidad que desarrolla y porque asiste a un declive inexorable que provocará una serie de emociones encontradas.

³⁶³ NARDI. En PIERSON. Op. Cit. 2014. p174.

³⁶⁴ RANEY. En PIERSON. Op. Cit. 2014.

Por ello vale la pena hacer un estudio de cómo la narración consigue mover estas emociones, cómo **consigue conmover al espectador** y qué emociones trata de suscitar.

4.3.3. Despertar emociones del espectador a través de la narración

“Brilliant torture through perfect storytelling”.
Leigh Kolb³⁶⁵

Las narraciones audiovisuales no se pueden explicar correctamente sin tener en cuenta la estructura narrativa desarrollada, así de claro lo deja Tan³⁶⁶ en su libro *Emotions and the Structure of Narrative Film*, y va más allá diciendo que éstas son máquinas de crear emociones en los espectadores. Aunque el libro se centra sobre todo en el cine, todo lo que dice puede exportarse a todas las narraciones audiovisuales, aunque quizás es conveniente hacer algunas matizaciones con respecto al espectador de las series como sugiere Fiske³⁶⁷, ya que se hacen más diferencias en las lecturas del texto serial. Este sugiere que los dramas de la televisión promueven una actitud distinta debido a su apertura, a su multiplicidad de significados, en definitiva, a su polisemia. Las narraciones de las series tratan y muestran multitud de personajes y temas para atraer la mayor cantidad de espectadores posibles.

Los estudios indican que la búsqueda del entretenimiento es la razón principal de los espectadores para seguir una narración y, así, otros motivos como alejarse de la soledad, aprender, relacionarse con otros, aprender de uno mismo... pasan a un segundo plano.

Nos recuerda la teoría filmica de Bordwell³⁶⁸ que dice que **el espectador tiene una posición privilegiada** en el mundo de la ficción, la cámara no solo le convierte en el narrador sino también en el espectador. El narrador ausente se reemplaza por el observador ideal. La acción se dirige a éste en su rol de testigo imaginario del universo de ficción. Se dirige la mirada de los espectadores hacia lo que es preciso en cada momento, se manipula, para que vaya recogiendo la información y se vayan generando emociones; el espectador trata de obtener así el máximo de emociones con la narración audiovisual,

³⁶⁵ KOLB, L. Op. Cit. *Bitch Flicks* 18 de septiembre 2013.

³⁶⁶ TAN, E. S. Op. Cit. 2011.

³⁶⁷ FISKE, J. Op. Cit. 1988.

³⁶⁸ TAN, E.S. Op. Cit. 2011. pp53-55.

para maximizar el placer de insertarse en ella, porque de hecho está diseñada para que así suceda.

Yanal³⁶⁹ habla de las “verdades ficticias” desarrollada por Kendall Watson³⁷⁰ para desarrollar la teoría de cómo el espectador se involucra en la narración de ficción y que se basa en la idea de la pretensión o de hacer creer que desarrolla. La mezcla de distintas perspectivas de una situación afecta a la verdad de la historia contada, se construyen “las verdades ficticias” a partir de la combinación de distintos encuadres, para incrementar la emoción en el espectador y así manipular la narración y la percepción. Sostener un plano, acercar la cámara, montar dos planos consecutivo para dar otro significado, constituye lo que él denomina las “verdades híbridas”, que se construyen a partir de los distintos recursos audiovisuales y son los que se encargan de desarrollar y multiplicar las distintas respuestas emocionales del espectador.

Tan³⁷¹ considera el propio **interés del espectador** como una emoción, la idea de satisfacer la curiosidad, de asimilar la estructura de la narración, de resolver las expectativas... Así, el propio interés del espectador como emoción hace que éste quiera hacer un esfuerzo para centrar su atención y seguir adelante con una narración audiovisual, que le haga pensar, que le haga entretenerse; el hecho de que el espectador no pueda escapar de una serie que le gusta forma parte de la naturaleza intrínseca del interés. Es difícil escapar de la fascinación que puede producir, se queda atrapado por su propio ejercicio de la imaginación, de vivir otras vidas, otras experiencias, descubrir posibilidades, de perderse en algo mayor que sí mismo.

Así debemos añadir la importancia de introducir tres procesos importantes que debe desarrollar la narración, la **capacidad de generar suspense, sorpresa y misterio**. Éstas están siempre dirigidas a que el interés del espectador no decaiga, consiguen generar emociones como si fuera una máquina, para que, por un lado, sientan terror, indignación, pena, alegría, simpatía, asco, disgusto o vergüenza, y porque siempre querrán saber que va a suceder a continuación, sentirán preocupación por cuál será el destino del protagonista y de los distintos personajes.

³⁶⁹ YANAL, R. J. *Hybrid Truths and Emotion in Film*. En FRENCH y WETTSTEIN. *Films and Emotions*. Boston: Blackwell Publishing, 2010. pp180-189.

³⁷⁰ WATSON, K. “Pictures and make believe”. En *The Philosophical Review*, Núm. 82. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1973. pp283-319.

³⁷¹ TAN, E. S. Op. Cit. 2011. p86.

Las narraciones audiovisuales que arrastran a la audiencia a todo tipo de pantallas, triunfan en la medida en que son capaces de dirigirse a las emociones del espectador que no sólo quieren comprender la narración sino también porque proporcionan placer; el placer de sentir estas emociones que sirven para llorar, para asustarse, para reírse... Y también suscitan otras emociones como la anticipación, el suspense, la curiosidad, que ayudan al espectador a la comprensión y a la interpretación de la narración. El creador juega con todos los elementos estilísticos a su alcance, desde los movimientos de cámara, a la capacidad de los actores, incluyendo los encuadres, la luz, el color, la música, el montaje... Todo contribuye a producir una narración que se irá desplegando con el objetivo de despertar estas emociones en el espectador, aunque siempre dependerá de cómo sea la recepción de éste, de su interpretación, y de su valoración, de si lo que está viendo es casual, causal, coherente o incoherente.

La comprensión de las narraciones audiovisuales supone el **conocimiento** por parte del espectador de las **estructuras de género**, que desarrollan la información de las acciones que suceden, pueden incluir más o menos acontecimientos y también dependerá de la capacidad del espectador para descifrarlas para obtener así una mayor gratificación. También los géneros anticipan la evolución de la narración audiovisual, que pueden consistir en eventos o situaciones que no son específicas del género pero que se pueden intuir, así como el conocimiento de los géneros, por parte del espectador, que puede anticipar un resultado final de forma provisional o que a la vez puede generar incertidumbre por la propia naturaleza de las narraciones de ficción.

Carl Plantinga³⁷² hace una distinción de las fuentes de placer y del valor derivado del seguimiento de series de televisión. Dice que pueden ser “**intrínsecas**”, cuando las emociones que se elicitán, dan placer en sí mismas, y las “**extrínsecas**”, que son producto de las emociones que nos pueden llevar a otro tipo de respuesta como las denominadas “meta-emociones”, la comunicación social y otros valores externos a la propia emoción. Las emociones y los afectos suscitados por la narración son lo que hacen que sean artísticamente satisfactorias para el espectador, por su poder retórico y porque pueden ejercer influencia a nivel cultural. Las narraciones consiguen crear simpatía, antipatía, empatía y otras emociones por los personajes. Por tanto, podemos considerar que las emociones a corto plazo ayudan a empoderar a la narración, y a largo plazo pueden incidir en la conciencia del espectador, en su forma de pensar o actuar. Pero es

³⁷² PLANTINGA, C. Op. Cit. 2009.

importante tener en cuenta el contexto en que se ven las series de televisión, de la relación que se puede compartir hoy en día y que influye decisivamente en las emociones suscitadas por la narración.

Plantinga nos habla de la psicología del espectador para entender los conceptos de deseos, placeres y fantasías, que en cada espectador serán distintas, porque cada espectador es único y sus fuentes de placer derivan de distintas formas. Las principales fuentes de placer que destaca Plantinga son: el **juego cognitivo**, es decir, la voluntad de saber, ser estimulados al escuchar historias, el hecho de involucrarse con las narraciones que les motivan a través de la curiosidad, el suspense, la anticipación y otras emociones narrativas derivadas del placer de descubrir y de orientarse ante la información que se va revelando.

Mucha teoría filmica psicoanalítica asume el **placer de ver**, al placer del *voyeur*, que recibe el nombre de *scopophilia*.

Otra fuente de placer es la **experiencia visceral**, es decir, las series van directamente a los sentidos del oído y la vista que, además, hoy, se pueden satisfacer en cualquier lugar y en cualquier momento gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías, y el desarrollo de los nuevos hábitos de consumo.

La siguiente fuente de placer que nombra son **las interpretaciones**, que vienen de la percepción y de la construcción que desarrolla el propio espectador e implica un elevado grado cognitivo. Los afectos dependen mucho de la propia inteligencia del espectador. Una narración audiovisual no es solo sonido e imágenes, también hay un lenguaje mucho más elaborado trabajado por los creadores y que trata de despertar y trabajar la imaginación del espectador.

Otra fuente de placer muy importante se refiere a la **involucración del espectador con la narración**, quizás uno de los placeres primarios, que implican el desarrollo de la simpatía, la empatía y la antipatía. Se trata del hecho de involucrarse emocionalmente e identificarse de forma individual, ver otras posibles vidas, sentirse empoderados por la narración, vivir lo que experimentan los personajes y el tipo de vidas que se muestran. La identificación no requiere de una explicación psicológica profunda porque viene dada de la naturaleza diegética de la narración audiovisual, de la atención y de la comprensión del espectador.

Las intenciones del personaje ya sean buenas o malas para la consecución de sus objetivos, surgen de los estereotipos sociales y son los que desencadenan el afecto del espectador.

Tan³⁷³ cita a Hoffner y Cantor para recordar que los motivos y las intenciones tienen mayor peso que las consecuencias, cuando el espectador marca las intenciones como buenas significa que puede compartirlas y también cita a Fridja³⁷⁴ para señalar que el hecho de compartir actitudes y valores similares crea una unión entre las personas, en consecuencia, lo que sucede evoca la emoción en el espectador porque tiene importancia para los personajes bajo sus propias preocupaciones.

También existen los **placeres sociales o reflexivos**, que se extienden más allá de la narración, en la que el espectador se sumerge. Esta no solo pretende dar información, y no solo de forma intrínseca, sino también de forma extrínseca, ya que el espectador contemporáneo bebe de otras fuentes interesándose por los paratextos que surgen, ya sean de la propia producción de la serie o de críticos, o intercambiando reflexiones con otros espectadores a través de las redes sociales, o de forma presencial. El placer reflexivo deriva de la apreciación de la narración, los actores, los aspectos estéticos, la dirección y también por la toma de conciencia de la propia respuesta respecto a la narración, lo que he denominado como “meta-respuesta” o “meta-emoción”.

Plantinga propone la **percepción cognitiva** como el motor de la experiencia del espectador, multiplicando así los posibles placeres que se pueden sentir. El misterio, por ejemplo, enfatiza las fantasías de la capacidad intelectual; la acción y la aventura producen una excitación más visceral y física; el melodrama suscita la simpatía; la parodia suscita la ironía, y además, algunas o todas, suelen convergir en una misma narración.

Bartsch³⁷⁵ también extiende la idea del placer que se obtienen a través de las narraciones pero incide en la idea que es a partir de la felicidad que proporciona la gratificación de la comprensión más profunda del significado, del desarrollo de reflexiones socio-morales que permiten el autodesarrollo y la autoreflexión, que se facilita a través de la estructura de la narración, como pueden ser la integración de la perspectiva de la primera persona y la tercera persona, comentando la representación de la realidad a través de los monólogos interiores, o la presencia del narrador u otros elementos que ayudan a la comprensión de la narración audiovisual. Pero también pueden permitir rellenar vacíos

³⁷³ HOFFNER, C.; CANTOR, J. “Perceiving and responding to mass media characters”. En TAN. Op. Cit. 2011. p168.

³⁷⁴ FRIDJA, N. H. “The emotions”. En TAN. Op Cit. 2011. p168.

³⁷⁵ BARTSCH, A. *Vivid Abstractions: On the Role of Emotion Metaphors in Film Viewers’ Search of Deeper Insight and Meaning*. En FRENCH y WETTSTEIN. Op. Cit. 2010. pp240-260.

que existen en la propia vida del espectador. Es la **transferencia de conocimientos e ideas** entre la realidad y la ficción.

Uno de los artefactos estéticos que ayudan en este proceso de gratificación que busca el espectador se encuentra en lo que Fahlenbrach ³⁷⁶ denomina las “**metáforas audiovisuales**”. Se desarrollan a partir del uso de la música, el color, la iluminación los movimientos de cámara, el punto de vista, el montaje... y se suelen utilizar para dar una cualidad sinestésica que incide en las emociones del espectador.

Las metáforas audiovisuales pueden aportar una capa de significado que puede utilizarse para ilustrar la narración o el contenido lingüístico. Pueden permitir extender una reflexión más allá del contenido explícito de la narración; pueden ser ideas y conceptos abstractos que encuentran ideas análogas en el mundo físico. Por ejemplo, la imagen de progreso a través de la representación de un camino, o la evocación de emociones de un personaje a través de la imagen de fuerzas de la naturaleza, las fuentes que se utilizan con mayor frecuencia son así el tiempo, el paisaje, la forma de vestir de los personajes, algún complemento que utilicen, sus casas, joyas, coches...

El espectador contemporáneo se esfuerza por aprehender y comprender estas imágenes metafóricas que añaden contenido a la narración y que una vez las captan consiguen darles mayor placer y entretenimiento.

Las **teorías psicoanalíticas** distinguen entre placer y deseo. El placer es una respuesta más de lo inmediato, que sucede mientras se ve y se disfruta de la narración, y el deseo se presenta como algo que se quiere para el futuro de la narración. También distinguen entre la emoción y los afectos o estados de ánimo: el espectador sufre una fusión de estos cuatro elementos a medida que avanza la narración e incluso éstos pueden entrar en contradicción entre ellos. Todo ello se combina para conseguir un mayor compromiso del espectador hacia la narración.

Muchas de las respuestas emocionales a lo que sucede en nuestro entorno están lejos de poder ser controladas, y esto también sucede cuando se sigue una narración audiovisual. Es lo que se denomina “automatismos”. Estos permiten estar atentos a una cosa determinada, mientras el inconsciente va desarrollando un gran número de tareas por debajo de la propia conciencia, fuera del propio control. Se relacionan con las respuestas innatas y los estados mentales habituales que tiene el espectador, así se desarrollan las

³⁷⁶ FAHLENBRACH, K. “Emotion in Sound: Audiovisual Metaphores in the Sound Design of Narrative Films”. En *Projections*, Vol. 2. Núm 2. Invierno 2008. pp85-103.

asociaciones de memoria, recurriendo a experiencias ya vividas y que ayudan en la generación de respuestas emocionales.

La emoción no surge solo de una circunstancia en concreto, sino que también incide la forma de percibir esta circunstancia. La construcción que se hace de la situación determina la experiencia que se vive y se traduce entonces en miedo, tristeza, celos, vergüenza, culpa... Estas emociones describen relaciones entre una persona y otra, o con respecto a un objeto o con el entorno. Hay que tener en cuenta que la experiencia emocional está entonces también influenciada por el contexto cultural y las convenciones sociales, y, por tanto, se relaciona de forma significativa con cosas que conciernen a cada espectador en particular.

Las emociones tienen una **dimensión temporal** y varían a medida que avanza la narración, dependen de la intensidad y de la duración, también necesitan del *feedback* y pueden estar entremezcladas o ser ambiguas. No deben confundirse con los estados de ánimo o los llamados afectos.

Las respuestas emocionales a las narraciones audiovisuales se parecen mucho a las que se pueden tener en la vida real. De hecho, el espectador utiliza las mismas habilidades perceptivas que usa en el mundo real -no tiene otras- pero, además, hace uso de la “**suspensión de incredulidad**”. Es consciente de que está viendo una ficción y de que la narración se desarrolla siguiendo unas convenciones, asociadas al entretenimiento. Eso no impide que tenga respuestas emocionales reales, a pesar de que no pueda intervenir en este mundo de ficción y además se sienta liberado de esa responsabilidad. Sucede a veces que la respuesta emocional que se genera puede ser totalmente distinta a sus creencias y valores.

Este entorno de la narración, planteado como un juego, alejado del mundo real permite al espectador dejarse llevar por las emociones y experimentar con las nuevas experiencias. Se debe determinar exactamente cómo la narración audiovisual impone una actitud particular en el espectador, cómo dirige el proceso de evaluación que hace de lo que está siendo narrado y esto sucede en la medida en que la narración juega con la disposición de la información, del conocimiento del espectador en torno a lo que sucede en la narración y a los personajes. La combinación de todo ello va desencadenando distintas emociones.

4.3.3.1. Empatía, simpatía, identificación, lealtad, alineamiento...

“When the heart speaks, the mind finds it indecent to object”.
Milan Kundera³⁷⁷

Comprometerse con un personaje es una especie de **trayecto mental**, es una respuesta de los espectadores en relación con los personajes de ficción, y que le puede suscitar empatía, simpatía o antipatía con respecto a la situación que vive el personaje. Estas respuestas están prefiguradas por los creadores y dependerán siempre de las particularidades de cada espectador y de su forma de interpretar el universo de ficción creado, aunque las narrativas se apoyen en escenarios emocionales comunes. Para entender una narración, el espectador no solo debe reconocerla sino también involucrarse en cierta medida. El nombre más popular para explicar el compromiso del espectador con una narración, con un personaje es “**identificación**”, que supone que tiene la ilusión de convertirse en ese personaje con el que se identifica y piensa que tiene los mismos pensamientos o sentimientos que él.

La **identificación** según Noël Carroll³⁷⁸ alienta la idea simple acerca de la relación que surge entre espectadores y personajes. El espectador hace hipótesis de lo que el personaje siente o piensa por mimesis, que implica la actividad de las “neuronas espejo”, denominado también “**contagio emocional**”, que se produce cuando se experimenta la situación que sufre el personaje. Incorpora a veces esa información que da la narración solo para el espectador y que el personaje no conoce. Es posible que esta “identificación” se produzca en un estado mental muy cercano a la atención plena. El individuo cree que el otro también es él, entonces los sentimientos que tiene solo pueden ser de afecto y cuidado y no pueden ser de sentimientos destructivos.

Nelems y Theo³⁷⁹ fechan el descubrimiento de las neuronas espejo a principios de los 90., Actúan, sobre todo, ante las multitudes por la transferencia emocional. Debemos considerar que su descubrimiento coincide con la **revolución** tecnológica, la digitalización y la globalización del mundo que ha transformado la interacción de los humanos, que ha permitido ampliar el abanico de personas con las que se establece contacto y que amplía la diversidad de intereses y culturas.

³⁷⁷ PLANTINGA, C. Op. Cit. 2009. p201.

³⁷⁸ Ibidem, p103.

³⁷⁹ NELEMS y THEO. Op. Cit. 2018. p19.

Plantinga³⁸⁰ también recuerda que la estructura del compromiso según Murray Smith se descompone en dos conceptos la “**alineación**” y la “**lealtad**”. La “alineación” con el personaje se hace a través de una ligazón espacio-temporal y depende de su acceso subjetivo. Puede ser exclusivamente sobre un personaje o puede ir cambiando a otros. La “**alineación**” es una característica de la narración audiovisual, no lo es respecto a la respuesta del espectador. Es el lazo que le une a la narración para ver y oír qué sucede, que puede recaer específicamente sobre un personaje. La “lealtad” supone la actitud del espectador en pro de un personaje en concreto y que le genera la aprobación moral, por tanto, supone un componente moral y afectivo más grande, una respuesta hacia los personajes ligada a la moralidad de éstos para aprobarlos. Se puede tener “lealtad” hacia un personaje pero no simpatizar en algunas circunstancias, la “lealtad” es mayor hacia personajes que son desgraciados y desdichados, y hay que tener en cuenta que es una respuesta a largo plazo, después de un largo desarrollo de la narración. La simpatía se presenta más a corto plazo y, en principio, es independiente de la evaluación moral. Digo “en principio” porque tal y como exponen en su artículo García, Castrillo y Echart³⁸¹ proponen un concepto de simpatía moral entendido como una **síntesis de familiaridad** y modulación de la perspectiva ética, por el mecanismo que se produce en el proceso de identificación con los protagonistas antiheroicos como Walter White. Para que sea posible esta simpatía moral, las narraciones audiovisuales recurren a los recursos estéticos, a las estrategias dramáticas y narrativas, como son la comparación del mal menor o la motivación noble, a través de la representación familiar como motivo, la expresión de culpa, el remordimiento y el proceso de victimización constante de Walter White. Todo ello se utiliza para crear la **lealtad del espectador**, que así comprende mejor las circunstancias y el contexto que pueden llevar a justificar las malas acciones a pesar del disgusto moral que pueden causarle.

Me parece importante aclarar y distinguir los conceptos de **simpatía** y de **empatía**. Según Plantinga³⁸², la simpatía tiene sus raíces en la filosofía moral del s. XVIII, mientras que la idea de la empatía viene de la estética germánica. Ninguna de las dos se consideran

³⁸⁰ PLANTINGA, C. "I Followed the Rules, and They All Loved You More: Moral Judgment and Attitudes toward Fictional Characters in Film". En *Midwest Studies in Philosophy*, Núm. XXXIV. Minneapolis, Minnesota: 2010. p36.

³⁸¹ NAHUM GARCÍA MARTÍNEZ, A.; CASTRILLO MAORTUA, P.; ECHART ORÚS, P. “La simpatía moral y el “efecto Lucifer”. Mal y redención en *Breaking Bad*”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, Núm 74, 2019. pp383-402. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1336/19es.html> Recuperado: 15 de enero 2020.

³⁸² PLANTINGA, C. Op. Cit. 2009. p98.

emociones “per se”, pero sí se entienden como una capacidad o una disposición para responder con preocupación a la situación de otro, respondiendo entonces con las emociones de felicidad, miedo, tristeza, agresividad, compasión, resentimiento, desagrado... La simpatía es un elemento importante para obtener una respuesta de los espectadores, porque es la manera que se vea fuertemente comprometido con la narración.

Muñoz y Chaves³⁸³ hacen hincapié en el debate que ha existido siempre sobre si la empatía era un fenómeno cognitivo o emocional, y, tras el enfoque integrador de Davis³⁸⁴ plantean que ambos forman parte del mismo fenómeno, integran la parte cognitiva que aborda las capacidades de las personas y su parte emocional, así como su capacidad de reaccionar emocionalmente, considerándolas como las dos caras de la misma moneda. No hay que obviar, por eso, que aún persisten diversas corrientes que llevan por otros caminos que vienen del trabajo de los distintos académicos de distintos ámbitos y que han abordado el tema, ya sean biólogos, educadores, psicólogos, neurólogos, filósofos...

A partir de entonces, se considera que la empatía es tanto **un fenómeno cognitivo como emocional**, que tiene distintos enfoques. Se puede deducir que la respuesta empática incluye la capacidad para comprender al otro y ponerse en su lugar, a partir de lo que se observa, del lenguaje verbal o de la información que se hace accesible a través de la memoria. Entonces, el componente afectivo de la empatía frente a la experiencia emocional de la otra persona puede llevar a quien es testigo a tener tanto conductas positivas, como pueden ser la compasión o el altruismo, como conductas negativas, como puedan ser la aversión o la angustia. Por tanto, la empatía es un concepto multidimensional que incluye valoraciones tanto de lo instintivo como de los procesos de construcción cognitiva; se trata de interpretar y comprender la emoción, buscar una lógica comprensiva, representarse en la situación del otro. Sin embargo, no significa que genere simpatía, ya que se puede comprender la situación del otro, pero no necesariamente generar impulsos simpáticos hacia éste. **La neurociencia** aporta a este estudio la existencia de las “neuronas espejo” que se activan a través de la capacidad de observar y comprender las actividades e intenciones del otro.

³⁸³ MUÑOZ, A.P.; CHAVES, L. “La empatía: ¿un concepto unívoco?” En *Katharsis: Revista de Ciencias Sociales*, Núm. 16. Colombia: julio-diciembre 2013. pp123-146

³⁸⁴ DAVIS M. H. “A Multidimensional Approach to Individual Differences in Empathy”. En *Journal of Personality and Social Psychology*, Núm. 10. Washington: enero 1980.

Por último, nos introducen la “Teoría de la mente” que habla de las habilidades para reconocer contenidos de otro sistema cognitivo. La teoría permite tener la habilidad de atribuir estados mentales a través del reconocimiento facial, creencias de primer y segundo orden, comprender el orden lógico de las acciones de los otros, las comunicaciones metafóricas, la ironía, la mentira, la mentira piadosa, las meteduras de pata, las expresiones faciales, los gestos y los juicios morales, que suelen ser más favorables en la medida en que haya un sentimiento de cercanía mayor. En toda **decisión moral** está la relación que se establece con los otros, pensamientos, sentimientos, emociones y el impacto en la vida que puede generar un acto específico.

En definitiva, la empatía trata de reconocer las emociones del otro y debe distinguirse de la simpatía, que supone reconocer las emociones y que se produzca una valoración positiva, que consigue un fuerte compromiso con la narración y es un mecanismo importante para obtener una respuesta de los espectadores.

Nos encontramos con dos conceptos muy confundidos, Plantinga usa por igual el concepto empatía o simpatía, los sitúa bajo el mismo paraguas como la idea de la **habilidad de entender la situación de otro**. En este sentido puede comprender, pero no tener los mismos sentimientos, al considerar que el espectador es consciente que está viendo una ficción por tanto lo que sufren los personajes no lo sufre el espectador en sus propias carnes, sólo se ve afectado emocionalmente por la situación que viven y punto.

Para comprender el compromiso del espectador con la narración se debe poner atención también en los denominados “afectos directos” y “afectos miméticos” que desarrolla la narración; los “afectos directos” sobre el espectador vienen dados por la composición, el sonido, el montaje, los movimientos de cámara, la composición... El reconocimiento por parte del espectador de la **artificialidad** del medio viene a formar parte del **conocimiento** previo de éste, todo ello produce unas respuestas automáticas que suelen ocurrir de forma inconsciente, a pesar de que sí se disponga de forma consciente la idea de tener una experiencia “teatral” y se posicionen como receptores.

Todos los recursos narrativos, ya sean movimientos de cámara, encuadres, puesta en escena, no solo forman parte de la narración o del significado sino también forman parte de la creación de respuestas emotivas, psicológicas y viscerales, que se quieren provocar en el espectador.

Así, por ejemplo, tenemos el **primer plano** que se puede utilizar para crear intimidad con un personaje o por el contrario tratar de generar rechazo respecto a éste. A través del

montaje, se puede reflejar la percepción del personaje, ver su punto de vista al alternar los planos, o que se constituye con la respuesta del personaje que viene dada por el lenguaje corporal, alternada con el plano de la acción que se está desarrollando. Así, también inciden la voz, el tono y todas las posibles variaciones que el actor utilice y que llegan al espectador. Cabe remarcar la labor del equipo creativo para **exagerar, aislar, clarificar y manipular** las imágenes y los sonidos para magnificar los efectos sin tratar de dañar la percepción de realismo de la narración.

Por otro lado, tenemos lo que Plantinga³⁸⁵ considera “afectos miméticos” o “mimetismo afectivo”. El reciente interés por las denominadas “neuronas espejo” pone el mimetismo como elemento central para la sociabilidad, el comportamiento y el aprendizaje humano. Los expertos han llegado a la conclusión de que se genera un **mecanismo neuronal** que enlaza al emisor con el receptor del mensaje; así, las acciones realizadas por el emisor son mensajes que recibe el observador sin ninguna mediación cognitiva y se produce un **contagio emocional**, que no es más que el fenómeno de captar las emociones de aquellos alrededor o de aquello que se observa, esto permite entender y aprender a sentir las emociones de los otros. Por ello los primeros planos juegan un papel central en las narraciones audiovisuales, porque alimentan la propensión humana de responder a la respuesta facial de los otros. Muchas veces ocurre inconscientemente, como una respuesta automática, por eso se utilizan en las escenas donde quieren despertar en el espectador la simpatía hacia algún personaje y también por eso el pico narrativo se trata de hacer a través de un primer plano. La música puede ser utilizada para evocar y expresar distintas emociones y estados de ánimo preparando al espectador para algún acontecimiento y así intensificar una respuesta emocional, afectando así a la construcción, la percepción y su conocimiento consiguiendo apelar directamente a sus emociones.

Sin embargo, los espectadores, a pesar de o quizás gracias a las técnicas narrativas que se utilizan, son capaces de mantener una distancia crítica con respecto a los personajes, si bien responden emocionalmente, lo que se debe a que la mente humana es modular y capaz de tener respuestas múltiples, que pueden ser ambiguas o incluso conflictivas y a veces eso es lo que busca el creador. El espectador negocia con qué se queda del personaje, con qué cosas se alinea y con cuáles no, aunque entonces pueden surgir las “meta-emociones” de culpa y vergüenza, que vendrán dadas por la clase de respuesta emocional que tenga y que le genera disgusto tenerlas. Por ejemplo, cuando comparte los motivos o deseos del personaje con los que normalmente en su vida cotidiana nunca aprobarían.

³⁸⁵ PLANTINGA, C. Op. Cit. 2009. p124.

Si entramos a considerar las **emociones negativas** que surgen de las narraciones audiovisuales sobre las que existe simpatía, se produce lo que Plantinga denomina “La paradoja de las emociones negativas”³⁸⁶, que viene a ser la transformación de eventos traumáticos en algo placentero por la trascendencia de esos eventos y que se traduce en algo positivo para la narración. Hay que recordar que el espectador lo que primero que busca en la narración es entretenimiento y placer, no quiere aburrirse y aunque se le muestren acontecimientos dolorosos, sabe que es ficción y su respuesta emocional negativa se convierte en placentera. Lo que Aristóteles denomina “catarsis”³⁸⁷, es la experiencia del espectador al final de la tragedia, surgen los sentimientos abrumadores de tristeza, piedad y otras emociones fuertes causadas por la representación de hechos trágicos pero que se traducen en beneficio para la audiencia. La catarsis se presenta como una especie de resolución que causa alivio y euforia, reencuadra los acontecimientos de forma que el impacto cognitivo y emocional se vuelve satisfactorio y placentero, cerrando las tramas y dando una resolución que intensifica el placer por la narración vivida.

Para entender cómo es posible que las narraciones audiovisuales susciten distintas emociones en los diferentes espectadores debemos entender lo que sostiene Plantinga³⁸⁸ respecto a la retórica de las emociones, donde dice que éstas son manifiestamente ideológicas porque pueden tanto confirmar como alterar las creencias propias y las maneras de responder de los espectadores cuando recrean un universo de ficción.

Entendiendo la retórica como el conjunto de reglas o principios que se utilizan para elaborar un discurso, el narrador con los distintos recursos que tiene manipula las emociones del espectador con el propósito de modificar su juicio, así pues crean personajes, estereotipos y formas de responder a ellos y entonces suceder lo que Martha Nussbaum³⁸⁹ dice, que el espectador que está inmerso en una narración suele apoyar a las personas que presentan mayores conflictos y desafíos, estas dificultades hacen que el espectador se emocione y sienta más simpatía por estos personajes, estas emociones pueden condicionar entonces los juicios sobre éstos y sus acciones.

Aunque, como ya he dicho, Plantinga utiliza indistintamente el concepto de simpatía y empatía, Nelems y Theo³⁹⁰ insisten en distinguir los dos conceptos. Resaltan la idea que

³⁸⁶ Ibidem, p172.

³⁸⁷ Ibidem, p174.

³⁸⁸ Ibidem, p200.

³⁸⁹ Ibidem, p202.

³⁹⁰ NELEMS y THEO. Op. Cit. 2018.

sobre la empatía existe un cierto consenso de asociarlo al concepto de bondad, de cuidado, lo que vulgarmente se conoce como “ponerse en la piel del otro”, como una orientación hacia el otro, que produce la sintonización de las emociones, pensamientos, sensaciones y debe distinguirse el concepto de sentir con alguien, del concepto de sentir por alguien. Hay que resaltar que no necesariamente el concepto de “ponerse en la piel del otro” tiene fines de cuidado y atención, sino que puede ser utilizado para tener mayor información sobre el otro y poder responder en su contra, por tanto sentir empatía no significa sentir compasión por el otro.

Los autores citan a Gavin J. Fairbairn³⁹¹ ya que, además de rechazar la asociación positiva de la empatía que se puede utilizar en contra de la otra persona, dice que se puede sentir empatía hacia gente sobre la que no sentimos simpatía. Para él, la simpatía es una respuesta emocional que aparece inconscientemente, viene de las entrañas; sin embargo, la empatía es más compleja y se desarrolla a raíz de escuchar, observar, imaginar, intentar saber y entender cómo es la vida del otro. La simpatía no tiene la necesidad de este conocimiento. Fairbairn considera la empatía como una **sintonización emocional**, se construye a partir del sufrimiento del otro, pero no solo a nivel emocional sino también a nivel cognitivo, poniendo el foco y la atención de forma voluntaria pero también involuntaria. La empatía implica el uso de habilidades emocionales y cognitivas, y por tanto se asocia a un pensamiento complejo.

Citando a Kundera: “(...) to have compassion (co-feeling) means not only to live with the other’s misfortunes but also to feel with him any emotion - joy, anxiety, pain. This kind of compassion ... therefore signifies the maximal capacity of affective imagination, the art of emotional telepathy. In the hierarchy of sentiments, then, it is supreme”, Camilla Pagani³⁹² expone que la compasión y la empatía comparten ciertos componentes, como la **capacidad de compartir una emoción** con el otro y el desarrollo de una complejidad de habilidades emocionales y cognitivas, pero la empatía permite distinguirse del otro a pesar de identificarse. Desarrollar un pensamiento complejo para sentir empatía, supone la capacidad de entender la complejidad de las emociones y los pensamientos propios, el uso que se hace de múltiples perspectivas, la apertura a nuevas realidades y universos, la aceptación de la incertidumbre, de la contradicción... Por tanto, la empatía supone un estado afectivo y cognitivo, que despierta emociones porque la

³⁹¹ Ibidem, pp61-83.

³⁹² PAGANI, C. “Empathy, Complex Thinking and Their Interconnections”. En NELEMS y THEO. Op. Cit. 2018. p41.

persona entiende o trata de entender, siente o trata de sentir a partir de su comprensión de la situación del otro.

La diferencia más clara entre empatía y simpatía la propone Frans de Waal, citado por Steve Larocco³⁹³. Mientras que la empatía recoge información y, sobre todo, implica orientación y aprehensión, la simpatía es una inclinación que refleja preocupación por el otro y una voluntad de que mejore una situación.

La idea cursi de la empatía como algo bueno persiste. La idea de “ponerse en la piel del otro” es individualista porque sitúa el Yo en el centro, tanto del concepto como de la experiencia. Supone la proyección de uno mismo con sus propias percepciones, experiencias, conocimientos, creencias, esperanzas, expectativas, asunciones y miedos en el otro. En este sentido Camilla Pagani³⁹⁴, al considerar la implicación de las emociones y de la percepción cognitiva también incluye la identificación con el otro, pero también la diferencia del otro. De hecho, esto sucede cuando la empatía se asocia con sentimientos negativos hacia el objeto de esta empatía.

Es posible que esta identificación, se produzca en un estado mental muy cercano a la atención plena, el individuo cree que el otro también es él y entonces los sentimientos que tiene solo pueden ser de afecto y cuidado y no puede ser de sentimientos destructivos.

Por su parte, Megan Boler³⁹⁵ propone distinguir entre la **empatía transformativa y la pasiva**. Mientras la pasiva supone la identificación, el miedo de que le pueda pasar a la persona, que proyecte sus propias experiencias e ideas en la otra persona, pero situándose en su zona de confort, como juez del otro sin actuar y con la sensación de cerrar el tema. En la empatía transformativa se da el respeto y el reconocimiento de la experiencia del otro, reconociendo que no puede sentir lo mismo, pero centrándose en escuchar. Se abre a empatizar con lo distante, se activa, reconociéndose implicado con el otro, sin buscar un cierre, una conclusión. La mayor diferencia reside en que la **empatía transformativa** reconoce que no puede saber, sentir, comprender completamente la experiencia del otro.

³⁹³ LAROCO, S. “Empathy as Orientation Rather than Feeling”. En NELEMS y THEO. Op. Cit. 2018. p10.

³⁹⁴ PAGANI, C. Op. Cit. 2018, pp53-54.

³⁹⁵ BOLER, M. *Feeling Power*. Londres: Routledge, 1999. p159.

Puntualiza Fiona Larki³⁹⁶, a propósito del arte audiovisual, que es imposible comprometerse de forma empática con la imagen sin antes comprender la distancia entre el yo y el otro.

Sinnerbrink³⁹⁷ propone el concepto *cinempathy* (cinempatía) para explicar la ética empática que desarrollan las películas, que se mueve entre la empatía y la simpatía que suscitan estas narraciones. Incide en la confusión entre los dos conceptos, donde la mayoría de las veces se utilizan de forma indistinta para reflejar la capacidad de percepción moral de la narración. Según él, el cine puede provocar un movimiento entre la simpatía y la empatía que permite al espectador moverse suavemente entre estos dos polos, entre la imaginación central y la periférica. Este movimiento entre los polos de la simpatía y la empatía refleja mejor la experiencia fenomenológica del compromiso emocional y cognitivo, que otros teóricos han descrito usando conceptos como percepción moral, simpatía, compasión o empatía.

Así la “cinempatía” sería una expresión cinética/cinematográfica de la sinergia entre la sintonía afectiva, el compromiso emocional y la evaluación moral, que captura más plenamente el potencial ético de la experiencia cinematográfica. Ésta es una concepción más dinámica de la participación “simpática-empática”. Mejora la forma de articular conceptualmente la empatía cinematográfica del modelo más bien estático de teorizar la empatía y la simpatía, que aún prevalece en la teoría del cine contemporáneo, y que por tanto puede exportarse a las narraciones de ficción de las series de televisión contemporánea.

Dando por sentado el compromiso de los espectadores de *Breaking Bad*, que han seguido la narración a lo largo de 62 episodios, podemos decir que se dan todas estas reacciones, desde la empatía a la simpatía, pasando también por la “identificación”, la “alineación” y la “lealtad”. La serie también provoca la antipatía y las “meta-emociones”, y sus variaciones son tantas como espectadores, porque cada uno responde de una forma u otra a la narración y además puede sufrir variaciones e ir las combinando a medida que avanza la serie y el personaje va evolucionando. Tal y como he expuesto, lo que sucede normalmente cuando un espectador sigue una serie es que surge un compromiso para

³⁹⁶ LARKIN, F. “Seeing the Loop. Examining the Empathy through Art Practice”. En NELEMS y THEO. Op. Cit. 2008. p228.

³⁹⁷ SINNERBRICK, R. “Cinempathy: Phenomenology, Cognitivism, and Moving Images”. En *Contemporary Aesthetics*. Special Volume Núm. 5. Rhode Island-University of Buffalo, NY: 2016. <http://www.contempaesthetics.org/newvolume/pages/journal.php> Recuperado: 2 de febrero 2019.

seguir la narración, un compromiso para interpretarla, una conexión entre la emoción y la cognición, para utilizar los distintos conocimientos para descifrar, crear hipótesis, obtener placer... El placer surge de ir respondiendo a los distintos recursos narrativos desarrollados por los creadores. El compromiso del espectador puede llevarle a alinearse, identificarse o incluso sentir lealtad hacia Walter White, puede sentir empatía, combinando la emoción con la comprensión, puede dejarse llevar por la simpatía o simplemente sentir antipatía. A partir de aquí, se puede entrar a considerar las emociones que siente el espectador y catalogarlas como emociones morales.

Emily Nussbaum, con su neologismo “*Bad Fans*”, cuestiona la “lealtad”, el “alineamiento” y la simpatía que siente el espectador por Walter White, pero no debe olvidar que es fruto de la brillante construcción narrativa de los creadores, de la capacidad del espectador para traducir lo que sucede en la narración y del grado emocional que desarrolla y que Emily Nussbaum traduce en emociones morales reprobables.

4.3.3.2. Emociones morales

Según Noël Carroll³⁹⁸, las emociones más importantes quizás sean las morales porque subrayan nuestras reacciones frente a los personajes, las acciones, las escenas y son las que nos llevan a sentir la simpatía, la antipatía... Nos recuerda que las emociones están diseñadas biológicamente para protegernos y para ponernos en preaviso, alertarnos de los peligros, permitiéndonos negociar con el mundo gracias a la velocidad de procesamiento de las emociones. De todo ello se benefician las narraciones audiovisuales porque, además, no hace falta que el espectador crea lo que está viendo existe para sentir estas emociones. Hay que ser conscientes que los creadores ya han trabajado mucho para que el espectador sienta estas emociones, diseñando una situación ficticia donde sobresalen unas variables con las que la concepción emotiva surge de la forma que éstos quieren, casi de forma inevitable, tratan de asegurarse de que el espectador vea lo que ellos quieren.

Carroll cree que las **emociones morales** surgen de acciones que confirman o deniegan las normas morales, ligadas a juicios morales que son juicio de valor. Responden más a un modelo intuitivo que racional. Estas emociones morales que se activan están dentro del dominio universal se pueden reconocer en el ámbito de distintas culturas. La concepción de justicia, injusticia, venganza, recompensa, restauración... son compartidas universalmente. Así se crea el tema alrededor de la familia que crea un **consenso**

³⁹⁸ CARROLL, N. *Movies. The moral Emotions and Sympathy en Films and Emotions*. En FRENCH y WETTSTEIN. Op. Cit. 2010. pp1-19.

universal, la idea de que ésta debe protegerse. Hay que recordar que los creadores buscan encontrar algo sobre lo que una audiencia dispar pueda estar de acuerdo.

En general, los personajes que provocan daño en otro o cometen atrocidades no gustan al espectador, pero a veces se producen respuestas emocionales morales que hacen al espectador sentirse culpable por reconocer que apoya a un personaje que es un infractor moral. Quizás estos personajes se presentan como un desafío de los creadores para que el espectador analice esta emoción y se condene por apoyar la conducta malévola, provocando una “meta-emoción”, ya que siente una emoción moral sobre la emoción que se le ha despertado.

Susan L. Feagin³⁹⁹ señala que, en general, las propiedades morales solo son atribuibles a las personas no a los objetos y, en consecuencia, no a las series de televisión. Pero aceptando la idea de la existencia del pluralismo crítico, de la aceptación de que hay múltiples e igualmente aceptables formas de interpretar y apreciar las obras, hay entonces muchas formas de entender, interpretar y evaluar que unas tienen en consideración las preocupaciones sociales y otras, no. Y así, pone la atención en los espectadores que son capaces y quieren dejar de lado sus sensibilidades morales y adoptar así en su imaginación una insensibilidad moral y se comprometen con una narración para obtener las respuestas emocionales y otras respuestas afectivas asociadas. Para la autora, tener respuestas emocionales moralmente insensibles es moralmente criticable.

La evaluación de una narración audiovisual supone varios pasos y actividades que comprenden: observar, imaginar, tener respuestas afectivas, decidir qué pensar sobre lo que se está viendo, y juzgar la calidad artística de lo que se está viendo. Debido a la naturaleza de las narraciones audiovisuales, uno no tiene control sobre cómo se van a ir sucediendo los acontecimientos y, en consecuencia, sobre las reacciones que se pueden tener y, por tanto, se tiene poco control consciente sobre las respuestas que surgen. En consecuencia, puede suceder que sean incoherentes con sus propios valores y, por tanto, tener emociones moralmente reprobables.

Muchas narraciones hacen que el espectador desarrolle la simpatía por algunos personajes que son moralmente cuestionables, pero precisamente ese es el mecanismo que utilizan algunos creadores para provocar el compromiso de los espectadores con la narración. Es entonces cuando se desata la simpatía por un personaje de moralidad dudosa. La capacidad de los espectadores que aplican su insensibilidad moral puede

³⁹⁹ FEAGUIN. En FRENCH y WETTSTEIN. Op. Cit. 2010. pp20-33.

permitir llegar a apreciar mejor la narración que aquellos que, al imponer su barrera moral y no sentir simpatía por el personaje, hacen que no se perciba la narración en su totalidad ni con las intenciones de los creadores.

La habilidad de las narraciones para provocar simpatías, antipatías, alianzas y otras respuestas hacia los personajes es esencial para evaluar su éxito, tanto a nivel estético, como en su impacto moral e ideológico. Plantinga⁴⁰⁰, recordando a Smith, plantea tres cuestiones al respecto. Por un lado, el **juicio moral** que hace el espectador sobre los personajes, que determina la “lealtad” pero el resto de las respuestas emocionales que no son la “lealtad” no tienen nada que ver con juicios morales. Por otro lado, estar provistos de una **tipología de respuestas** emocionales hacia los personajes que pueden darse en una narración que la clasifica desde la simple “oposición”, que va en contra de los antagonistas o los villanos, y tienen connotaciones de maldad. La “antipatía” se posiciona en contra pero de una forma menos contundente y se sustenta en factores morales como la crueldad. El simple “**disgusto**” no tiene connotaciones morales sino más bien tiene que ver con la caracterización del personaje. El “interés natural” que se da, pero sin preocupación, por, por ejemplo, su aportación cómica. Luego encontraríamos el personaje que simplemente “gusta”, un afecto positivo por estética o cosas simples; la “simpatía”, cuando hay preocupación por el personaje; la “lealtad”, cuando hay un sentimiento fuerte de simpatía y suele estar regido por juicios morales y, por último, la “proyección”, cuando se da el deseo de emular al personaje, que incluye una fuerte simpatía y una gran lealtad.

La tercera cuestión que trata Plantinga es la capacidad de las narraciones para manipular los juicios del espectador, por la tendencia de los humanos de confundir juicios morales y no morales, explotada -queriendo o sin querer- por los creadores de las narraciones audiovisuales.

En conclusión, Plantinga considera que el juicio moral del espectador no es determinante para despertar las distintas emociones del espectador versus la narración y los personajes que la forman. Coincide con la visión de Smith, que la aprobación o la desaprobación respecto a un personaje tiene que ver más con un proceso intuitivo, una aproximación que va en aumento desde las vertientes psicológicas y filosóficas, que dicen que las intuiciones morales son emociones que generan automáticamente juicios morales. El razonamiento moral sirve principalmente para racionalizar los juicios intuitivos. Aunque estas intuiciones y estos juicios morales no siempre sean de fiar, hay una tendencia a estar

⁴⁰⁰ PLANTINGA. En FRENCH y WETTSTEIN. Op. Cit. 2010. pp34-51.

de acuerdo con los juicios que se hacen en un mismo entorno y se tiende a juzgar mejor a gente que “cae bien”. Se tiende a centrarnos en confirmar las ideas propias e ignorar aquella información que las pone en entredicho. Así, las narraciones audiovisuales tienen una mayor facilidad para manipular las simpatías, las alianzas, las lealtades, si desarrollan una narración que se construya en este sentido, provocando la simpatía hacia los personajes.

4.3.3.3. Emociones en conflicto: *Prufishness*

Como he desarrollado en el punto anterior, las emociones que se suscitan en una narración audiovisual surgen y son comprendidas a través de escenas paradigmáticas a partir de los distintos géneros que se utilizan en la narrativa. Por tanto, la capacidad cognitiva que desarrolla el espectador le ayuda a comprender la acción y las emociones que se van suscitando, son “situaciones tipo” que definen los roles de los personajes, los “sentimientos tipo” que se pueden dar por la reacción que suscitan y que resultan correctamente asociadas.

El espectador ha sido educado emocionalmente a través de los cuentos, las fábulas, las canciones, el teatro, la pintura, las películas... y es capaz de reconocer los patrones de las escenas que liga a su propia experiencia.

Cabe destacar la importancia del **rol de los géneros** de las narraciones audiovisuales, que viene dada por la definición de las emociones que son capaces de suscitar. Pensemos, por ejemplo, en las emociones que resultan de las películas de terror, los melodramas, las comedias románticas, las películas de acción o aventura... La fijación en los personajes, en el protagonista y lo que le sucede a este es lo que hace que el espectador se sienta comprometido con la narración. Pero muchas veces la narración no se limita a suscitar las emociones de un solo género, sino que suscita distintos tipos de emociones, que van más allá de las genéricas y son más individuales.

Prufishness es un término propuesto por John Berenson⁴⁰¹ para expresar un estado mental muy específico expresado a través del personaje de *The Love Song of J. Alfred Prufrock* de T. S. Eliot, que viene a describir las distintas emociones que surgen de una misma narración: una combinación, una interacción, un encadenamiento de emociones que producen una sensación única, una emoción distintiva y particular.

Algunas de las mezclas de emociones que se producen en una narración audiovisual son comunes. Por ejemplo, en una película de terror se puede sentir miedo y asco, en las

⁴⁰¹ BERENSON, J. “Emotion and Expression”. En *The Philosophical Review*, Núm. 76, 1967. pp338.

comedias groseras, diversión y asco, en una tragedia, miedo y pena. Pero hay narraciones que producen mezclas de **emociones contrastadas** y entre ellas se encuentran las denominadas “**meta-emociones**”, que vienen por el contraste entre la emoción que se siente por una narración y la emoción que provoca reconocer sentir esa emoción. Por ejemplo, al sentir simpatía por un personaje y reconocer que no se debería sentir esa simpatía.

Para entender la **construcción de las emociones combinadas** hay que considerar si realmente se dan a la vez o si se suceden, hay que valorar si realmente se mezclan o cohabitan. Hay emociones que pueden aliarse de forma natural, pero hay combinaciones que son contradictorias y pueden estar en conflicto y producir una mezcla de emociones. Esta combinación vendrá dada por la dinámica de la narración que va evolucionando y suscita distintas emociones en cada uno de los espectadores. Muchas narraciones buscan **respuestas emocionales ambiguas y conflictivas** frente al protagonista, son narraciones audiovisuales que rechazan presentar un personaje tradicional y desarrollan uno que combina la simpatía que se puede sentir hacia él, para luego arrojar al espectador hacia la antipatía, con una sensación de alejamiento, de alienación, de repulsión. Puede ser un reflejo de las propias contradicciones que tiene el espectador de su capacidad para racionalizar sus propias emociones y creencias.

Este **conflicto de emociones** aporta valor para el espectador como un elemento cognitivamente valioso para comprender y controlar sus propias emociones. Puede ayudar a cambiar su concepción del mundo y la atención, ver que se puede vivir otro tipo de vida, vivir ciertos tipos de experiencias a través de la narración, desarrollar otro tipo de valores morales. Los **sentimientos conflictivos** pueden dar la sensación de que no se comprende al personaje o lo que sucede, el conflicto no clarifica los principios morales, más bien los emborronan. Y tal y como dice Harold⁴⁰², estos conflictos recuerdan al espectador sus limitaciones epistemológicas, el lío y el embrollo de la vida social y moral. A la gente le cuesta entender los problemas morales y resolverlos. No está siempre claro si es la incapacidad para entender y resolver los conflictos de cómo se sienten respecto a alguien o algo, o si es culpa de las propias limitaciones, o la consecuencia de vivir en un mundo donde las respuestas a este tipo de cuestiones no están al alcance. Puede servir como cura de humildad visualizar las propias limitaciones y constatar que tener sentimientos encontrados, mezclados, contradictorios son fruto del hecho de vivir en un

⁴⁰² HAROLD, J. “Mixed Feelings: Conflicts in Emotional Responses to Film”. En FRENCH y WETTSTEIN. Op. Cit. 2010. pp280-294.

mundo incierto. Puede existir un cierto alivio comprobar que el mundo es un lugar complicado y que los problemas morales serios tienen a veces respuestas complicadas.

El conflicto de las emociones como respuesta a las narraciones audiovisuales sirve de antídoto a las narraciones maniqueas, las que indican a quién se debe amar y a quien odiar y va en contra de la interpretación que tiende a valorar las cosas simplemente buenas o malas, sin términos medios.

Hay que recalcar entonces que **la incertidumbre y el escepticismo** que se desarrollan en las narraciones audiovisuales pueden ser fuentes de placer, ya sea por la identificación del espectador o por la simple comprensión de esta situación.

Para Smith es importante distanciar el estudio de las emociones de las generalizaciones científicas que hacen los filósofos y los psicólogos, y realizar estudios detallados de la emoción de cada pieza artística para entenderlos y apreciarlos. Por ello, en los siguientes apartados se trata de analizar *Breaking Bad* y su construcción narrativa, para ir exponiendo las distintas emociones que se tratan de suscitar.

4.3.4. Los “Bad Fans”. Emociones en *Breaking Bad*: la “seriempatía”

¿El espectador de una serie de televisión cuyo protagonista es un criminal se pregunta en algún momento cómo es posible tener simpatía por el diablo? ¿O tan solo disfruta de la narración, se deja llevar por la construcción narrativa que han hecho sus creadores por el placer y el entretenimiento que les proporciona?

A mi modesto entender, la máxima preocupación por esta cuestión, por la relación y la respuesta emocional del espectador frente a los **numerosos antihéroes** que pueblan las distintas ficciones contemporáneas preocupan más a los críticos y a los distintos académicos que al espectador. Por ello existen tantos estudios y escritos que tratan de descifrar las distintas reacciones emocionales que despiertan estas narraciones y que permiten comprender mejor su construcción y comprender mejor su éxito.

Independientemente de la emoción que sienta el espectador frente a su propia respuesta emocional ante la transformación de Walter White, la construcción narrativa de *Breaking Bad* tiende indudablemente a jugar con las emociones de la “simpatía por el diablo” de las que habla Carroll⁴⁰³.

⁴⁰³ CARROLL, N. “Tony Soprano y nuestra simpatía por el diablo”. En VV.AA. *Los Soprano Forever. Antimanual de una Serie de Culto*. Barcelona: Errata Naturae, 2014

Nahum García Martínez et. al.⁴⁰⁴ proponen el concepto de “simpatía moral” como una síntesis de la familiaridad y modulación de la perspectiva ética. Explican que en *Breaking Bad* se trabaja a partir de cuatro estrategias dramáticas que modulan el juicio moral del espectador -y que, en el punto sobre el *close reading* de la serie detallo- pero que pueden resumirse en que 1. Walter White se enfrenta a malvados mucho peores que él; 2. presenta un motivo noble, lo hace todo por la familia; 3. muestra en algunos momentos un cierto remordimiento por las acciones que ha emprendido y 4. se retrata a Walter White como una víctima, presentando la desgracia de su enfermedad y en general la injusticia de la vida, entre otras causas por la de ser un genio desaprovechado. Todo ello viene acompañado por la dilatación de la narración episódica que mantiene durante mucho tiempo la **relación del espectador con el protagonista** a través de la utilización de distintas herramientas audiovisuales que incrementan la influencia estética de los acontecimientos narrados e influyen en la experiencia afectiva del espectador. Destaco sobre todo de este estudio la relación que se establece con el texto de Sinnerbrink⁴⁰⁵, en el que plantea que ante la confusión que existe entre los conceptos de empatía y simpatía, que a veces se utilizan como sinónimos para definir la capacidad del espectador para sentir estas distintas emociones con respecto a los personajes de ficción. Surgen desde distintos polos de la imaginación central o periférica del espectador. Sinnerbrink prefiere hablar de este **movimiento dinámico entre los dos polos de la empatía y la simpatía** con un nuevo término que nombra *cinempathy*, como una expresión cinematográfica/cinética de la sinergia entre la sintonía afectiva, el compromiso emocional y la evaluación moral, que captura más plenamente el potencial ético de la experiencia cinematográfica. Esta concepción más dinámica de la participación empática y simpática significa para el autor una mejor manera de articular conceptualmente la empatía cinematográfica que el modelo estático y puntual de teorizar la empatía y la simpatía, que prevalece en la teoría cinematográfica contemporánea. Podemos adaptar el concepto a lo que el espectador de las series contemporáneas siente y denominarlo “*seriempatía*”, que además podría ampliarse por la concepción del relato extendido de las series de ficción contemporánea que hacen que estas emociones aun sean mayores que en cualquier película donde la narración tiene una extensión y profundidad menor. Vale la pena entonces hacer un repaso más detallado de estas emociones que suscita la narración en el espectador.

⁴⁰⁴ NAHUM GARCÍA MARTÍNEZ et. al. Op. Cit. 2019.

⁴⁰⁵ SINNERBRICK R. Op. Cit. 2016.

4.3.4.1. Una introducción a las emociones de *Breaking Bad*

“The most fascinating thing about the series has been its attempt to manipulate viewers emotions”.

Abby Bentham⁴⁰⁶

Bentham⁴⁰⁷ repasa la evolución de Walter White y de los personajes que lo acompañan a lo largo de la narración. La transformación que vive el protagonista introduce cuestiones morales que, a medida que avanza la narración, hace que las emociones del espectador fluctúan entre la simpatía, la “identificación” y la “lealtad” con él.

El planteamiento en el piloto de la serie, “Pilot” (T1/E1), muestra una gran habilidad narrativa para manipular a la audiencia y orientarla hacia el protagonista, Walter White, a la que se puede añadir la consideración del contexto socio-político y económico que puede compartir con el espectador. La identificación es algo distinto de la empatía, la identificación supone que el espectador experimenta e interpreta el texto desde dentro como si le estuviera sucediendo lo mismo que al protagonista, que puede conducir a la empatía y a la simpatía y cuando ésta se da con personajes como Walter White, el espectador puede sentirse incómodo por las emociones que vive. Se denomina entonces “meta-emoción”, ya que parece que acepta y apoya decisiones, acciones y comportamientos que en la vida real no haría. Viene dado por la construcción narrativa que incluye el uso de algún tipo de música, una estilización de las imágenes, el uso de un tono cómico, poner el foco en ciertas imágenes y obviar otras, en definitiva, tergiversar la narración para que la percepción del espectador sea esa y no otra.

Breaking Bad mueve al espectador hacia la “identificación”, la empatía, la simpatía, pero para algunos despertará la antipatía, la repulsa y puede cambiar, entonces, su simpatía hacia otro personaje ya sea Jesse o Hank.

Las bases de “Pilot” (T1/E1) sirven para introducir al protagonista, un talento desaprovechado con oportunidades perdidas y problemas económicos. Actúan como puntos de anclaje para generar afinidad con muchos espectadores que puedan tener la misma situación: el desprecio que sufre en casa, en el trabajo, con su cuñado, la presentación de una casa poco atractiva, un coche poco atractivo, y encima enfermo con un cáncer terminal. Todas estas desgracias provocan que el espectador se alinee con el protagonista, les genere simpatía, les pueda hacer pensar en sus propias desgracias. Walter

⁴⁰⁶ BENTHAM, A. “Art or Science? Formulating Empathy in Vince Gilligan’s *Breaking Bad*”. En NELEMS y THEO. Op. Cit. 2018. p161.

⁴⁰⁷ Ibidem, pp161-183.

White se presenta como si solo pensase en el futuro de su familia, cómo debería resolver la situación para cuando él ya no esté y no se queden en la miseria. Vince Gilligan presenta a Walter White como un buen padre de familia y el espectador decide apoyarlo, es fácil ponerse en la posición de alguien que quiere proteger y ser el sustento de su familia.

El trabajo cinematográfico de Michael Slovis, director de fotografía en 50 de los 62 episodios de la serie, ayuda en la “identificación” del espectador con Walter White. El punto de vista que adopta la cámara hace que el espectador tenga el mismo punto de vista, como si estuviera en su consciencia, ve lo que el protagonista ve, lo que siente, lo que vive. Cuando el espectador se encuentra a Walter White limpiando las ruedas del coche, pasa de un plano de situación a un plano de unos pasos acercándose y hace entender la humillación que sufre. El espectador siente esa humillación en sus propias carnes. En la escena siguiente el desagrado no cesa, va a su casa y se encuentra una fiesta sorpresa. El espectador se encuentra mirando la puerta y luego se encuentra lo mismo que Walter White dentro: el ángulo de la cámara presenta a los invitados grandes y amenazadores, a la que sigue la escena con la pistola de Hank... La cámara y su encuadre hace que el espectador sufra por él y con él. Son **escenas vitales** para cambiar las emociones del espectador y que éste acabe alineando con Walter White y su estado mental.

El juego constante con el humor y la ironía, tanto de Jesse como de sus colegas Skinny Pete o Badger que se presentan como bufones, ayudan a descargar la tensión de la narración. Los **alivios cómicos** pueden considerarse también como un elemento para seguir suscitando y manteniendo la simpatía, la empatía y la “identificación” con el personaje, a pesar de las decisiones que va tomando y las acciones que va desarrollando.

Las primeras muertes que provoca Walter White se muestran como un **acto de auto defensa** y, además, los muertos se caracterizan como unos criminales muy peligrosos y al enfrentarse a ellos se presenta como el hombre bueno, con un buen propósito, mientras ellos aparecen como sus antagonistas, a los que necesita eliminar para seguir adelante. A medida que avanza la serie se dan las muertes de personajes blancos: Gale, Jane, Mike, que también representan una amenaza para Walter White. El espectador entonces ve desafiada su simpatía, su identificación. Bentham⁴⁰⁸ lo enmarca en la idea del “utilitarismo” de Stuart Mill y del concepto del “Principio de la Felicidad”, que viene a

⁴⁰⁸ Ibidem, p170.

decir que las acciones están bien en la medida que promueven la felicidad. En cambio, si promueven lo contrario de la felicidad están mal.

Por otro lado, Vince Gilligan decide dejar casi fuera de la narración el problemático debate de la drogadicción en EE.UU. Sus efectos devastadores se muestran con cuentagotas, filtrando la información para no afectar las emociones del espectador hacia Walter White.

La narración avanza, el arco de transformación de Walter White, también, y el espectador pueden entonces cuestionar la idea que tiene sobre él, como padre de familia y sus buenas intenciones. Poco a poco, su *alter ego* Heisenberg va cogiendo mayor protagonismo.

El nombre Heisenberg lo elige a partir del científico que desarrolló “El Principio de Incertidumbre”, según el cual uno no puede estar seguro de lo que va a ocurrir porque siempre hay alguna variable que no se puede controlar, lo que sirve para reafirmar el sentido de la narración y la propia actividad que desarrolla Walter White.

Vince Gilligan fuerza al espectador a colocar en distintos compartimentos sus emociones al dibujar a Walter White entre las cosas buenas y malas que va haciendo, combinando las acciones criminales cuando actúa como Heisenberg y las acciones bondadosas de Walter White, como son su propósito para proveer a su familia o cuando reaparece su enfermedad.

Se induce a los espectadores a maravillarse por su habilidad, aunque sea maquiavélica, de salirse con la suya, aunque se vean retados constantemente con acciones que los pongan en alerta respecto a la bondad de sus acciones. Una cosa es asesinar a criminales, otra es dejar morir a la novia de Jesse, perpetrar la muerte de Gale, envenenar a un niño... Se produce entonces la percepción de un cambio de objetivo en Walter White, se deja traslucir su empoderamiento y su necesidad de demostrar su hubris. La complejidad moral de las emociones que siente el espectador es cada vez mayor a medida que avanza la serie. Algunos seguirán deslumbrados por sus habilidades y podrán incluso olvidarse de sus propias creencias morales y responder positivamente a las acciones y motivaciones que tiene, pero las simpatías que sentían por su situación y sus motivaciones narradas y vividas en positivo se van transformando en tan solo empatía, por su creciente beligerancia, agresividad y villanía.

Bentham observa que el cambio producido en el espectador viene de dos formas distintas: una, por la sincronización que se da entre las emociones del espectador y los sentimientos de arrogancia y competitividad de Walter White. La otra resulta más compleja porque revela la forma en que la empatía impacta en la audiencia: la aceptación de la empatía

en un modo narcisista por la identificación con el peor de los comportamientos de Walter White, que permite a los espectadores obtener placer a través de las transgresiones que muestra la narración.

El espectador entonces renuncia a sus valores, sus principios morales para conseguir placer y satisfacción emocional a través de la narración. Se puede equiparar con el placer que se disfruta al ver películas de terror, la denominada estética del terror, seguir con las emociones que siente para prolongar su hedonismo psicológico, entendiéndolo como el “egoísmo psicológico”⁴⁰⁹, cuya teoría sobre la motivación afirma que todos nuestros deseos últimos están dirigidos hacia nosotros mismos. Los deseos orientados hacia los demás sólo suceden de forma instrumental, porque tendrán ramificaciones o consecuencias positivas hacia nosotros.

El cambio que sufre el espectador con respecto a sus emociones hacia un personaje puede trasladarse hacia otro/s personajes de la misma narración, así Bentham⁴¹⁰ habla del personaje de Jesse como el “**deuteragonista**”, el segundo personaje más importante de una obra, que hace el recorrido inverso que su mentor Walter White. Jesse refuerza la empatía de la audiencia, hace una función importante de identificación con aquellos que han tenido que lidiar con un joven controvertido, su falta de esfuerzo en el colegio, su incompetencia como traficante, los errores que debe enmendar Walter White. A pesar de ello, los espectadores se involucran con Jesse gracias a la representación cómica que hace Aaron Paul y la caracterización del personaje, que incluye su frase recurrente “*Yo bitch!*”, muy utilizada y reconocida por la audiencia. El placer que supone ver a Jesse hace que se gane la simpatía del espectador, que va creciendo a medida que se le ve más vulnerable, su naturaleza cariñosa, su sufrimiento con la muerte de su novia, su sensibilidad para con los niños y su inocencia. Su subordinación a la figura paterna de Walter White le presenta a él mismo como un niño, a lo que cabe añadir la desesperación que muestra cuando Todd mata al chico de la bicicleta y hace que entonces decida alejarse de Walter White. A pesar de ser como es, la identificación con Jesse a veces se pone en riesgo, como cuando acude a rehabilitación e intenta vender droga.

Por otro lado, Hank, el cuñado de Walter White, el agente de la DEA y en principio uno de sus antagonistas principales, también sufre una evolución en la narración y se puede considerar como el “**tritagonista**”, es decir, el tercer personaje más importante de la

⁴⁰⁹ SOBER, E. “Did Evolution Make us Psychological Egoists?”. En *From a Biological point of View: Essays in Evolutionary Philosophy*. Nueva York: Cambridge University Press. 1994.

⁴¹⁰ BENTHAM. En NELEMS y THEO. Op. Cit. 2018. p177.

obra. La identificación con Hank al final de la serie también se ve potenciada. La progresión emocional del espectador puede considerarse que empieza sintiendo antipatía, por la amenaza que supone para Walter White, no solo por ser de la DEA y representar un freno para desarrollar su actividad con la metanfetamina azul, sino también por el papel que desempeña en el propio seno familiar, donde ejerce de padre a Walter Jr. Recuerda su presentación como el macho alfa, fanfarroneando de su trabajo y mostrando su menosprecio hacia Walter White. A medida que avanza la narración muestra una cara más amable, familiar y dependiente, ve su vida amenazada, sufre ataques de pánico y, a pesar de eso, sigue siendo un marido entregado que cuida a su mujer, a sus sobrinos, a su cuñada e incluso a Walter White. Tal y como señala Douthat⁴¹¹, puede considerarse que Hank acaba convirtiéndose en el **auténtico héroe de la serie**, y los espectadores acaban simpatizando con él, con sus motivaciones para acabar con Walter White/Heisenberg.

Por todo ello, Bentham⁴¹² concluye que las relaciones que se desarrollan en *Breaking Bad* son confusas entre los personajes, entre su moralidad y sus circunstancias, y que representan un reto para los espectadores. Supone la oportunidad de desafiar la valoración de estos personajes criminales en la cultura popular, poniendo también en alerta a los espectadores sobre el papel que ellos mismos juegan en la transigencia a través de una empatía/simpatía cambiante. Y, lo más importante, les hace ver la premisa de la serie: Los héroes y villanos no son absolutos, y la belleza y el horror existen en la condición moderna, muy a pesar nuestro.

4.3.4.2. Episodio a episodio: *Breaking Bad*, la narración, el espectador y sus emociones

Tanto Sepinwall⁴¹³ como Guffey y Koontz⁴¹⁴ repasan cada uno de los episodios de *Breaking Bad*, detallan algunos de esos momentos que apelan al espectador y a sus emociones y permiten dilucidar cómo las emociones del espectador se van moviendo entre los personajes a través de la brillante creación de la narración.

Sepinwall, reputado crítico de televisión, escribe: “Because the series was told from Walt’s point of view”⁴¹⁵. Inició su Carrera en el periódico de Nueva Jersey *The Star Ledger*. Su

⁴¹¹ DOUTHAT, R. Op. Cit. *The New York Times*. 18 de septiembre 2013.

⁴¹² BENTHAM. En NELEMS y THEO. Op. Cit. 2018. p183.

⁴¹³ SEPINWALL, A. Op. Cit. 2017.

⁴¹⁴ GUFFEY y KOONTZ. Op. Cit. 2014.

⁴¹⁵ SEPINWALL, A. Op. Cit. 2017. p276.

labor como creador de reseñas de series de televisión la define con la voluntad de recordar a los espectadores los chistes, los momentos dramáticos, por qué funciona o por qué no funciona una escena, hacer recapacitar a través de su análisis del significado más profundo que pretende la serie. Reconoce su fascinación por *Breaking Bad* y buena muestra de ello es la publicación de este libro que recoge las reseñas de todos los episodios de la serie que publicó, tanto en el *The Star Ledger* como en *HitFix.com* (ahora *uproxx.com*). Algunos escritos pretenden mejorar la experiencia emocional, otros, aportar una mayor profundidad del significado del episodio o ensalzar alguna dirección o actuación brillante.

Temporada 1

“Pilot” (T1/E1)

El episodio piloto, como ya he indicado, es fundamental para establecer el universo, el tono y las expectativas de la serie. La estética cinematográfica apela al espectador y lo sitúa en una narración que le predispone para obtener un placer estético. Sepinwall quiere destacar el maravilloso plano *in media res* y surrealista de los pantalones flotando en el aire. Dice que sirve, más allá de ser un plano sublime, para mover la historia hacia adelante y establecer uno de los múltiples temas de la serie, además de constituir una metáfora visual, a la que el espectador podrá dar sentido a medida que avance la narración. Ya deja claro al espectador que va a ver algo nuevo y sorprendente a nivel estético. Más adelante destaca el discurso que hace Walter White delante de la clase para explicar qué es la química: “el estudio del cambio”. También sirve para explicar a los espectadores de qué va a ir la serie, el cambio que va a sufrir Walter White, además de dejar claro que es un hombre de ciencia, vive rodeado de ciencia y sus justificaciones se producen a través del raciocinio de un científico. La metáfora visual de que va a pasar a la acción es la escena en que va encendiendo una cerilla tras otra, admirando por un lado la respuesta científica del roce de la cerilla y por otro lado insinuando que está a listo para ponerse en marcha e iniciar la acción.

A lo largo de todo el episodio se plantan diversas semillas al espectador que ayudan a despertar su simpatía hacia **Walter White**, su situación presenta una vida de desilusión, es un científico poco valorado, con una mujer que lo machaca, un cuñado fanfarrón que lo desprecia, con una casa triste y gris y diagnosticado con un cáncer terminal. Pero también el episodio da pistas de que existe **otro Walter White** que se puede sentir empoderado, como cuando arremete contra los estudiantes que se burlan de su hijo o cuando somete sexualmente a Skyler, dejándola sorprendida y preguntándose si es él. A lo largo del episodio, se trata de despertar el interés del espectador para seguir viendo la

serie, y descubrir qué ha sucedido y querer ver qué va a suceder. En definitiva, se planta la semilla de la simpatía, tanto por cómo se presenta a Walter White, como por los distintos audiovisuales que se emplean para seducir al espectador.

“*Cat’s in the Bag...*” (T1/E2)

Si bien el primer episodio sienta las bases narrativas de un Walter White enfermo, que va a cocinar metanfetamina, el segundo episodio marca la manera cómo se va a contar la historia de Walter White, cómo la serie se va a ir desarrollando. El espectador deberá detenerse y disfrutar de los momentos intermedios, previos a la acción, ya que la serie se va a recrear en ellos, mostrando un proceso lento de adaptación a este mundo tan extraño y alejado de una vida corriente como es el mundo de la droga, provocando una identificación de los espectadores. Un ejemplo de la recreación en los momentos intermedios es el hecho de recrearse en cómo se deshacen del cuerpo de Emilio. Normalmente en las narraciones audiovisuales no se muestra lo que sucede con el muerto, suele salir solo el crimen y después ya está todo limpio y ordenado. *Breaking Bad* considera que estos momentos son importantes para la audiencia y ofrece un contenido distinto, invita a un ritmo pausado para que se pueda pensar y dar sentido a cada detalle. Por otro lado, al mostrar a Walter White y a Jesse poco competentes como criminales, que cometen errores, siembra también la simpatía a su favor, que se incrementa hacia Walter White con la visita para ver la ecografía del bebé, y recordar al espectador que está enfermo y que seguramente no podrá ver a su hija crecer.

“*...And the Bag’s in the River*” (T1/E3)

En este episodio se introduce un tipo de imagen que será un sello de *Breaking Bad*, se conocen con el nombre de ***Breaking Bad shots***, unas tomas que rompen la cuarta pared y ofrecen unas imágenes insólitas, poniendo la cámara desde un punto de vista que parece imposible, como cuando limpian los restos de Emilio. La cámara, entre los personajes y el espectador, hace que ésta se sienta visualmente cómplice de esta acción, además de apelar al reconocimiento, no solo de la crítica, sino también de los espectadores, de los valores estéticos de la narración, e incrementando el placer estético, que ayuda a la adhesión con la narración. En este episodio, Walter White se va a enfrentar a la muerte de Krazy-8 junto con la audiencia, y se hace de forma que trata de humanizar al criminal. De hecho, es la primera persona a la que cuenta que tiene un cáncer terminal y eso permite que no se le vea solo como un criminal, y una amenaza para Walter White, aunque más tarde se muestre al espectador que sí era una amenaza y que la decisión de

asesinarlo parece la correcta para que siga la narración. El juicio moral de la acción de Walter White que hace el espectador también puede pasar por la justificación: salvar a Walter White o a Krazy-8.

“Cancer Man” (T1/E4)

Después de dos episodios limpiando el berenjenal que han montado Walter White y Jesse, este episodio cambia el registro y se centra en otros líos, en concreto, en la vida familiar de cada uno de ellos. La narración sigue buscando la identificación del espectador al introducir los temas familiares. Mientras Walter White trata de lidiar con la reacción a su confesión de que padece un cáncer terminal, Jesse trata de volver a casa de sus padres. De esta forma el espectador obtiene información de sus relaciones familiares y se trabaja la empatía del espectador. Otra vez la serie vuelve a bajar la intensidad de las acciones para mostrar los momentos intermedios, a través de detalles que enriquecen la narración, aportan datos importantes y se muestra el tono que quiere ofrecer la serie al espectador. El ofrecimiento de Hank para cuidar a la familia cuando Walter White no esté enseña su furia apenas contenida y la sensación de emasculación se transmite en su cara. La relación de Jesse con sus padres y su hermano dan detalles de su bondad, ya que en el fondo no deja de ser un niño, trasladando al espectador la idea de la relación paterno filial con Walter White. La escena donde Walter White hace volar por los aires el coche de *Ken Wins*, solo por el placer de fastidiar al personaje arrogante que lo conduce, hace que el espectador se divierta y comparta la idea, no está tan mal fastidiar a un “chulo playas”. La reacción de Walter White refleja su empoderamiento otra vez y deja traslucir el nuevo Walter White que está por venir. Siembra el interés en el espectador para ver el **desarrollo del personaje**. En el análisis de este episodio, Sepinwall⁴¹⁶ cuenta que el personaje de Jesse no debía sobrevivir a la primera temporada, pero Vince Gilligan abandonó esa idea al ver el resultado de la actuación de Aaron Paul, así como la química que se desarrollaba entre Jesse y Walter White, entre Aaron Paul y Bryan Cranston.

“Gray Matter” (T1/E5)

Este episodio parece marcar un **punto de no retorno** en el camino que ha decidido emprender Walter White, aunque el espectador esté inclinado a perdonar sus pecados, por la empatía que se le ha despertado. Así se le ha guiado, para que esté inclinado a comprender que esté “cocinando” droga, que haya cometido asesinatos, que haya mentido, que esté manipulando a Jesse. Son actos de un hombre desesperado, enfermo y

⁴¹⁶ Ibidem, p39.

sin dinero. Pero en este episodio se le ofrece la oportunidad de poder proveer a su familia y tener cobertura sanitaria para tratar el cáncer, sin necesidad de seguir la senda criminal y su orgullo le impide aceptar la ayuda que se le ofrece. El espectador puede verse inclinado a dudar de su apoyo y simpatía. Al revelar el pasado de Walter White, del camino que dejó en su juventud al alejarse de los Schwartz, el espectador espera que pueda volver con ellos, pero eso no sucede. El espectador puede ver en la cara de Walter White cuál será su respuesta en cuanto Elliott Schwartz le ofrece su ayuda y le sugiere lo de la cobertura médica.

En este episodio se juega con el nivel de la información que se ofrece al espectador, nunca dejando muy claro porqué dejó la empresa *Grey Matter*, ni qué relación hubo con Gretchen Schwartz, ni que pasó entre ellos. Peter Gould, co-productor ejecutivo de la serie, explica a Sepinwall⁴¹⁷ que en el mapa que se desarrolla para escribir el guion sí está todo pensado pero el espectador nunca llega a poseer esta información. Entra entonces en juego la labor del espectador de hacer hipótesis, despertando el misterio y la intriga. Walter White decide seguir “cocinando” con Jesse, no quiere la ayuda de nadie, el espectador comprende -y puede compartir- que quiera ser independiente y conseguirlo por sí solo. Además de despertar el interés por ver cómo con su alianza con Jesse va a desarrollarse; parece que es el socio subordinado perfecto, no en vano lo llama “Mr. White”. Aunque también se dibuja un contraste muy grande entre ellos, se plantea esta relación de dependencia, Walter White necesita a Jesse y Jesse necesita a Walter White.

“*Crazy Handful of Nothin*” (T1/E6)

En los cuatro primeros episodios, el último ha tratado de establecer más profundidad en los personajes y su situación y la relación que va a desarrollarse entre Walter White y Jesse. El quinto vuelve a meterse de lleno en el mundo de las drogas y de la violencia. La nueva caracterización de Walter White con la cabeza rapada, indica al espectador un paso adelante, un cambio: la leyenda de Heisenberg empieza. Walter White adopta el sobrenombre del creador del Principio de Incertidumbre. El espectador puede verse sorprendido por su nuevo aspecto y despierta sus ganas de ver a dónde le llevará. No tarda en averiguarlo en el enfrentamiento de Tuco Salamanca y Walter White, donde aplica su ingenio a lo *Mcgyver*, y sirve para generar de nuevo la simpatía en el espectador por Walter White. Tuco es un criminal mucho peor que él, además no es muy astuto y el espectador celebra que se vea superado. Se suma la cara de satisfacción de Walter White, parece que se está ganando el respeto de la gente y se le ve feliz con su nueva realidad. El espectador

⁴¹⁷ Ibidem, pp42-43.

se ve inclinado a compartir esta felicidad.

“A No Rough-Stuff-Type Deal” (T1/E7)

Hay que recordar aquí la importancia de la huelga de guionistas que se dio en Estados Unidos. Debieron interrumpir su trabajo, con lo que muchas series vieron truncadas sus temporadas, entre ellas *Breaking Bad*. La baraja estaba de su parte, *Breaking Bad* tenía siete episodios emitidos y podía competir en los *Emmy*, eso permitió a Bryan Cranston obtener su primer premio. Vince Gilligan reconoce que la huelga les vino bien para no desarrollar ciertas ideas que tenían y que hubiesen dejado la narración comprometida de una forma que hubiese limitado su camino.

Esto sirve para situar el contexto de este último episodio que resulta ser el último de la temporada por circunstancias externas. Ello hace que narrativamente no resulte tan potente como hubiese podido ser si se hubiese podido realizar con normalidad. La narración sigue planteando la poca competencia de Walter White y Jesse en el mundo de la droga en que han decidido meterse. La narración sigue presentando los personajes familiares y sus defectos, como con Marie y su cleptomanía. Al final del episodio se muestra una escena muy violenta en la que Tuco mata a uno de sus hombres por una simple tontería. Como *cliffhanger*, deja mucho que desear, pero sí establece el tono del mundo en que se han metido los protagonistas y deja al espectador con ganas de saber cómo se lo montaran a partir de ahora para salir de este embrollo. Aquí se produce una **diferencia clara de percepción** entre el espectador semanal, que sigue la serie a tiempo real y el que hace *binge watching*, ya que inmediatamente encuentran la resolución, no deben esperar meses para saberlo.

Temporada 2

“Seven Thirty-Seven” (T2/E1)

El episodio empieza exactamente donde se había terminado la temporada anterior, dejando claro al espectador que va a seguir viendo la misma serie, con las mismas intenciones a nivel narrativo, deteniéndose en los momentos intermedios y apelando a su paciencia para ver cómo se va a ir desarrollando la trama. Buena muestra de ello es el empleo que hacen del *teaser* del episodio, éste empieza con unos segundos que descolocan al espectador, unas imágenes en blanco y negro y un oso de peluche flotando. A estas alturas, el espectador ya ha aprendido que tiene que ser paciente, que la narración le irá desvelando el sentido de estas imágenes; la imagen metafórica del ritmo del caracol recalca metafóricamente el ritmo de la narración. Se vuelve a producir una escena sexual

entre Walter White y Skyler, pero resulta un tanto desagradable para el espectador, y demuestra que Walter White está llevando a casa el estilo Heisenberg. Deja el sombrero en el coche, pero el espíritu criminal va con él. El espectador puede tratar de entender la situación de Walter White, de su necesidad de demostrar su poder y de buscar el respeto, pero las acciones con su familia pueden suponer un reto para mantener su lealtad incondicional. La narración continua con el juego del nivel de información entre Hank y Walter White. El placer estético y el juego de contrastes de la serie continúan, esta vez con el montaje con las escenas de la producción del ricino, un montaje estético que contrasta con la finalidad que tiene, matar a Tuco.

“Grilled” (T2/E2)

Este episodio muestra momentos muy claustrofóbicos que se intentan trasladar al espectador, y le permite fácilmente ignorar las atrocidades que está cometiendo Walter White, y así seguir con su simpatía hacia él: simplemente porque es el protagonista y además está en peligro, en manos del histriónico Tuco, que va esnifando droga durante todo el episodio. Se añaden además escenas de humor entre Jesse y Walter White y el terror se hace más llevadero para el espectador. Se juega con la capacidad de comunicación de Tío Salamanca, que parece que no está pero que luego se revela como una auténtica amenaza. La representación de Walter White con las manos estrujando su cráneo, intentando encontrar una idea para matar a Tuco, puede recordar esas escenas de *Vickie el Vikingo*⁴¹⁸ (*Chístna baikingu Bikke*) que se frotaba la nariz para tener ideas. Él se estruja la cabeza literalmente. Al final del capítulo Walter White y Jesse son salvados por Hank, que irónicamente ignora por completo que lo está haciendo. Se representa una escena típica de tiros de *western*. Se vuelve a dejar en suspense al espectador para que se plantee sus hipótesis de qué va a poder descubrir Hank tras este tiroteo. Walter White lleva todo el episodio fuera de casa, Skyler está sola y desesperada buscándolo, el espectador se pregunta cómo va a justificar esta ausencia. Sepinwall⁴¹⁹ nos recuerda que el actor que encarnaba a Tuco estaba trabajando en otra serie y eso hacía incompatible su presencia en las dos series a la vez, así que se tuvo que terminar con el personaje mucho antes de lo que se pensaba, haciendo improvisar a los guionistas.

“Bit by a Dead Bee” (T2/E3)

Cabe destacar el contraste de las imágenes entre la sensación de claustrofobia que intenta

⁴¹⁸ *Vickie el vikingo* (*Chístna baikingu Bikke*, ZDF, 1972-1974) [Serie de animación] Creador: Hiroshi Saito.

⁴¹⁹ SEPINWALL, A. Op. Cit. 2017. p61.

reproducir el episodio anterior y éste, donde se muestra a Walter White y Jesse deambulando por el desierto en unas imágenes estéticas que juegan con la desproporción de la inmensidad del paisaje con las dos figuras diminutas deambulando. Otra vez se incita al espectador a especular, cómo van a salir de esta situación, cómo Walter White va a justificar su ausencia, qué mentira va a confeccionar. La escena de la confesión con el psiquiatra trata de poner al espectador en alerta: ¿Va a contarle todo? Para luego descubrir que tan solo se limita a reproducir y recordar al espectador lo que ya confiesa en el primer episodio de la serie. La escena del interrogatorio con Tío Salamanca parece que va a delatar a Jesse, pero su odio hacia la *DEA* es mayor que el que pueda sentir hacia Jesse y decide no delatarlo, dejando el interrogante en el aire si va a intentar vengarse de otra forma. El recurso narrativo de la música como complemento metafórico se utiliza esta vez cuando Walter White viaja en el autobús, la letra alude a sus pensamientos y quizás a los del espectador. La canción viene a preguntar a dónde le va a llevar esta sucia carretera. Sepinwall⁴²⁰ resalta la idea de que se empieza a introducir la semilla del cambio de percepción del espectador con respecto a Hank, parece que los creadores quieren situarlo como una amenaza seria para Walter White.

“Down” (T2/E4)

Este episodio muestra la relación cada vez más complicada de Walter White y Skyler, que se traduce en una aversión mayor por Skyler por parte del espectador y un mayor apoyo hacia Walter White, a pesar de la gran soberbia que demuestra, que no considera más perspectiva que la suya, no solo ante Skyler sino también frente a Jesse, o incluso por su hijo, durante las lecciones de conducción. El espectador sabe que no puede contarle la verdad a Skyler, sería una bomba de relojería, pero es que tampoco quiere. Su egocentrismo sale a la luz y la percepción del espectador que está viendo la situación de Jesse y sufre por él, casi pide a gritos que Walter White le haga caso. La narración recorre las desgracias que le van sucediendo a Jesse, una tras otra, hasta que termina durmiendo en la autocaravana, todo sucio y desamparado. El contraste en la visita que hace a su colega de clase hace más evidente el mal camino que ha tomado Jesse. No tiene casa, ni tiene dinero, solo una autocaravana que puede utilizar como un laboratorio móvil para “cocinar” la metanfetamina azul. El enfrentamiento físico entre los dos no hace sino evidenciar y dejar claro al espectador lo predestinados que están para seguir juntos, a pesar de todo. Y el espectador no puede sino celebrar esta idea, para que la narración

⁴²⁰ Ibidem, p63.

siga y pueda degustar también los recursos narrativos de una *buddie movie*, que la serie va a emplear.

“Breakage” (T2/E5)

Nos cuenta Sepinwall⁴²¹ que días antes de la emisión de este episodio, llegó la renovación de la serie para una tercera temporada, momento que -dice- parece irónico porque estaban preocupados por los pocos seguidores que tenían y coincide con el aumento de problemas de los personajes en la serie. Hank presenta ataques de pánico; Skyler cada vez se siente más sola; Walter White y Jesse no saben cómo continuar con el negocio. El episodio recurre a realzar estéticamente las imágenes y los sonidos, para mostrar aspectos poco agradables como puedan ser la sesión de quimioterapia de Walter White o la venta de la metanfetamina azul en la calle que hacen los amigos de Jesse. El espectador asiste a una estilización del horror. Ante la falta de dinero, el espectador hace la hipótesis de que estos dos van a seguir “cocinando” droga; las mentiras y el juego con los distintos niveles de información sigue marcando la narración, para que el espectador lo siga, haciendo hipótesis sobre los distintos personajes y el desarrollo de la narración.

“Peekaboo” (T2/E6)

El título del episodio alude al juego de los niños, el “cucú”. Sirve también para introducir el tema de la sensibilidad de Jesse con éstos. El contraste de la escena de Jesse jugando con una cucaracha para que segundos más tarde acabe aplastada por Skinny Pete también viene a recalcar la idea en el espectador que Jesse es un tipo sensible. Y de ahí deriva su incapacidad para llevar a cabo la misión: no es un matón y es incapaz de resolver la situación como se supondría que lo haría un criminal del mundo de la droga. La imagen de la casa de Spooge y Skank enfrenta al espectador con el lado oscuro de la droga. Resulta que la casa es una localización real tal y como explica Sepinwall⁴²², e incluso tuvieron que limpiarla un poco. La realidad es que hay niños que viven en estas condiciones, cuestión que apela directamente al espectador. Se trata de suavizar esta realidad, mostrando la sensibilidad de Jesse hacia el niño, que se recrudece cuando el espectador se da cuenta del abandono que sufre el niño que es incapaz de reconocer el juego del “cucú” con el que Jesse trata de jugar y que éste no sabe ni lo que es. Por otro lado, se muestra el enfrentamiento en la escena en el restaurante entre Gretchen Schwartz y Walter White cuando ella se entera de que ha estado mintiendo a su familia sobre quién

⁴²¹ Ibidem, p66.

⁴²² Ibidem, p71.

está pagando su tratamiento. Muestra el resentimiento mutuo, que lleva al espectador a hacer conjeturas del odio que le tiene. Quizás Walter White la está culpando de sus propios errores. El enfrentamiento tiene el resultado contrario del que ella quería: consigue que Skyler y Walter White tengan una pseudo reconciliación. El primer plano, trata de provocar la identificación del espectador con Walter White, de su satisfacción cuando consigue colarle otra mentira a Skyler sobre la ruina de los Schwartz. Al espectador se le recuerda entonces que Walter White ya decidió en casa de los Schwartz seguir el camino del crimen y la violencia.

“Negro y Azul” (T2/E7)

Jesse sigue alterado por los acontecimientos recientes, pero Walter White lo ve como una oportunidad. Skyler encuentra trabajo y Hank es trasladado a El Paso. Las emociones suscitadas por este capítulo empiezan con el recurso musical del narcocorrido “Negro y Azul”⁴²³ del *teaser*, donde se explicita cómo están de molestos en el Cartel mejicano por la metanfetamina azul y plantean conjeturas en el espectador sobre lo que se puede avecinar. Una explicación más extensa sobre el tema de los narcocorridos se puede encontrar en Guffey y Koontz⁴²⁴. La canción explica que Walter White quiere aprovechar la fama que ha cogido Jesse para imponer su mercancía en las calles, pero no tiene ni idea del camino que está a punto de emprender. Sí el espectador, que comparte con Hank el desfile de la tortuga con la cabeza del Tortuga. Hank en un principio recibe las burlas de sus nuevos compañeros, pero luego reacciona al atentado de forma competente, muestra sus debilidades, pero también su capacidad de reacción, y hace aumentar la apreciación del espectador por este personaje. Cuando Skyler le dice a Walter White que ha conseguido trabajo, el espectador percibe la reacción de éste al ver cuestionada su masculinidad como proveedor de la familia, y también la rabia de no poder contarle que sí que puede hacerlo, que de hecho ya lo está haciendo, provocando que la antipatía que siente por Skyler el espectador pueda aumentar. Por último, el espectador asiste al principio de una posible relación de Jesse con su vecina, el espectador no ve un arrebato sexual o apasionado sino algo más romántico y más inocente, en la línea que pretende generar una mayor simpatía por Jesse.

⁴²³ Star Chained Heart. *Negro Y Azul (The Ballad of Heisenberg)* [Canción] by Los Cuates de Sinaloa [canal de Youtube] 8 de octubre 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=cgOsG12f9p4> Recuperado: 2 de octubre 2018.

⁴²⁴ GUFFEY y KOONTZ. Op. Cit. 2014. pp101-103.

“Better Call Saul” (T2/E8)

En este episodio Walter White y Jesse tienen que gestionar el arresto de Badger y, al mismo tiempo, Hank gestiona su experiencia traumática en Méjico.

A raíz del arresto de Badger se introduce el personaje de Saul, el abogado. Añade un toque importante de humor a la serie que se hace necesario para aliviar al espectador de una narración que se ha vuelto muy oscura. Su labor, además, aporta conocimiento del negocio no solo a Walter White y Jesse, también instruye al espectador. Vince Gilligan⁴²⁵ reconoce la necesidad y el deseo de aportar humor a la serie. Saul muestra ser un personaje que sabe que es un abogado tramposo y eso genera simpatía en el espectador, en contraste con Walter White que es un tramposo y no lo reconoce. La relación que se establece entre Jesse y Jane aporta al espectador más datos para sentir simpatía por éste. Por otro lado, entre Hank y Walter White se produce un cambio con respecto al episodio inicial de la serie, donde Hank era el tipo duro. En este episodio se ve quién hace el discurso de tipo duro, Walter White, y el espectador asiste a la creciente obsesión de Hank para atrapar a Heisenberg y lo posiciona como un claro antagonista. Aun así, el espectador puede ver su simpatía incrementada por él debido al crecimiento del personaje. También se muestra que Skyler lleva unos vestidos muy cortos al trabajo, despertando las sospechas en el espectador de que algo puede ocurrir con su jefe, Ted Beneke y que hace crecer más animadversión hacia el personaje.

“4 Days Out” (T2/E9)

Mientras Walter White espera los resultados sobre la eficacia del tratamiento del cáncer se marcha con Jesse al desierto para hacer una gran remesa de metanfetamina azul. Este episodio permite al espectador ver crecer la alianza de los dos, reproduciendo escenas de las *buddie movies*. Walter White está encantado de hacer de maestro y Jesse de aprender, a pesar de que también se trasluce la tensión que existe entre ambos, y trata de dar la sensación al espectador que la relación pueda saltar por los aires en cualquier momento. Tanto Jesse como el espectador se alegran de que Walter White tenga otro momento *Mcgyver*, reparando la batería para huir del desierto. En este ambiente de confianza, Walter White le confiesa a Jesse que tiene cáncer, incluso llega a reconocer que lo único que ha conseguido para su familia es traer preocupación, decepción y mentiras. Pero el espectador se vuelve a enfrentar al verdadero Walter White. Una vez le dicen que el tratamiento está funcionando, está enfadado, sus justificaciones, sus excusas se han

⁴²⁵ SEPINWALL, A. Op. Cit. 2017. p77.

esfumado y ya no tiene ninguna razón para seguir “cocinando” y todos los actos que ha cometido, todas las normas que se ha saltado parecen no tener cabida. Hace pensar al espectador que la muerte inminente le hacía vivir, pero ahora se pregunta el espectador ¿qué va a hacer? Si sigue “cocinando” sus justificaciones familiares se habrán disipado. El juego de las imágenes del desierto, donde pueden morir deshidratados o del proceso de “cocinar” la metanfetamina azul, que de hecho mata a gente, se presentan de forma estética para generar emociones encontradas, entre la belleza y el horror. Las dos escenas presentan una amenaza, y, sin embargo, se muestran de forma artística, utilizando el montaje acelerado, los *Breaking Bad shots*, posicionando la cámara para que ofrezca unos puntos de vista insólitos y que apelan directamente a suscitar las emociones estéticas del espectador, aumentando su apreciación por la narración.

“Over” (T2/E10)

Walter White trata de ajustar su vida sin cáncer. Su vida con cáncer le ha permitido crecer y cambiar. Ahora muestra al espectador que su egocentrismo, su poder, su orgullo, han venido para instalarse, no parece tener ganas de volver a su vida anterior, y así lo demuestra en la fiesta que le prepara Skyler para celebrar la remisión del cáncer, donde Walter White emborracha a su hijo con tequila y echa la fiesta a perder. Vuelve a salir a la luz algo con lo que el espectador ya está familiarizado: Hank le hace de padre a Walter Jr. Walter White ya no tiene la necesidad de dejar dinero para la familia, ya no está amenazado por el cáncer y se encuentra ante una nueva oportunidad de dejar de hacer la metanfetamina azul. Pero no la va a aceptar. Mientras, la relación de Jesse y Jane hace que el espectador se encuentre con una relación que pretende despertar más simpatía hacia Jesse, mostrando su sensibilidad, romanticismo e inocencia. Por el contrario, el espectador se encuentra a Skyler que empieza a coquetear definitivamente con Ted, su jefe. Esta situación se traduce en un mayor conflicto del espectador, algunos ya no sentían demasiada simpatía hacia ella, pero la antipatía en este episodio se puede incrementar. A la metáfora visual del lápiz introduciéndose en el sacapuntas, pura escuela *freudiana*, como dice Sepinwall⁴²⁶, se suman además otros recursos estilísticos que apelan a la emoción estética del espectador, como el *teaser* en blanco y negro que sigue con la introducción del primer episodio de la temporada, jugando a desconcertar al espectador, o del *Breaking Bad shot* que encuadra una imagen debajo de la sartén en la que está cocinando Jesse o la

⁴²⁶ GUFFEY y KOONTZ. Op. Cit. 2014. p119.

provocación de la confusión de la sal para el tequila, en la fiesta, con la metanfetamina azul.

“Mandala” (T2/E11)

El *teaser* del episodio continua con la intención de confundir al espectador, mostrando a un niño en bicicleta que parece que va a ser la víctima, cuando en realidad resultará ser el asesino.

En este episodio, la tentación llama a la puerta de tres personajes, para Walter White se trata de seguir “cocinando” la metanfetamina azul para seguir haciendo dinero, Jane que lleva meses sin probar la droga se ve tentada por la heroína que le ofrece Jesse y para Skyler la tentación será Ted. Sus rostros muestran al espectador su voluntad de resistir y hacer lo correcto, involucran emocionalmente al espectador, pero poco podrán hacer para no caer en la tentación. Así lo acepta el espectador para seguir obteniendo placer con la narración. Walter White decide seguir con el negocio, Jane no podrá dejar de lado la heroína que toma junto a Jesse, que llora la muerte de su colega Combo. La creación de la metáfora visual con la ventana y los paneles que salen con la sombra de la luz, reflejando la idea de la prisión que supone estar enganchado a la droga, ponen en alerta al espectador. Walter White deja que Saul le introduzca a Gus, un verdadero capo de la droga, cuya expresión facial deja claro al espectador que está delante de un tipo peligroso, de los que asesinan a sangre fría sin que se le mueva una pestaña. La fascinación de Walter White se hace evidente al obviar las llamadas y mensajes insistentes que le manda Skyler y que trata de avisarle de que el bebé está por llegar. Deja claro al espectador que antepone el mundo de la droga a la familia, su nueva asociación empresarial con Gus pasa por delante de su hija.

“Phoenix” (T2/E12)

Episodio que marca mucho las emociones del espectador, que, tal y como señala Sepinwall⁴²⁷, es donde verdaderamente se puede producir un enfrentamiento entre los espectadores de *Breaking Bad*. Aparecen los fans de Walter White, que recibirán el sobrenombre de los *Bad Fans*, el neologismo creado por Emily Nussbaum para referirse a aquellos que son fans incondicionales, a pesar de todo, de Walter White.

El espectador se encuentra con el contraste de la felicidad de todos por la llegada del bebé, por Walter Jr. y el éxito de la web⁴²⁸ que ha hecho para recoger fondos para el tratamiento

⁴²⁷ SEPINWALL, A. Op. Cit. 2017. p87.

⁴²⁸ AMC Network Entertainment. www.savewalterwhite.com [Página web] 2010-2013. Recuperado: 2 de julio 2018.

de su padre. Todo son muestras de la voluntad que tienen todos por ayudar pero el espectador observa que Walter White no soporta. La caridad puede con él, no soporta que lo consideren incapaz de mantener a la familia, si bien el espectador ve que está obsesión solo está en su cabeza. Por otro lado, Jesse y a Jane han entrado en una espiral de drogadicción: el padre de Jane arremete contra ellos pero Jane lo manipula al igual que a Jesse, e incluso trata de hacerlo con Walter White, al que chantajea con denunciarlo si no le devuelve el dinero de Jesse. Queda claro que Jane representa, una amenaza. Y eso lleva a Walter White a dejarla morir, en la escena más cruel de *Breaking Bad*. El espectador ve como Walter White deja que muera ahogada por su propio vómito. Si bien es cierto que no la asesina con sus propias manos y seguramente no sería legalmente condenado, moralmente tiene sangre en sus manos. Al intentar despertar a Jesse, Jane acaba rodando, queda boca arriba y vomita. El espectador ha visto que Walter White sabe, por una escena anterior con su hija, qué debe hacer cuando se presentan los vómitos y ante la mirada atónita de los espectadores no reacciona, se queda impasible, no la pone de lado. Se queda de pie, mirando como muere. Esta escena despierta el mayor debate y rencor entre los espectadores, algunos podrán decir que Jane se lo ha buscado, es una drogadicta, estaba llevando a Jesse por el mal camino, era una amenaza para Walter White y la propia narración. Para otros, no es lo mismo disparar una pistola, envenenar a alguien que dejar que muera ahogada. Para otro grupo es simplemente detestable. Las lágrimas que derrama Walter White pueden tener más que ver con la autocompasión. Para muchos esta escena evidencia que es un ser malévolo, de que no hay vuelta atrás, de cuan innecesario era, de cómo su orgullo le está llevando por un camino devastador, y no deja lugar a ninguna duda de que el espectador se encuentra delante de un villano. La confusión de emociones para el espectador, que empezó sintiendo no solo empatía sino también simpatía por el devenir de Walter White se enfrenta ahora a la idea de que ha estado apoyando a un auténtico criminal.

“ABQ” (T2/E13)

Empieza con el cuarto *teaser* en blanco y negro de la temporada y por fin cobra todo el sentido para el espectador. Se resuelven las preguntas de quién son los cuerpos y qué es lo que ha pasado.

El espectador se encuentra a un Jesse desolado, da la sensación de que se ha rendido y que su vida ya no tiene sentido, aunque consiguen meterlo en rehabilitación. La muerte de Jane, provocada por la desatención de Walter White, también ha destrozado la vida de su padre. El rostro de desolación se hace evidente en el espectador, un controlador

aéreo que se reincorpora demasiado pronto al trabajo, que provoca un terrible accidente entre dos aviones y que termina con centenares de muertos.

Walter White admite a Skyler que la ha estado mintiendo, lo que provoca que ésta se enfurezca y decida marcharse de casa. Por su lado, Hank que ha ido creciendo como personaje, hace que el espectador lo mire con otros ojos y a la vez que disfrute de la ironía dramática que desarrolla la narración, porque éste no puede ver lo que tiene frente sus narices y que no puede ni llegarse a imaginar.

En este episodio entra en acción Mike, un personaje importante, y que tal y como comenta Sepinwall⁴²⁹, se produce de forma casual. Por un compromiso en otra serie, el actor que interpreta a Saul no puede actuar y la acción de limpiar el desastre de la muerte de Jane se le encarga al personaje de Mike. Su intervención tenía que ser momentánea, pero desemboca en una participación mayor.

Guffey y Koontz⁴³⁰ relatan detalles estéticos del episodio, como el *teaser* que acaba de completar la serie que hemos visto a lo largo de la temporada, la utilización del *Breaking Bad shot*, esta vez desde el colchón de Jesse que además trata de confundir al espectador, los gemidos parecen de un acto sexual y son de la desesperación de Jesse para revivir a Jane. Pero el punto de vista más brillante es el del ojo del oso de peluche cayendo desde centenares de metros hasta la piscina de Walter White. Otra vez la descripción de un momento terrible se traduce estéticamente.

Temporada 3

“No más” (T3/E1)

Breaking Bad juega constantemente a asombrar al espectador. Una vez más, al principio de este episodio aparecen unas imágenes desconcertantes donde unos tipos se arrastran por el suelo del desierto, se detienen y pronuncian una oración frente a un tótem que sorprendentemente representa a Heisenberg (Walter White) dibujado a lápiz. Pronto se revela que son los Primos Salamanca del Cartel mejicano que hacen poner al espectador en alerta. Parece que las cosas se van a complicar para Walter White y Jesse. El espectador sufre por la tristeza y sentimiento de culpa de Jesse por la muerte de Jane y se enfrenta a la soberbia de Walter White, incapaz de ver todo el daño que está causando. Sigue mintiéndose a sí mismo y viviendo en el auto engaño, aunque parezca que tenga un momento de reconocimiento de culpa, cuando quema el dinero. El arrepentimiento dura poco y rápidamente trata de sofocar el fuego.

⁴²⁹ SEPINWALL, A. Op. Cit. 2017. p93.

⁴³⁰ GUFFEY y KOONTZ. Op. Cit. 2014. p137.

“Caballo Sin Nombre” (T3/E2)

Walter White sigue sin querer aceptar el daño que ha hecho a los que le rodean. Es obvio lo mucho que afecta a Skyler, provocando que se distancie de su propio hijo, que está sufriendo, y también del espectador. Walter Jr. no puede despertar otra cosa que simpatía. Se hace evidente para el espectador la difícil situación de Skyler. No puede revelar la verdad a riesgo de perderlo todo y verse involucrada, la ironía dramática de la situación de Walter White que dice hacerlo todo por la familia, cuando en realidad lo que está sucediendo es que la está sacrificando. Aunque también el espectador percibe el lado oscuro de Skyler cuando decide ayudar a Ted a maquillar las cuentas, haciendo un poco de Saul. El momento más terrorífico para el espectador y no para Walter White, que no se da cuenta, es cuando los Primos están sentados en su cama con un hacha en la mano, preparados para acabar con él. Le llega un mensaje de Gus a tiempo para salvarlo, aunque irónicamente no será consciente. Es una escena que apela solo y exclusivamente al espectador. Una escena que transmite la inconsciencia de Walter White. Por otro lado, el espectador ve el lado más villano de Jesse, aceptando que es el malo de la película, ha decidido echar a sus padres de su casa y alejarse de la inocencia que había reflejado hasta ahora.

Las emociones estéticas y metafóricas vienen entre otras cosas por el *time lapse* con las imágenes del desierto, dejando entrever que algo ha sucedido entre el episodio anterior y éste, además del uso de los ángulos picados y contra picados para intensificar el terror que suponen los Primos. Los efectos del cáncer en el cuerpo de Walter White son evidentes además como metáfora del cambio. La cicatriz denota un cambio más profundo, no como cuando se rapa la cabeza que supone un cambio más estético.

“I.F.T” (T3/E3)

Es, quizás, el episodio con menos presencia física de Walter White. No es que esté ausente, sino gira más entorno a hablar sobre él que él actuando. En general, parece que todos están esperando a ver cuándo muere. Se presenta al espectador con dos posibilidades: o bien Walter White acaba vencido por el cáncer o bien Gus deja que lo hagan los Primos. El episodio insiste en dejar ver al espectador el daño que ha causado a su alrededor, presentando a Jesse en una escena que le deja el corazón partido, repitiendo llamadas al teléfono de Jane, solo para oír su voz. Una vez desactivan el teléfono, Jesse desesperado, se va solo al desierto a “cocinar” metanfetamina azul, demostrando su habilidad para seguir las lecciones que ha recibido de Walter White. El espectador ve a Hank desbordado por el estrés post traumático, causado sobre todo por el enfrentamiento con Tuco

Salamanca, culpa también de Walter White. Por último, Skyler solo piensa en vengarse de él y decide hacerlo de la peor manera, cometiendo adulterio, que se hace explícito en el título del episodio "*I Fucked Ted*", abreviado con el uso de las iniciales de la frase. Walter White le muestra el saco de dinero que ha ganado e intenta racionalizar que todo lo que ha hecho es para la familia.

El *teaser* del episodio da información al espectador sobre el pasado reciente de algunos personajes secundarios que ayudan a enriquecer la narración, aportando detalles que le dan una mayor profundidad.

***"Green Light"* (T3/E4)**

Los intentos de Walter White para controlar su vida no acaban de funcionar, mientras Jesse vuelve a "cocinar" y Hank se enfrenta a la dificultad de tomar la decisión de quedarse en Albuquerque o volver a El Paso.

En este capítulo el espectador asiste a la combinación que hace *Breaking Bad* de la comedia y el drama, pero no se puede obviar que a medida que Walter White ha iniciado el descenso al infierno también lo ha hecho la serie, que se ha ido volviendo más oscura. La serie tiene momentos cómicos como la escena de la pizza, el papel que va desempeñando Saul, o mostrando el lado más patético de Walter White, así se traduce de la expresión de Mike cuando asiste a la conversación entre Saul y Walter White, como dos niños pequeños. La pareja Walter White y Jesse también aporta momentos cómicos, ayudando al espectador a soportar la deriva que está tomando la serie. Hank se vuelve a poner alerta con la metanfetamina azul, se hace evidente que el espectador posee más información que Hank sobre lo que sucede y piensa en la sorpresa que supondría para éste saber que es su propio cuñado el que está detrás de todo. Su obsesión con pillar a quien está detrás de la producción de la metanfetamina azul le sirve como excusa ante su jefe para no volver a El Paso. El espectador evidencia la crisis que está sufriendo y ve la crisis de identidad del personaje, él siempre tan seguro de sí mismo ahora lleno de incertidumbre, puede además provocar un aumento de la simpatía por el Hank.

Aunque Jesse se muestra confiado, el espectador no sabe muy bien si es porque definitivamente ha adoptado el papel de chico malo, o todavía está bajo los efectos de la muerte de Jane. Eso sí, consigue hacer una metanfetamina azul tan pura como la de Walter White, generándole un ataque de celos. La amenaza de los Primos sigue presente. Guffey y Koontz⁴³¹ destacan el uso de la cámara en mano para enfatizar la tensión en el momento en que el policía se acerca al mostrador cuando Jesse está ofreciendo la

⁴³¹ *Ibidem*, pp168-169.

metanfetamina azul a la dependienta. También resalta la escena sexual entre Ted y Skyler, que consigue crear una mezcla de emociones en el espectador. El adulterio está claro pero también la desafección de Skyler con el asunto. La luz verde se utiliza para reflejar los estados de pánico de Hank y la metáfora visual del semáforo oscilando entre el rojo y el verde, juega a que el espectador le dé el significado si supone que se da luz verde para seguir o no.

“Más” (T3/E5)

El espectador asiste a la disolución definitiva del matrimonio White, con la firma de los papeles del divorcio. El espectador, no obstante, comprueba que comparten una capacidad común en la racionalización y la negación de la realidad. Se muestra al espectador la conversación de Skyler con su abogada como una confesión de lo que piensa que le está ocurriendo en su vida, un recurso poco utilizado por los guionistas de *Breaking Bad*, verbalizar lo que le pasa por la cabeza a Skyler a través de la conversación con un tercero. Se muestra a lo largo de toda la serie el contraste del matrimonio White con el de Hank y Marie. El espectador traduce la relación de éstos como un verdadero matrimonio que tiene sus altos y bajos pero que está construido en el amor, el respeto y el compromiso; el espectador asiste al crecimiento del personaje de Marie, como un apoyo importante para Hank.

Walter White se traslada a trabajar al laboratorio subterráneo que ha construido Gus. Se pasea por las instalaciones maravillado, como un niño pequeño lo haría en su juguetería preferida. El discurso de Gus trata de incidir tanto en Walter White como en el espectador: un hombre debe proveer a su familia, es toda la justificación que necesita éste para seguir “cocinando” y el espectador para seguir apoyándole, pero también se percibe la capacidad de Gus para manipular el exceso de orgullo que Walter White tiene. Naturalmente, es un gancho para mantenerlo atrapado.

“Sunset” (T3/E6)

El *teaser* del episodio pone en alerta al espectador mostrando que los Primos siguen al acecho porque quieren vengar la muerte de Tuco. El espectador se encuentra a Walter White en el laboratorio con un ayudante que le ha proporcionado Gus, Gale, que parece en principio el ayudante ideal. Gale es un enamorado de la química, deseoso de ponerse a las órdenes de Walter White, y que deja desconcertado tanto al espectador como a éste, cuando le recita un poema de Walt Whitman; una semilla que plantan los guionistas que en episodios posteriores adquirirá mucha importancia. Por su lado, Jesse ha seguido

“cocinando” en la autocaravana, con sus colegas. Pero Hank sigue al acecho y el espectador vive con placer una de las escenas que generan hasta ahora más tensión entre Hank y Walter White, con la dosis de ironía dramática correspondiente, porque no sabe que Walter está dentro de la autocaravana. Hank está a punto de entrar, el espectador teme que se ponga fin a su aventura, pero entonces Walter White repite el modo *Vickie el vikingo* y se le ocurre la llamada alertando a Hank de que Marie ha tenido un accidente. El espectador sabe de la relación de ambos y sabe que la llamada surtirá efecto: Hank saldrá disparado hacia el hospital. Una vez se revela que no hay accidente y que Marie está a salvo, se ve la reacción de Hank, que hace sentir al espectador la intensa mezcla de emociones de alivio, rabia y furia que siente. La escena de la destrucción de la autocaravana marca el fin de una etapa, a través de una realización poética, escondiendo el sonido real de aplastamiento con una música melancólica de despedida, donde el espectador intuye que se inicia una nueva etapa y asiste también compungido a su destrucción. La escena entre Gus y los Primos alerta del peligro en que se encuentra Hank, y también pone al espectador en alerta, su vida parece realmente amenazada.

“One Minute” (T3/E7)

El *teaser* del episodio lleva al espectador al pasado para darle información del clan Salamanca, a través de la utilización de una luz amarillenta que revela una situación pasada.

El protagonismo de Hank en todo el episodio ofrece al espectador todo el espectro de emociones posibles. Destaca la furia desenfrenada que le lleva darle una paliza descomunal a Jesse y que deja atónito al espectador, pero hace crecer la simpatía por Hank y aplaude que éste asuma la responsabilidad de sus actos, aunque las consecuencias no le sean favorables. Hank se desmorona, duda de sí mismo, de sus capacidades y así se lo confiesa a Marie, llegando también al espectador. Minutos más tarde vendrá a completar el arco del personaje demostrando coraje y tenacidad y sus habilidades como agente de la DEA. Su enfrentamiento con los Primos, del que sale victorioso, hace que el espectador sienta como el personaje crece y crece también la simpatía por él.

Sepinwall ⁴³² señala esta escena de este episodio como un punto y aparte en la consideración de los fans de *Breaking Bad* como la mejor serie de todos los tiempos. Califica la escena del tiroteo del parking entre los Primos y Hank como una pieza maestra del suspense. El espectador termina el episodio anterior con la amenaza de los Primos y teme que en cualquier momento de este episodio se vea atacado, desde cualquier lugar, en

⁴³² SEPINWALL, A. Op. Cit. 201. p116.

cualquier minuto. Al no ser el protagonista de la narración el espectador puede pensar que tiene una alta probabilidad de no acabar con vida el episodio. La llamada que alerta a Hank pone en el mismo punto, en el mismo nivel mental a Hank y al espectador. La escena recurre a resaltar también emociones estéticas, utilizando una combinación de imágenes ralentizadas y aceleradas.

Por su parte, Jesse hace sentir al espectador y a Walter White la rabia que siente, tanto que éste le pide disculpas y admite algo que podía parecer inconcebible para el espectador, que la metanfetamina azul que cocina es tan buena como la suya, este reconocimiento hace renacer la alianza entre ambos y tiene como consecuencia la expulsión de Gale del laboratorio.

“See You” (T3/E8)

El espectador está con la familia esperando las noticias sobre la evolución de Hank, mientras Jesse también espera para empezar a “cocinar” en el nuevo super laboratorio. Tras la intensidad del episodio anterior este pretende dar un descanso al espectador, mostrando a los personajes que se pasan el rato en espera, en esos momentos intermedios. La rabia de Marie por lo que le ha ocurrido a Hank desemboca en un momento dado contra Walter White, sin una aparente razón de ser para los personajes, pero la ironía dramática de la escena se encuentra otra vez producto del desequilibrio de la información que posee el espectador, que sabe perfectamente que sí es su culpa. El espectador observa cómo Walter White se pasa el capítulo mintiendo, a Gale, a Skyler y a Gus. Éste último es el que ha salido mejor parado del episodio anterior: los amenazantes Primos ya no están, gracias a la destreza de Hank que mata a uno en el tiroteo y a Mike, que acaba con el otro que resistía en el hospital. El espectador es el único testigo de cómo tira a la papelera la inyección que ha utilizado para acabar con su vida, pero también ha visto la mirada de odio y rabia del primo al ver a Walter White, y la muerte de éste proporciona alivio al espectador que sufre por Walter White. Este episodio usa la sorpresa cuando muestra a los médicos intentando salvar la vida de alguien que el espectador piensa que es Hank, para luego resultar que era uno de los Primos. El espectador y Walter White perciben que Gus juega en una liga superior y son conscientes de que representa una gran amenaza.

La metáfora de la biografía de Pablo Escobar que le regaló Hank a Walter Jr. aparece para reivindicar la figura de Hank y también sirve de reflexión para el espectador: siempre se escriben libros sobre los malos y nunca sobre los que consiguen acabar con ellos.

También parece dar pistas de que Hank va a salir de ésta y deja con la incógnita al espectador, si será capaz de ser uno de los que atrapa a los malos.

“Kafkaesque” (T3/E9)

Este episodio resulta ser una lección, tanto para Walter White y Jesse como para el espectador, al asistir a la explicación de cómo funciona el negocio de la droga, desde la fabricación hasta la distribución y el posterior blanqueo de dinero, todo a través de la vis cómica de Saul.

El *teaser* del episodio encadena un anuncio de “Los Pollos Hermanos” con las imágenes de cómo funciona su red de distribución de la droga, los dos negocios de Gus.

La explicación que da Saul pone en evidencia la diferencia de dinero que pueden hacer ellos y Gus provocando una discusión con Walter White. El espectador está asistiendo a la deriva de Jesse que le lleva a querer hacer más dinero vendiendo droga a los adictos que asisten a la terapia de Narcóticos Anónimos. Esto también hace despertar a Walter White para reclamar más dinero a Gus y el diálogo entre ellos pone en evidencia la peligrosidad de éste.

La prueba que le hace el médico para ver la sensibilidad en las piernas de Hank hace pensar en la pesadilla que podría suponer su situación para cualquiera y permite que *Breaking Bad* vuelva a denunciar el tema de la deficiencia del sistema sanitario norteamericano. Hank no ve cubiertas sus necesidades para recibir tratamiento. Skyler es entonces quien toma la batuta, intuye que Walter White tiene algo que ver con lo que le ha sucedido; el espectador, por el contrario, lo sabe al 100%. Impresiona la capacidad de Skyler para inventar la historia sobre los problemas del juego de Walter White, que permite cubrir todas sus mentiras, su ausencia, su doble vida, su orgullo... para así poder pagar el tratamiento de Hank, que deja al espectador tan atónito como a Walter White. Una imagen metafórica potente en este episodio es el plano de la reunión en Narcóticos Anónimos como una imagen metafórica de la Santa Cena haciendo alusión de que Jesse es como Judas, traicionando a sus propios compañeros.

“Fly” (T3/E10)

Es lo que se denomina un *bottle episode*, un episodio embotellado. Se suele utilizar para emitir un episodio intentando controlar los costes de producción. De hecho, en el episodio solo figuran Walter White y Jesse.

En un tono de comedia nos presenta a Walter White y Jesse persiguiendo una mosca, que creen que va a contaminar su producción. Es, quizás, el episodio más psicológico que trata de explicar al espectador los pensamientos de Walter White, tratando de racionalizar

todo lo que ha hecho y lo que se intuye que va a continuar haciendo. Todas las muertes que ha causado, todas las desgracias que ha provocado le llevan a cuestionarse el momento ideal en que debía haber muerto para que muchas de sus acciones no hubiesen tenido lugar. Hay un momento que el espectador teme que vaya a confesarle a Jesse su implicación en la muerte de Jane. El episodio juega con la metáfora de la contaminación del laboratorio y lo contaminado que está Walter White. Aunque Jesse consigue acabar con la mosca del laboratorio, la idea de que Walter White sigue contaminado viene con el final, donde se le ve observando a otra mosca en el detector de humo de su nuevo apartamento, la mosca también representa la consciencia de la cual no puede deshacerse. El episodio tiene una gran riqueza visual, suscita emociones estéticas a través del trabajo de la cámara, sus movimientos, su posición, los ángulos y las perspectivas que toma, además de utilizar el punto de vista de la mosca en diversas ocasiones. También recurre a la utilización del sonido y el silencio para representar metafóricamente el estado mental de Walter White.

Sepinwall⁴³³ habla de la división de la apreciación de los espectadores de este episodio. Para unos, representa una pérdida de tiempo, pero para él y para otros espectadores representa un punto álgido de la historia y de la representación que hacen los actores de estos dos personajes, aportando profundidad, suspense y grandeza.

“Abiquiu” (T3/E11)

El *teaser* del episodio hace un *flashback* para recordar al espectador la relación de Jesse y Jane, recoge la semilla plantada en el episodio anterior del cigarrillo con carmín en el cenicero del coche de Jesse, y recuerda la gran pérdida de éste. Trata de preparar al espectador para que sienta simpatía por la relación que se inicia con Andrea, una mujer del grupo de Narcóticos Anónimos que aparece como una víctima propicia para venderle su producto. Sin embargo, al descubrir que tiene dos hijos, se detiene y permite al espectador recordar su simpatía por Jesse, que tiene un gran corazón y reafirma la creencia de que su debilidad son los niños. A pesar de ver también la confusión que le crea cuando descubre que Tomás, el hijo pequeño es el que acabó con la vida de su amigo Combo.

Se muestra al espectador como se le están complicando las cosas a Walter White. Se despiertan emociones encontradas hacia Skyler, una vez descubierta la verdad de lo que está haciendo su marido permite valorar cuánto provoca Walter White, pero también cuánto provocan las decisiones de Skyler. Decide y le obliga a escuchar a Saul, que vuelve

⁴³³ Ibidem, p130.

a aportar el alivio cómico al espectador a través de la explicación del blanqueo de dinero. Skyler demuestra que tampoco es tan distinta a Walter White, su arrogancia, su racionalización de los actos, su deseo de controlarlo todo.

El encuentro de Walter White y Gus deja un interrogante en el aire para responder no solo a Walter White sino también al espectador, cuando le dice “Nunca cometas el mismo error dos veces”.

“Half measures” (T3/E12)

El *teaser* del episodio a través del montaje de un día en unos minutos, para dar la información al espectador de la vida de Wendy, una adicta a la metanfetamina azul que se prostituye para poder consumir, incluye la metáfora visual en una toma del parking con Wendy y un cartel que pone “*Friendly Service*”.

El episodio parece un cuento moral donde ninguno de los involucrados representa ningún parangón de virtud. Jesse es un adicto en recuperación que “cocina” metanfetamina azul, que se considera el malo de la película, pero parece que a ojos del espectador se ha convertido en el centro moral de la serie. Al ver y descubrir que los camellos utilizan a los niños para cometer los crímenes no duda un instante en querer matarlos, no porque se metan en su negocio o compliquen su vida, simplemente porque utilizan a los niños. Sus valores no se lo permiten y eso incluye a los matones de Gus. Al contrario de Walter White, que de forma hipócrita le dice que ninguno de los dos es un asesino y que no está de acuerdo. Quiere utilizar a Wendy para que introduzca el ricino en la comida de los camellos. Para frenar las ganas de venganza de Jesse, Walter White le pide a Saul que le detengan unas semanas en la cárcel para que se calme, y salta la sorpresa tanto para el espectador como para Walter White. La visita que le hace Mike resulta reveladora, su jefe es Gus y no Saul. La posterior entrevista entre Gus y Jesse muestra al espectador la sumisión de Walter White frente a Gus. Jesse se muestra más valiente, capaz de enfrentarse con él, negándose a hacer las paces a menos que aparte a los niños de toda actividad relacionada con la droga. Aunque parece que accede a este pacto, la posterior imagen del niño en bicicleta hace pensar que no va a ser así. Y así se confirma, cuando aparece muerto Tomás. El espectador sabe que Jesse va a hacer algo al respecto, y queda claro que Walter White también lo cree así, después de ver las noticias en la televisión de la muerte del niño.

El espectador se encuentra con Jesse dispuesto a jugarse el pescuezo para acabar con los camellos y asiste a la sorpresa final del episodio donde Walter White acaba siendo el que los mate arrollándolos con el coche y demostrando por completo su villanía. Matar es,

ahora, una forma más de resolver los problemas como cualquier otra, pero hay que recordar que también lo ha hecho por Jesse y eso permite al espectador también racionalizar su respuesta afectiva hacia Walter White.

“Full Measures” (T3/E13)

El *teaser* del episodio traslada al espectador unos años antes, al día de la compra de la casa de los White, cuando todo era sueños e ilusión, buscando la identificación de los espectadores que también pudieron tener estos sueños algún día y que luego no se cumplieron. Para posteriormente situarlo en cómo se gestionan las acciones del episodio anterior, los acontecimientos que suceden son para agitar al espectador. El encuentro en el desierto entre Walter White, Mike y Gus se muestra en una toma al más puro estilo de *western*. Se ve a un Walter White esperando nervioso el encuentro, que llega al espectador gracias al uso de la cámara en mano y el primer plano, para luego mostrar que se ha ganado el respeto ante éstos, aguantando la mirada sin pestañear, aunque también haga sentir al espectador el suspense sobre los acontecimientos que están por venir, que se adivinan del todo imprevisibles. Para ello también muestran la habilidad de Mike para solucionar los temas de Gus, en una escena con tonos de comedia pero que termina de forma profesional y eficiente contra unos hombres del Cartel mejicano que le molestan. La entrevista que sostiene Gus con Gale deja evidente que el objetivo del primero es eliminar a Walter White lo antes posible, información directa que recibe el espectador, pero que éste también intuye. Con Jesse escondido, Walter White debe ir a encontrarlo para intentar establecer las prioridades, sacando la conclusión de que Gus les necesita, pero solo si consiguen sacar del mapa a Gale, el único capaz de “cocinar” la misma calidad de metanfetamina azul. En un final trepidante y lleno de suspense y sorpresa, Walter White es atrapado antes de poder ejecutar a Gale, aunque consigue engañar a Mike y consigue hacer una llamada a Jesse, los acontecimientos dan un giro y Jesse va al encuentro de Gale y parece que acaba con él. Digo parece, porque el final no lo deja claro, dejando un enorme *cliffhanger* para la temporada siguiente.

Temporada 4

“Box Cutter” (T4/E1)

El *teaser* del episodio muestra a Gale dos meses antes de su muerte, en el laboratorio de Gus. Se pone el foco con un primer plano de un *cutter*, plantando una semilla que luego el episodio recogerá, pero no es la única semilla. El libro de Walt Whitman se revelará crucial más adelante, como el libro de notas del laboratorio de Gale.

Esta secuencia demuestra que el super laboratorio no estaba pensado para Walter White. El espectador se encuentra con un Gale sumiso que está maravillado con el producto que hace Walter White, reconociendo que la pureza de su producto por ahora es inigualable, lo que hace pensar al espectador que esa es la única razón por la que Gus acaba contratando a Walter White.

El espectador asiste a una de las escenas más escalofrantes cuando Walter White, Mike, Victor y Jesse esperan en el laboratorio. Su impaciencia crece a medida que pasan el rato esperando. Gus llega al laboratorio, y en una secuencia que dura cuatro minutos, lentamente se va quitando la ropa para luego ponerse el mono amarillo impermeable. Se advierte que está muy molesto y se intuye que algo va a suceder, la tensión crece entre todos, el espectador se pone en la piel de Walter White y Jesse. Entonces Gus coge el *cutter* y sorprendentemente corta sin contemplaciones el cuello a Victor, que era quien menos se podía esperar ser el destino de su ira, pero que en la lógica de Gus encaja a la perfección. Victor ha sido visto en la escena del crimen, y eso supone una amenaza para él. Además, la producción de la metanfetamina azul debe continuar para abastecer su mercado así que necesita a Jesse y a Walter White para que sigan “cocinando”. Aun así, la posición de los dos ha quedado muy debilitada, saben que tienen una sentencia de muerte escrita, que queda reflejada por el uso de la metáfora visual de la sangre en el suelo como dos ríos de sangre, ese es el camino. No es la única metáfora visual del episodio, también el ojo de peluche en el apartamento de Walter White se enmarca como un recordatorio de todo lo que ha acontecido y que no hay racionalización posible que pueda borrarlo.

El espectador siente con Walter White, consciente de que su posición es cada vez más frágil. Está definitivamente en una situación muy peligrosa, bajo una amenaza constante, está muy confuso no sabe muy bien cómo debe actuar. Sepinwall incide en que en este episodio, a pesar de todo lo que ha hecho Walter White, a pesar de que quizás el espectador ya no se identifica tanto con él o ha perdido la simpatía por el personaje, quiere ver cómo sigue esta narración tan adictiva. El espectador ha entendido que Walter White está luchando por su vida y aplaude la capacidad de la narración de emplear todo tipo de recursos para manipular sus emociones.

En cuanto a Jesse, aparece totalmente vencido y cínico al haber cruzado la última barrera moral cuando asesina a sangre fría a Gale. Parece que ha aceptado su muerte como su única salida, muestra una mayor clarividencia que Walter White, sabe que son los únicos que pueden ofrecerle a Gus el producto que él quiere.

La posterior descomposición del cuerpo de Víctor parece ya una acción cotidiana para ellos, y sigue mostrándose al espectador con cierta comicidad. Comicidad que se busca, también, en las escenas con Saul, que buscan el alivio cómico después de las escenas anteriores con tanta tensión y el espectador se encuentra que éste ahora, tiene un guardaespaldas, Huell.

Skyler se ha vuelto una aliada de Walter White y aparece más fría y decidida que nunca a aceptar sus desapariciones, demostrando al espectador que ella también es una mentirosa y una manipuladora.

“Thirty-Eight Snub” (T4/E2)

Este episodio se centra, sobre todo, en el dolor y sufrimiento humano y trata de hacer llegar al espectador el sufrimiento de Jesse y de Hank, cuyo causante es Walter White. Jesse, tras haber cometido su primer asesinato, trata de huir de sí mismo, que se refleja con las imágenes de la fiesta que da en su casa, no como un acto divertido sino como una forma de no enfrentarse a la realidad, de drogarse y perderse. La aparición de los colegas de Jesse, Badger y Skinny Pete, vuelve a dar un respiro cómico a tanta desesperación. Tan solo se aprecia un poco de luz y calma cuando Andrea aparece en su casa y hace vislumbrar al espectador que podría ser su vía de salvación y podría permitir la resurrección de Jesse. Refuerza esta hipótesis cuando se ve al hijo de Andrea, Brock.

Por otro lado, el espectador se enfrenta a un Hank que está luchando para salir adelante, se trata de suscitar la empatía por Hank y por Marie, que hace todo lo que está en sus manos para ayudarlo y que sufre todas las iras de su marido, que no puede soportar ver todo lo que parece que ha perdido para siempre, su capacidad de andar, su trabajo y su masculinidad. La escena donde Marie le ayuda a hacer sus necesidades resulta sobrecogedora y trata de despertar la simpatía por los dos.

El intento de Walter White de entablar una conversación con Gus se ve frustrada por la alargada sombra, metáfora visual incluida, de Mike. Walter White consigue hacerse con una pistola para defenderse, pero se hace evidente para el espectador que de poco le puede servir ante la brutalidad y la sangre fría de Gus.

“Open House” (T4/E3)

Este episodio muestra al espectador lo manipuladora que es Skyler, cuando trata de que Walter White acceda a la compra del tren de lavado de coches de Bogdan, explicándole cómo ha ofendido su masculinidad. En una escena, otra vez cómica, Saul y él tratan de hacer un *brainstorming* para ver cómo pueden conseguir que éste ceda y les venda el

negocio. El espectador ve la maquinaria que es capaz de desarrollar Skyler, que ahora parece que se encuentra en la misma página que Walter White, y como dice Sepinwall⁴³⁴, también el espectador parece que mire con los ojos de Skyler, que no sabe nada sobre los asesinatos que ha cometido y la violencia de que es capaz. Pero los espectadores sí que saben todo lo que ha hecho, y verlo a través de los ojos de Skyler fuerza al espectador a salir del estancamiento de la actitud de normalidad y a ser menos complaciente sobre cómo evaluar las graves consecuencias de las acciones de Walter White.

La escena con Saul vuelve a aportar un alivio cómico, esta vez con la ayuda de su ayudante Huell, cuando apela a su profesionalidad y aparece Huell pidiendo ir al baño, como un niño pequeño.

Marie sigue pasándolo mal con la lesión de Hank, transmitiendo esa sensación al espectador cuando se lanza frenética a su actividad cleptómana, donde se intuye que va a ser pillada, como así acaba sucediendo.

La metáfora visual de la espuma del jabón del lavaplatos revela la idea de Skyler para conseguir que Bogdan le venda el tren de lavado de coches. Hank recibe la visita de Tim, el policía que el espectador ha visto que ayudaba a Marie tras su arresto por su actividad cleptómana. Tim pide ayuda a Hank para resolver el caso de Gale, Hank se ofende porque cree que lo está haciendo por caridad, pero al mostrarle el bloc de notas del laboratorio de Gale enciende una chispa que también pone en alerta al espectador, y despierta la hipótesis de que sea Hank quien acabe atrapando a Walter White. El sonido de la televisión, que permite oír una votación de síes y noes, refuerza metafóricamente este momento.

“Bullet Points” (T4/E4)

El *teaser* del episodio nos muestra a Mike en el interior de un camión de “Los Pollos Hermanos” y sirve para demostrar la eficiencia con la que trabaja para defender el negocio de Gus.

La escena en la que Walter White y Skyler practican cómo van a justificar sus mentiras a Hank y Marie recuerda al espectador más una habitación de guionistas que una escena de matrimonio aportando además un tono de comedia. Incluso Skyler hace referencia a sí misma como una *bitch*, haciendo un guiño a aquellos espectadores que no son muy fans suyos y la llaman así.

Ya en casa de Marie y Hank, Walter White se entera de que la libreta del laboratorio de Gale está en sus manos y el espectador siente una mezcla de emociones, propiciada por

⁴³⁴ *Ibidem*, p154.

los distintos niveles de información. Por un lado, Hank cree que han acabado con Heisenberg, pero el espectador y Walter White saben que no. La soberbia de éste parece a punto de estallar. La dedicatoria en el libro “a W.W” desencadena una serie de bromas que acaba cuando lo asocia al nombre de Walter White. La sorna de Hank, que sigue menospreciando a su cuñado, contrasta con el sentimiento de orgullo y soberbia que se muestra con el primer plano de la cara de Walter White.

Jesse sigue con sus ganas de evadirse a toda costa, a ojos del espectador es el personaje más consciente de todo lo que ha sucedido y de lo que puede suceder, y cuestiona la evolución de la relación por la poca ascendencia que tiene Walter White sobre él en estos momentos. No piensa hacerle caso de que deje todo el descontrol que lleva, lo que provoca la intervención de Mike que lo recoge en casa y se lo lleva al desierto. El espectador y Jesse esperan lo peor.

Walter White mantiene una conversación con Saul para encontrar una solución para Jesse. Una opción es hacerle desaparecer, pero no en el sentido de matarlo, sino en hacerlo anónimo como los testigos protegidos. La propuesta parece que llega tarde. Salta la sorpresa para el espectador, Jesse ya no está en casa, está con Mike en el coche en medio del desierto, un lugar que se asocia con el peligro, y que genera el suspense de si lo va a matar o no.

“Shotgun” (T4/E5)

El *teaser* introduce al espectador a una escena trepidante: Walter White llama a Saul, le pregunta por el dinero; llama a Skyler, le deja un mensaje diciéndole que la quiere. Para él y para el espectador representa una despedida. Skyler lo toma como una reconciliación y eso le permite volver a acercarse a ella. El espectador sabe que cuando le promete ser sincero y no mentir más, no lo va a cumplir.

Gus continúa eludiendo a Walter White y muestra al espectador la estrategia que ha decidido emprender: alejarlo de Jesse, al que manipula, haciéndole sentir importante en contraste con el desprecio con que lo trata Walter White. Se consiguen así levantar las alertas en el espectador que piensa la hipótesis sobre si eso va a llevar finalmente a la ruptura de la pareja.

Una nueva cena familiar con Hank y Marie hablando sobre Gale hace que Walter White se vaya de la lengua. No puede soportar que Gale se lleve todos los méritos de la metanfetamina azul, que le quite todo el protagonismo y el espectador asiste atónito al despropósito. Hank está a punto de dar el caso por cerrado y Walter White le abre los ojos ante la posibilidad de que no lo esté. Hank retoma la pista de la hoja de “Los Pollos

Hermanos” encontrada en casa de Gale, dejando al espectador con el *cliffhanger* de lo que va a suceder a partir de ahora.

La narración sigue desencadenando emociones estéticas a través de los *Breaking Bad shots*, los montajes acelerados tanto del desierto, como en el laboratorio y de la actividad de Jesse con Mike.

“Cornered” (T4/E6)

El *teaser* empieza igual que el episodio anterior, pero esta vez no está Mike dentro del camión sino otros dos hombres de Gus, que resultan no ser ni la mitad de eficientes y son asesinados, dejando claro que el Cartel mejicano está atacando fuerte y que la guerra está a punto de estallar.

A pesar de que *Breaking Bad* se centra en Walter White, los personajes que lo acompañan han ido evolucionando a medida que sufrían las consecuencias de sus acciones y sus decisiones. A estas alturas, se puede decir que las simpatías del espectador para con Jesse han crecido en la medida que han decrecido por Walter White.

Walter White demuestra tanto al espectador como a Skyler su orgullo, no puede permitir que nadie piense que es otro el creador de la metanfetamina azul. En este capítulo pronuncia unas de las frases más repetidas por los fans de *Breaking Bad*... “*I’m the danger*”, “*I’m the one who knocks*”, circunstancia que provoca que Skyler se plantee huir. La proclama de Walter White juega con la ironía dramática cuando Bogdan le entrega las llaves de su negocio y le pregunta si puede ser un tipo duro. Walter White se enfrenta con Jesse y le dice que está siendo manipulado; el espectador ve con simpatía a un Jesse que ha crecido y es capaz de hacerle frente. Walter White debe volver a “cocinar” solo y se vuelve a mostrar al espectador su egoísmo al sobornar a tres pobre trabajadoras de la lavandería para que limpien el laboratorio, ya que él no piensa hacerlo. El espectador sabe que si acceden acabaran mal, y así es. Tyrus, el sustituto de Victor, se muestra implacable y las despide.

Skyler parece decidida a huir con Holly, pero acaba decidiendo que su futuro es quedarse para proteger a la familia.

Las emociones estéticas se siguen mostrando a través de los planos los *Breaking Bad shots*, esta vez sobre la pala que lleva Jesse y el punto de vista cenital con el lanzamiento de la moneda que hace Skyler.

“Problem Dog” (T4/E7)

El *teaser* nos muestra a Jesse jugando a un video juego, combinando las imágenes con la cara de Gale, la pantalla muestra “*Mission Failed*” (misión fallida), y como metáfora visual aparece el botón reemprender el juego o salir “*Restart/Quit*”(reiniciar/salir).

El episodio empieza mostrando al espectador que Jesse está cambiando, ha decidido limpiar su casa, pintarla, parece que quiere retomar su vida, pero se encuentra en una disyuntiva. Están Mike y Gus, por un lado, que parece que lo valoran, pero también recuerda que son los responsables de la muerte del hijo mayor de Andrea. Por otro, Walter White quiere que mate a Gus y le da el ricino que éste esconde en un cigarrillo en su paquete de tabaco. Se despierta así el suspense de si Jesse lo hará o no, pero a estas alturas el espectador ya sabe que los planes de Walter White para matar a alguien nunca salen como los ha planeado.

El espectador siente que Skyler se encuentra atrapada en la faceta criminal de Walter White, la cantidad de dinero que tiene que blanquear no se la podía ni imaginar y ve claro que no tiene salida posible y que, además, ni se la plantea de momento.

Los problemas de Gus con el Cartel mejicano se hacen evidentes, lo que no resulta tan evidente es la amenaza que representa Hank, que, por sorpresa. muestra al espectador su audacia para conseguir sus huellas dactilares, que resultan claves para relacionar a Gale al coincidir con las huellas encontradas en el apartamento de éste, y le permiten desarrollar una posible teoría sobre su relación. Para el espectador parece del todo razonable y está construida de forma brillante, pero sus compañeros de la DEA no acaban de “comprar”.

“Hermanos” (T4/E8)

El *teaser* recuerda al espectador la muerte de los Primos y la visita que Gus hace a Tío Salamaca, dejándole claro que ha sido él. Luego muestra la habilidad de Gus, a pesar de verse realmente amenazado, para salir bastante de “rositas” del interrogatorio de la DEA. Pero también hace evidente al espectador lo poco que sabe de su historia y de su pasado. La historia de Gus será desvelada parcialmente al final del episodio con un *flashback* de un encuentro en Méjico con el Cartel y Don Eladio, donde da a entender que Gus es alguien con importantes contactos en Chile, además de explicitar el odio, más que justificado, que siente hacia Tío Salamanca por el asesinato a sangre fría de su compañero Max, del cual surgió su admiración y obsesión por el mundo de la química. Sepinwall⁴³⁵ da más detalles

⁴³⁵ Ibidem, pp170-171.

de lo que en la sala de guionistas se pensó, como las relaciones de Gus con el régimen de Pinochet pero que no se traducen claramente en la serie.

La soberbia de Walter White, a estas alturas, no sorprende al espectador y puede intuir que acabará provocando su caída, lo que se confirma cuando Hank le confiesa a Walter White que gracias a sus comentarios ha seguido investigando. Irónicamente, lo toma como aliado para seguir investigando a Gus. La narración posiciona al espectador para que pueda empezar a construir hipótesis sobre el momento en que Hank se dé cuenta de quién es realmente Walter White.

Hay que destacar las emociones estéticas de los primeros planos para acercar al espectador a las emociones de los personajes, y la utilización metafórica del sonido del timbre de Tío Salamanca, que sirve para seguir recordando la presencia de éste en determinados hechos.

“Bug” (T4/E9)

El *teaser* nos introduce con una escena en *flashforward*, con Walter White sangrando, despertando en el espectador el deseo de saber qué ha ocurrido. El espectador puede que ya esté a gusto con la confusión, sabe que debe esperar para que la narración le desvele los acontecimientos.

El espectador asiste al crecimiento de Jesse a ojos de Mike y de Gus, además de poseer más información de lo que está sucediendo con el Cartel mejicano. Jesse se siente fuerte para proteger a Walter White frente a Gus, y así accede a bajar a Méjico para “cocinar” la metanfetamina azul para éstos. Tal y como afirma Sepinwall⁴³⁶, la serie ha trabajado a fondo las simpatías que puede sentir el espectador frente a los distintos personajes, desde el principio presentando a Walter White como el villano y a Jesse como el personaje a apoyar, pero parece que esta cuarta temporada quiere que el espectador fluctúe aún más y sienta incluso simpatía por Gus, por eso combina la recreación de su trágica historia, para luego mostrar cómo está manipulando a Walter White y a Jesse.

Skyler, sin el apoyo de los espectadores, se encuentra atrapada por las circunstancias, no solo por Walter White sino también por Ted, que la ha metido en un lío que puede contribuir a hacer saltar todo por los aires. El espectador tendrá que esperar para ver cómo lo soluciona.

La distancia entre Walter White y Jesse acaba desencadenando en una pelea física que resuelve la confusión del *teaser* de la introducción, en uno de estos guiones circulares típicos también de la serie, y que sitúa al espectador ante una pelea apocalíptica que juega con

⁴³⁶ Ibidem, p175.

sus expectativas, para ver cómo puede evolucionar la relación entre los dos después de esta pelea.

La emoción estética de este episodio resulta de la utilización de los *Breaking Bad shots* típicos de la serie, con la cámara a nivel del suelo y del punto de vista del tirador con la mira del rifle sobrepuesto a la imagen de Jesse y de Gus. También se hace uso la cámara lenta para representar de forma estética el tiroteo, además de acompañarlo de un sonido amortiguado.

“Salud” (T4/E10)

El episodio empieza con otra escena en el desierto tipo *western*, recordando una vez más las situaciones de peligro que esta localización lleva asociadas. Destaca las siluetas de Mike, Gus y Jesse que observan aterrizar una avioneta. Su destino es Méjico, donde el Cartel mejicano les espera para que Jesse “cocine” para ellos la metanfetamina azul. Sorprende al espectador las lecciones “a lo Walter White” que les da. El seguimiento de todos se representa como una lección magistral de medicina. Su producto sale tan bien que parece que deberá quedarse para “cocinar” para ellos, la cara de espanto de Jesse es mayúscula, pero Mike le responde con una mirada tranquilizadora, tanto para Jesse como para el espectador. La reunión posterior con Don Eladio se produce en la misma piscina que el espectador ha visto antes en el recuerdo de la vida de Gus, y le hace presagiar una resolución igual de conflictiva que la que se ve en “*Hermanos*” (T4/E8). Brindan todos con el regalo que ha traído Gus, una botella de “Zafiro Añejo”, que alude a la metanfetamina azul, y provoca que caigan todos envenenados, incluso él mismo, que también ha tenido que tomar el tequila, a pesar de que muestra sus intentos de vomitar para eliminarlo. Mike resulta herido, de un disparo.

Mientras el espectador ha visto como Saul ayuda a Skyler y trata de solucionar el tema de Ted, dándole el dinero que debe, para lo que se inventa una historia sobre el origen del dinero como producto de una herencia que le ha tocado para que pague la deuda de los impuestos. Ted comete el error de no hacerlo y el espectador sospecha que el error puede ser fatal.

Walter White aparece con la cara machacada de su pelea con Jesse, ajeno a todo lo que le sucede en Méjico a su hijo postizo. Se centra en su relación con Walter Jr., planteando hipótesis al espectador sobre lo que vendría a ser su vida si no se hubiese metido en el mundo criminal, haciendo crecer las simpatías que ya despertaba Walter Jr., completamente ajeno a todo lo que sucede en realidad en la vida de su padre. Solo

muestra sus sentimientos de admiración y amor incondicional por una figura paterna que admira, que en realidad dista mucho de ser la que él cree que es.

“Crawl Space” (T4/E11)

El *teaser* muestra como un equipo médico estaba preparado para salvar a Gus al más puro estilo de película de James Bond: aparece un equipo médico preparado para salvar a cualquiera de los tres. El espectador puede compartir la satisfacción con Gus por haber conseguido iniciar su venganza y va con Jesse a ver a Tío Salamanca para contárselo, que no desvía su mirada de la película *El puente sobre el río Kawai*⁴³⁷ (*The Bridge over the River Kawai*), una metáfora visual sobre el propio sacrificio y que plantea la hipótesis sobre a quién se refiere.

El espectador sabe que la amenaza para Walter White está creciendo, Jesse es capaz de “cocinar” solo la metanfetamina azul, Hank sigue con sus pesquisas hacia el imperio de Gus y la multinacional “Madrigal”. Walter White visita a Jesse para hacerle ver que está en peligro y éste trata de tranquilizarlo. El espectador ve un cambio de roles, le dice que si lo matan no seguirá “cocinando” para ellos. Pero Walter White sabe que está solo y acude al encuentro en el desierto donde es amenazado por Gus seriamente. Walter White decide que es el momento de desaparecer, pero cuando habla con Saul y va a buscar el dinero se da cuenta de que éste ha desaparecido, todo el dinero que podía salvarle a él y a su familia ha desaparecido, plasmando el contraste con el nivel de información del espectador, que ya contaba con esta información. Es entonces cuando se entera de toda la historia que Skyler y Saul han tramado para solucionar el tema de Ted, que por otro lado el espectador no sabe si sigue vivo o es otra víctima colateral de Walter White, tras dejar en *stand by* el tropiezo que sufre éste en casa, tras la visita de los hombres de Saul. Walter White, al ver que el dinero ha desaparecido, estalla en un estado de pánico que llega directamente al espectador, se siente atrapado, casi muerto y así se transmite a través del plano que lo enmarca como en un ataúd.

“End Times” (T4/E12)

Skyler y los niños se refugian en la casa de protección de la DEA, pero a pesar de la amenaza creciente de Gus, Walter White se queda. Su indecisión se muestra en la escena de la piscina, dando vueltas a la pistola como en el juego de la ruleta rusa, dos veces acaba apuntándole, la tercera apunta al Lirio del Valle, una planta que hace que el espectador pueda intuir que va a jugar su papel en la acción.

⁴³⁷ *El puente sobre el río Kawai* (*The Bridge of River Kawai*, 1957) [Película de ficción] Director: David Lean

Hank sigue trabajando en su hipótesis y ordena a su ayudante, Gómez, que vaya a investigar la lavandería de Gus, lo que sorprende a su propia familia, pero no al espectador.

Jesse va buscando a Walter White y se entera a través de Saul que sigue amenazado por Gus, pero su preocupación se dispara cuando recibe la llamada de Andrea. Brock está muy enfermo, las sospechas sobre el ricino se disparan, no solo en Jesse sino también en el espectador. Jesse sale disparado a por Walter White, quiere matarlo, el espectador sabe que eso no puede suceder a estas alturas de la narración, pero la tensión es máxima; Walter White consigue darle la vuelta y poner a Gus como culpable, aludiendo que no sería la primera vez que utiliza a los niños a su conveniencia.

Walter White intenta deshacerse de Gus con una bomba adosada a su coche, la tensión se hace evidente en Walter White y se transmite al espectador, pero no funciona. Gus demuestra una vez más al espectador que es un “perro viejo” y que tiene un sexto sentido, lleva demasiado tiempo siendo amenazado. El espectador sabe que debe esperar y está seguro de que lo va a seguir intentando.

“Face Off” (T4/E13)

El episodio empieza justo dónde acabó el anterior, mostrando a Walter White sacando la bomba adosada del coche de Gus. Luego va a visitar a Jesse que está en el hospital pendiente de Brock, en una escena que se presenta como un alivio cómico de la situación, que se rompe cuando la policía se lleva a Jesse para interrogarle alertada por la advertencia que hizo a los médicos sobre el uso del ricino en Brock. Saul consigue sacarlo del embrollo. Jesse ahora parece dispuesto a ayudar a Walter White para acabar con Gus, por ello le comenta la visita que hicieron juntos a Tío Salamanca y revela la relación de odio mutuo. Walter White visita entonces a Tío Salamanca y se desata una sorpresa para el espectador, nada parece lo que es, desarrollando la confusión para el espectador. Tío Salamanca pide a la enfermera hablar con la DEA, parece que quiere delatarlo. Concluida la visita a la DEA la sorpresa se revela otra vez para el espectador, su visita ha sido para poner en alerta a Gus, lo utiliza como un señuelo para que éste acuda a verlo. Gus acude a la residencia dispuesto a matarlo, pero continúan las sorpresas para él y para el espectador, Tío Salamanca consigue detonar con su timbre una bomba adosada debajo de su propia silla de ruedas, sacrificándose él mismo. Esto recuerda al espectador la semilla metafórica de la película *El puente sobre el río Kwai* que estaba viendo en la visita anterior de Gus, que alude al auto sacrificio. Con una imagen casi cómica, Gus sale

andando de la habitación ajustándose la corbata. El plano muestra solo un lado de su rostro, al desvelarse el otro, completamente destrozado, cae muerto.

Mientras Walter White le confirma a Jesse que Gus ha muerto y juntos, acompañados por una música alegre, preparan todo para hacer volar el laboratorio del sótano de la lavandería, dando la razón a Hank sobre sus sospechas. La narración da un cierto respiro a Walter White y a los espectadores. Con la muerte de Gus, puede seguir con sus andanzas y la narración continua.

Pero a la vez pone el foco en las dudas que tienen respecto a la simpatía con Walter White cuando se revela que Brock ha sido envenenando con el Lirio del Valle, la planta de la casa, tal y como muestra la última imagen de la temporada. Confirma la idea de que Walter White es capaz de todo con tal de salirse con la suya. Cabe resaltar que es algo que se mantiene oculto al espectador hasta el final a propósito, para que siga atento al plan de terminar con Gus sin interferencias emocionales por estar pensando en lo que le ha hecho al niño, y así no sentir ninguna simpatía por Gus. Se trata de una estrategia para autorizar a los fans de Walter White que sigan apoyándolo.

La toma final de la planta del Lirio del Valle trata de agitar por completo a los fans, quiere hacerles ver lo equivocados que están y que no deben seguir al lado de Walter White.

Temporada 5

“Live Free or Die” (T5/E1)

El *teaser* del episodio nos muestra a Walter White con barba y cabello, está celebrando solo en una cafetería su tradicional desayuno de cumpleaños, se muestra un “52” dibujado con trozos de bacon. Otra muestra de desconcierto planteado para el espectador para que se pregunté qué ha pasado, por qué posee una identidad falsa, por qué está lejos de Albuquerque y por qué ha comprado una metralleta.

Después de los créditos, el espectador vuelve al final de la temporada pasada. Skyler transmite el miedo y casi repugnancia que siente hacia Walter White, que se incrementa cuando se revela lo sucedido a Ted, aunque no duda en actuar como Walter White y amenazarlo para que mantenga su boca cerrada.

Hank y sus hombres están revisando el laboratorio destrozado. Un primer plano muestra a Hank avistando la cámara de seguridad incendiada, que enciende la alarma en el espectador de que puede haber imágenes de Jesse y Walter White. A pesar del enfado mayúsculo de Mike con Walter White por acabar con Gus, por interés propio se une a la misión con éste y Jesse para destruir las pruebas de las imágenes del laboratorio que están bajo custodia policial. El espectador asiste una vez más al ingenio *mcgyveriano* de Walter

White, pero esta vez en colaboración con Jesse, lo que muestra una reconciliación de la pareja que construye un imán gigante para destrozarse el contenido. Pero no todo sale a la perfección, la destrucción que conlleva la utilización del imán desvela un número de cuenta en las Islas Caimán que revela los nombres de los colaboradores de Gus, sembrando así una nueva amenaza en la cabeza del espectador.

Walter White se muestra implacable a ojos del espectador, feliz de imponer su ego, de imprimir miedo a su alrededor y de seguir manipulando a todos. Las imágenes que muestran a Walter White a través de espejos son constantes en el episodio e inciden en la idea de la dualidad y quizás de la presencia cada vez mayor de Heisenberg.

Sepinwall⁴³⁸ comenta que la serie podía haber terminado en la cuarta temporada, ya que se encontraba en negociaciones con AMC y Sony para hacer la quinta. Pero la serie, según él, hubiese tenido un final francamente oscuro, con Walter White definitivamente convertido en *Scarface*, dejando demasiadas puertas abiertas. Hay que recordar que el éxito del protagonista en su cometido puede dar satisfacción a los espectadores. El inicio de esta quinta temporada, no obstante, deja las puertas abiertas a que su triunfo pueda ser definitivo o no.

“Madrigal” (T5/E2)

El *teaser* trata otra vez de desconcertar al espectador, presentando el conglomerado de empresas “Madrigal” y otra consecuencia de las acciones de Walter White: el suicidio su director, Sr. Schuler.

El cigarrillo de ricino vuelve a estar presente, de forma despiadada. Walter White trata de cerrar el tema con Jesse y a través de un montaje audiovisual estético se produce la búsqueda de éste en casa de Jesse, tratando de rebajar el lado oscuro de la acción de Walter White y su enésima manipulación. Aquí se provoca un contraste de emociones del espectador frente a los dos personajes.

Siguen con la idea de producir la metanfetamina azul, pero Mike no quiere, y se utiliza metafóricamente la película que está viendo, *El motín del Caine*⁴³⁹ (*The Caine Mutiny*). Las pesquisas de Hank le empujan a continuar en el negocio, para no ser descubierto. Continúan las señales al espectador de que quizás Hank descubrirá la verdad sobre su cuñado. Al tener los nombres y las cuentas, han podido confiscar todo el dinero de todos los colaboradores. Mike debe continuar para seguir alimentando a sus familias, la metáfora visual del juego de los hipopótamos glotones refuerza esta idea.

⁴³⁸SEPINWALL, A. Op. Cit. 2017. p200.

⁴³⁹ *El motín del Caine* (*The Caine Mutiny*, 1954) [Película de ficción] Director: Edward Dmytryk.

Este episodio introduce al personaje de Lydia, el contacto de Gus en el conglomerado “Madrigal”, que resulta fundamental para la distribución de la metanfetamina azul, además de ser el proveedor de un ingrediente esencial para su producción, la metilamina. Lydia resulta ser despiadada y no duda en que hay que tratar de eliminar a los 11 nombres de la lista, pues suponen una amenaza y pueden delatarla. Pero Mike vuelve a demostrar su eficacia en frenar sus intenciones.

Walter White, Jesse, Mike y Saul tratan de encontrar la forma de seguir “cocinando”, despertando la curiosidad del espectador, además de la simpatía. Deben seguir para proseguir su aventura. El episodio termina con la escena de Skyler y Walter White, como si éste la estuviera violando, que ciertamente puede hacer despertar el disgusto en el espectador.

“Hazard Pay” (T5/E3)

El episodio deja claro porqué Mike debe seguir en el negocio de la metanfetamina azul. El espectador es testigo de su eficiencia al ir visitando uno por uno a todos los colaboradores del entramado de Gus para amenazarles: si mantienen la boca cerrada el dinero seguirá entrando.

Walter White, Jesse Mike y Saul encuentran la tapadera perfecta para seguir “cocinando”. Se introduce al personaje de Todd, que sugiere utilizar una empresa pesticida. Walter White y Jesse se han reconciliado, después de la manipulación a la que le ha sometido y que lo ha dejado totalmente sumiso y compungido. A través del montaje audiovisual con la música de una balada, se muestra la felicidad de Walter White mientras produce la metanfetamina azul. La manipulación de Walter White no cesa y en una pausa del trabajo le sugiere que se plantee su relación con Andrea. Ve en ella una amenaza para seguir controlando a Jesse.

La tensión entre Walter White y Mike se hace evidente en el reparto del dinero. Jesse se muestra, de nuevo, más maduro y realista. Walter White, en cambio, se muestra más soberbio y avaricioso. El espectador avista problemas en esta nueva alianza y se sitúa frente a una dicotomía sobre su lealtad.

Ha pasado un año desde el inicio de las aventuras de Walter White, es su 51 cumpleaños, y las cosas han cambiado mucho. Skyler no tiene nada qué celebrar. El espectador ve a Walter White cebándose en su desesperación y también manipula a Marie para que crea que todo lo que le sucede es por la infidelidad de ésta con Ted.

La transformación de Walter White en Heisenberg se hace explícita con la escena en que está mirando la película *El precio del poder* con su hijo y cuando le interroga, no solo a él

sino también parece dirigirse al espectador, sobre si todo el mundo muere en esta película, planteando un presagio sobre el final de la propia serie.

“Fifty-One” (T5/E4)

El espectador capta la transformación que ha sufrido Walter White en tan solo un año, al ver como utiliza descaradamente a plena luz del día delante y en presencia de su hijo el sombrero que lo disfrazaba de Heisenberg. Ahora parece que ya no piensa esconderse y que su determinación es total. Cree que todo está bajo su control. En la reunión familiar inicia un discurso que para Hank y Marie va en una dirección totalmente opuesta a la percibida tanto por Skyler como por el espectador, la reacción del espectador puede variar en función de si sigue identificándose y apoyando a Walter White o no, pero la de Skyler no deja lugar dudas, está al borde del colapso. Su idea de seguir compartiendo su vida al lado de este monstruo le parece insoportable, la metáfora visual de la escena ella ahogándose en la piscina es suficientemente explícita. Skyler ya solo alberga la esperanza que el cáncer vuelva y termine con él. El espectador posee más información del *teaser* del inicio de la temporada y puede intuir que sus deseos pueden hacerse realidad.

A pesar del control que cree poseer Walter White, los problemas con Lydia y Mike siguen, a los que se suma Hank con su ascenso en la DEA, que parece indicar mayores problemas para él. Se muestra un magnífico plano de la investigación de Hank que remite a las series policíacas y de investigación criminal; el mosaico parece bastante completo, falta la figura principal, que de momento solo puede completar el espectador.

“Dead Freight” (T5/E5)

El *teaser* del episodio muestra un niño en moto en medio del desierto. La experiencia del espectador le dice que cuando se trata del desierto con un niño involucrado, éste tiene todos los números para salir dañado. Sin ninguna correlación con los hechos, por el momento, el espectador sabe que tarde o temprano se desvelará su relación con la trama. La idea de la familia y de los hijos es central en este episodio, aunque en el global de la serie, como es un gran melodrama, nunca se deja de lado. Pero en este episodio se muestra que todos quieren ganar dinero para abastecer a la familia, ya sea para la nieta de Mike, para los hijos de Walter White, que ahora irónicamente están custodiados por Hank y Marie -del propio peligro que acarrea su padre-, para el hijo de Andrea, Brock, para la hija de Lydia y para las familias de los colaboradores de Gus, que esperan el dinero que les suministra Mike para mantenerlos callados.

El atraco al tren al más puro estilo de un *western* se muestra con todos los ingredientes visuales y auditivos posibles y conocidos. Además, se añade el aliciente de tener que hacerlo en un tiempo limitado, consiguiendo trasladar la mayor emoción posible al espectador, para que sienta casi la misma sensación de éxito que los propios protagonistas, pero que acaba con una secuencia terrorífica, cuando Todd no duda un instante en disparar a Drew, el niño de la moto presentado en el *teaser*, para eliminar cualquier testigo. La culpa es atribuible tanto a Walter White como a Jesse, por la mala interpretación de Todd sobre la importancia del mensaje de mantener en secreto el robo de la metilamina.

“Buyout” (T5/E6)

El episodio se retoma con el desguace de la moto de Drew, para hacerla desaparecer pieza por pieza, trasladando el dramatismo de la escena con la recreación audiovisual de la acción que se desarrolla de forma metódica, fría y que acaba con un plano descorazonador de la mano del niño, que también va a ser disuelto en un barril con el ácido hidrófluórico que ya resulta del todo familiar para el espectador.

El asesinato del niño va a suponer una rotura importante para el equipo de la metanfetamina azul, tanto para Jesse, por su debilidad para con los niños, como para Mike. No lo será para Walter White y tampoco para Todd, que se lo echan a la espalda y siguen adelante, ni para los denominados *Bad Fans*. El hecho de que Walter White siga “cocinando” silbando no puede dejar más claro a Jesse ni al espectador de lo poco que le ha alterado esta nueva muerte.

Mike trata de salir del negocio, la DEA le pisa los talones y busca una salida. Quiere vender su parte de la metilamina y la de Jesse a otros narcotraficantes, la banda de Declan, en una reunión que vuelve a suceder en el desierto. Pero lo que quieren es comprar la salida de Walter White del mercado de la metanfetamina azul, lo quieren fuera del negocio, si éste no accede no hay trato posible.

La visita de Jesse a casa de los White para forzar la venta resulta del todo inútil. Walter White se justifica ante Jesse y ante el espectador por qué quiere seguir al frente del negocio, diciéndole que para él ya no es un negocio solo por el dinero. Lo define como un “imperio” y él se ve como el “emperador”; su mujer le odia, más que justificadamente. Su producto es el mejor y no piensa renunciar como hizo ya con la empresa *Grey Matter*. Jesse, al igual que algunos espectadores, cuestiona su orgullo, el hecho de estar enriqueciéndose con un negocio basado en el mundo de la droga y el crimen. Queda muy lejos ya la justificación de hacerlo por la familia y de estar sin blanca para pagarse el tratamiento, ahora tiene dinero de sobras.

Walter White parece dispuesto a todo para seguir siendo el “emperador” y el intento de Mike para mantenerlo bajo control hasta conseguir la venta de la metilamina no surte efecto. Sorprende la inocencia de Mike, cuando ata a Walter White con una sola mano con una brida a un radiador, que permite que en otra acción a lo *mcgyver*, o al estilo James Bond, escape y vuelva a tomar el control dejando al espectador con un *cliffhanger* enorme de cuál será el paso siguiente.

“Say My Name” (T5/E7)

El episodio muestra otra escena en el desierto. Se trata de la negociación de Walter White con Declan, ante el que despliega toda su calma, confianza y frialdad, para dejar claro no solo a Declan sino también al espectador, que él es Heisenberg y que él es quien manda ahora. Una vez cerrado el trato, parece que deja marchar a Mike, pero no a Jesse. El espectador asiste a todo el repertorio que es capaz de desarrollar para manipular la decisión de Jesse que, para sorpresa de todos, decide salir del negocio sin tan siquiera pensar en el dinero. Jesse decide huir antes de ser consumido totalmente por el lado oscuro. Walter White debe encontrar otro colaborador, que resulta que no puede ser otro que Todd; el montaje audiovisual de ellos dos cocinando, tratado con emoción estética, trata de hacer ver que todo va a seguir igual y que éste va a poder seguir alegremente “cocinando” su metanfetamina azul.

El espectador vuelve a ser testigo de la diligencia de Mike para hacer llegar el dinero que compra el silencio de los colaboradores de Gus. La acción se muestra a través de un montaje audiovisual que denota alegría y logro, consigue que Dan, un abogado competencia de Saul, deje el dinero en las cajas de seguridad del banco sin dejar rastro. A pesar de la orden que consigue Hank para registrar la casa de Mike, no consiguen nada, pero Hank no se da por vencido, a pesar de las trabas que le ponen para seguir investigándole. El espectador ve como Hank desarrolla sus habilidades como policía al cambiar el foco y acorralar a Mike investigando a su abogado, con el resultado que éste les conduce directamente hasta el banco donde lo pillan con las manos en la masa, dejando el dinero en las cajas de seguridad. De esta forma consiguen interceptar todo el dinero destinado a los colaboradores. Supone una sorpresa para el espectador: parece que van a conseguir destapar todo. Mike debe huir desesperadamente y pide ayuda a Saul, para traerle las cosas que necesita para huir, pero sorprendentemente quien aparece es Walter White. Se produce un enfrentamiento entre los dos, Mike no se calla nada, le dice lo que piensa y lo que seguramente piensa también el espectador, su desmesurado orgullo lo ha arruinado todo, Walter White, hace oídos sordos, solo quiere los nombres de los

colaboradores, este se niega y en un ataque de ira, salta la sorpresa y acaba con él. El espectador ve que Walter White ha perdido totalmente el norte y sin Jesse al lado parece que seguirá así. Resulta que el asesinato de Mike ha sido totalmente gratuito, Lydia tiene la lista de todos los nombres de los colaboradores.

“Gliding Over All” (T5/E8)

El *teaser* muestra un primer plano de una mosca revelando el pensamiento de Walter White, pero no en el sentido de despertar su conciencia como en el episodio “Fly” (T3/E10) sino para mostrar la distancia de ese momento con el actual. Está listo para descomponer otro cuerpo, esta vez el de Mike, y esta vez con la ayuda de Todd.

El libro de Walt Whitman sale otra vez en pantalla, la semilla se repite.

Walter White queda con Lydia para pedirle la lista de los colaboradores. A pesar de su reticencia inicial acepta dárselos y además le pone al corriente de todo el imperio que puede tener a su disposición, que a la vez le sirve para salvar su propio pellejo al situarse ella como el punto de contacto. Éste estaba dispuesto a matarla, como demuestra el primer plano del ricino debajo del sombrero de Heisenberg.

Todd resulta ser una mina para Walter White, además de ayudarlo con la producción de la metanfetamina azul, le presenta a su tío al que contrata para que pueda llevar a cabo el asesinato coordinado de todos los colaboradores que están en la cárcel; una acción necesaria para que todo su “imperio” no se venga abajo. Mediante una composición audiovisual, el espectador queda atrapado frente a una cadena terrible de apuñalamientos y demás, al tratamiento estético de la escena con la música y el montaje se unen las ansias de saber cómo lo hacen. En contraste, a la vez, se muestra la metáfora visual irónica de la foto que se hace Hank con un equipo de diez niñas vestidas con equipo de deporte que remite a los diez hombres asesinados que se va a encontrar.

El encuentro en casa de Hank con Walter White produce un contraste de llamadas y de sentimientos. Por un lado, Walter White recibe el mensaje que ya está hecho. Por el otro, Hank recibe el mensaje de que se ha quedado sin testigos.

En un mismo plano pasamos de la cabeza de Walter White balanceándose hacia abajo en casa de Hank, para resurgir vestido con el mono amarillo a punto de iniciar una nueva partida de metanfetamina azul, otra vez a través de un montaje audiovisual acompañado de la canción de “*Crystal Blue Persuasion*”⁴⁴⁰, que una vez más despierta la emoción estética en el espectador, muestra todo el proceso del nuevo modelo de producción de la

⁴⁴⁰ Tommy James & The Shondells (1969). *Crystal Blue Persuasion* [Canción] En álbum *Crimson and Clover* (1969). Nueva York: Roulette Records Inc <https://www.youtube.com/watch?v=XDI8ZPm3GrU> Recuperado: 2 de agosto 2018.

metanfetamina, con distintos planos de las distintas casas que van ocupando con las lonas de la compañía pesticida, los tubos, los paquetes, la distribución, el dinero, el reparto...

El espectador sigue a Skyler en el intento de convencer a Walter White para que deje ya el negocio, le lleva al almacén donde guardan la montaña de billetes, hay tal cantidad que se hace evidente de que ya no es posible blanquearlo. Walter White visita a Jesse, se muestra nostálgico y le entrega el dinero que le debe. Ya en casa, le dice a Skyler que ha terminado. Parece que va en serio. Los hijos vuelven a casa y hacen una celebración en la piscina con Hank y Marie, absolutamente ajenos a la felicidad que representa de verdad para Skyler. Podría parecer el final feliz incluso para el espectador, pero quedan aún 8 episodios por emitir, así que el espectador tiene claro que algo más tiene que suceder.

Hank se dirige al baño, una escena que parece banal, pero en *Breaking Bad* nada sucede porque sí. El espectador asiste con igual o mayor sorpresa al descubrimiento de Hank, en uno de los mayores *cliffhangers* de la serie, Hank coge el libro de Walt Whitman y al hojearlo ve la dedicatoria de Gale "To my other favorite W.W.". Todos los fantasmas acuden a la cabeza de Hank. Se refrescan las imágenes del episodio "*Bullet Points*" (T4/E4), la conversación entre los dos cuando bromearon con la dedicatoria encontrada en el libro, una semilla plantada muchos episodios atrás.

La posición del espectador se divide entre los que siguen absolutamente identificados, que sufren por saber si puede salirse de esta, y los que hace tiempo que ya no lo están, piensan que por fin lo han atrapado y que merece un final terrible. Además, tras la importancia que ha ido adquiriendo el personaje de Hank, el espectador también tiene presente que Hank lo ha tenido frente a sus narices todo el tiempo y ha sido incapaz de verlo antes. Las hipótesis de cómo va a desarrollarse el final de la serie se disparan, aunque sí se intuye algo, gracias a las pistas que da el *teaser* del principio de la temporada.

"Blood Money" (T5/E9)

El *teaser* del episodio va revelando el final. Vuelve a presentar a un Walter White con barba que va a su casa a recoger el ricino escondido. La casa está abandonada y la piscina ocupada por unos *skaters*; un grafiti con el nombre Heisenberg en la pared denota que es un criminal conocido, reforzado por la imagen de pánico cuando la vecina Carol lo ve. La imagen que le devuelve el espejo está desdibujada, ya no existe Walter White, parece que solo existe Heisenberg.

El episodio sigue con los acontecimientos después de la revelación de Hank. El nivel de información entra en juego: el espectador sabe lo que sucede, los demás, no. Hank inventa una excusa para salir de la casa, su estado mental de rabia y confusión se muestran en su

huida a casa, las hipótesis de cómo van a desarrollarse los acontecimientos y cómo hará Hank para demostrar la culpabilidad de Walter White se disparan. Cuando Hank comprueba la caligrafía de Gale en las dos dedicatorias, la emoción del espectador se dispara, la tensión de lo que tiene que venir se intuye.

El espectador también ve a Jesse totalmente destrozado, sus sentimientos de culpabilidad por todo lo que ha venido haciendo los dos últimos años han ido en aumento, su recelo hacia Walter White se ha incrementado, no se cree que Mike haya podido huir y quiere donar el dinero, cree está manchado de sangre. No lo consigue y acaba acudiendo a un barrio pobre donde va lanzando el dinero por el vecindario. El espectador se queda en suspense sobre las consecuencias que esto puede tener. Jesse demuestra su rencor hacia Walter White.

Walter White no encuentra en el baño el libro de Walt Whitman, sus sospechas se incrementan, descubre un GPS de seguimiento en su coche, entonces decide enfrentarse a Hank, al que trata de manipular, pero Hank está decidido a ir a por él. Walter White no duda entonces en sacar su lado más Heisenberg, su faceta más soberbia y lo amenaza. La tensión entre los dos es máxima y el suspense para el espectador también.

“Buried” (T5/E10)

El *teaser* muestra al espectador a Jesse, después de su acción a lo Robin Hood. En un parque infantil, recordando su afección por los niños, está absolutamente desquiciado.

El episodio empalma con el enfrentamiento entre Walter White y Hank, como un duelo entre dos *cowboys* del oeste, pero en vez de pistolas utilizan el teléfono. El primero que llama a Skyler es Hank, que se adelanta y trata de construir el caso a partir de ella, cogiéndola como aliada, pero Skyler se pone defensiva y huye. El espectador puede sentir la incomodidad de la tensión entre los dos y comprender el miedo de Skyler a la vez que siente la rabia de Hank.

Walter White sabe del peligro que corren, él y el dinero. Con la ayuda de Saul y sus hombres consigue que le traigan el dinero que se lleva él solo al desierto para enterrarlo, justo en el mismo lugar donde él y Jesse empezaron con la autocaravana a “cocinar” la metanfetamina azul. A través de un montaje audiovisual con música latina, se ve a Walter White cavando un hoyo para enterrar el dinero, el espectador vive una cierta pausa emocional, un respiro después de toda la tensión vivida.

El negocio de la metanfetamina azul también sufre un giro. Declan está produciendo una de muy baja calidad y Lydia parece que va a reivindicar un cambio, su alianza con Todd y su tío Jack permite intuir que el espectador va a ver una muestra de su lado más

implacable y así ordena la matanza de todos los hombres de Declan. Consigue hacerse con todo el laboratorio para que el clan del tío Jack sean los nuevos “cocineros” de metanfetamina azul. La metáfora visual de los zapatos *Louboutin* con la suela roja que lleva Lydia refuerza la idea de la asesina de guante blanco.

El espectador ve como Marie toma más protagonismo, su compromiso para tratar de ayudar a Hank se hace palpable y trata de convencer a Skyler de que se entreguen, pero topa ahora con la nueva alianza de Skyler con Walter White. El espectador puede dudar si es más como autodefensa que por el amor que siente por él, además se encuentra con el dilema de simpatizar con la situación de Skyler después de haberla odiado durante casi toda la serie. La conversación entre las hermanas indica que Hank no tienen pruebas suficientes para detener a Walter White, pero cuando Gómez le dice a Hank que tienen a Jesse detenido, por el altercado en el parque, se disparan las alarmas y las hipótesis sobre los acontecimientos avistan un giro importante.

“Confessions” (T5/E11)

El *teaser* muestra a Todd explicando el asalto al tren para robar la metilamina, aunque obvia explicar el asesinato del niño, haciendo evidente al espectador que ese es un detalle sin importancia para Todd.

El episodio empieza con el interrogatorio a Jesse, Hank acude con la idea de meterse a Jesse en el bolsillo y que le ayude a detener a Walter White. El espectador puede dudar por el contraste de emociones que siente Jesse y se pregunte qué tendrá más peso: el odio que siente hacia Walter White por todo lo que le ha hecho hacer o el rencor por la paliza a la que le sometió Hank. La mirada de Jesse confirmando las sospechas de éste dan la clave.

El espectador asiste entonces a un despliegue de manipulaciones por parte de Walter White impresionante: a su hijo le dice que el cáncer ha vuelto, para que no vaya a casa de sus tíos, y convence a Skyler para filmar un video para involucrar a Hank de toda la actividad que ha venido haciendo, que acaban entregando a Marie y Hank en mano, mostrando otra vez su maldad y la terrible alianza con Skyler para dejar a Hank bastante maniatado. Vuelve a manipular a Jesse para convencerlo de que desaparezca, utilizando un repertorio que enciende a Jesse, y que alivia al espectador en el sentido de que por fin Jesse ve toda su maldad y cómo lo ha utilizado durante todo este tiempo. El momento de máxima revelación llega cuando Jesse se da cuenta de que Walter White envenenó a Brock, la simpatía por Jesse se dispara y las ganas de que éste pueda llevar a cabo su venganza también. Jesse va directo a casa de Walter White y la rocía de gasolina, pero el

espectador sabe por las imágenes iniciales que esta no acaba incendiada, el *cliffhanger* viene por el desconocimiento de qué ha podido pasar para que no haya encendido la gasolina derramada.

“*Rabid Dog*” (T5/E12)

El *teaser* muestra a Walter White entrando en casa a toda prisa con la intención de detener a Jesse, al que el espectador ha visto rociar la gasolina, pero ya no está.

El episodio empieza con unos *Breaking Bad shots* para provocar emociones estéticas con la labor que hace Walter White para eliminar el olor a gasolina en su casa. Tanto él como el espectador saben que eso puede poner en peligro la alianza con Skyler. Saben que su única condición es que la familia esté a salvo, así que vuelve a intentar manipularlos inventándose una historia bastante poco creíble respecto al olor a gasolina, pero consigue llevárselos a un hotel. Walter Jr. demuestra otra vez su inocencia, que vuelve a despertar la simpatía en el espectador; por el contrario, la antipatía por Skyler crece al demostrar que se ha puesto a la altura de Walter White -sino peor- al sugerir acabar con la vida de Jesse.

La sorpresa asalta al espectador cuando descubre porqué Jesse no ha encendido la gasolina. No es Walter White sino Hank quien lo detuvo y el camino parece claro, lo están acorralando. Hank ya no está solo, además de su aliada máxima, Marie, cuenta con Gómez para grabar una declaración de Jesse. Urden un plan para que haya un encuentro con Walter White, que resulta del todo infructuoso. A pesar de su reticencia inicial, esta traición le hace aceptar acabar con Jesse, cuya vida parece importar poco a nadie, ni al propio Hank, que también lo está utilizando. Walter White vuelve a contactar con Todd para que el tío Jack lleve a cabo el asesinato de Jesse.

“*To’hajiilee*” (T5/E13)

El *teaser* muestra a Todd, Lydia y el tío Jack comprobando la pureza de la metanfetamina azul, que no alcanza los altos niveles de la de Walter White. Al mismo tiempo, da información al espectador de por qué ha podido cerrar un trato con ellos para retirarse del mercado sin mayores dudas, quizás sea por la poca calidad del producto, que no hace sombra a su metanfetamina azul.

El episodio empieza con más manipulaciones. La visita de Walter White a Andrea para descubrir dónde está Jesse o la de Hank, que no duda en desplegar sus habilidades para forzar a Huell a dar pistas sobre dónde está Walter White. Con la información que le proporciona, consigue montar una trampa en la que Walter White cae de cuatro patas,

cuando piensa que todo su dinero, todo lo que ha ganado está en peligro. El fotomontaje que hace Hank con los barriles de dinero deja a Walter White completamente al descubierto, da pistas a Hank de su localización, pero también una vez descubre el engaño al que ha sido sometido, comete el error de dar sus coordenadas al tío Jack y su panda de nazis para que acudan en su ayuda. El espectador cree que por fin Hank lo ha atrapado pues consigue leerle sus derechos, ponerle las esposas y hacer la llamada de rigor a Marie para contarle su triunfo. El espectador parece asistir a un triunfo de la bondad frente a la maldad, por fin el policía atrapa al criminal, pero *Breaking Bad* vuelve a sorprender al espectador y da un giro a los acontecimientos, aunque quizás no debería sorprender tanto, ya que no parece cuadrar con lo que la serie le ha ido señalando que podría ser el final de Walter White mostrando su nueva identidad como Mr. Lambert al inicio de la temporada. La llegada del tío Jack despierta en Walter White y en el espectador el máximo temor, que se confirma en el momento en que se desata un intercambio de disparos en medio del desierto y que se disuelve en negro. Un *cliffhanger* deja la cuestión en el aire: no se sabe quién vive ni quién muere.

“Ozymandias” (T5/E14)

El *teaser* muestra una metáfora visual de una tetera en punto de ebullición para definir perfectamente la tensión, tanto de la narración como de la emoción del espectador, que está a punto de explotar. Un montaje audiovisual hace el recorrido desde el principio de la aventura de Walter White.

Empieza el episodio con la continuación del tiroteo, Gómez está muerto y Hank está a punto, Walter White le ofrece todo el dinero al tío Jack para que no acabe con él. Una vez sabe que es de la DEA, no duda en matarlo. La desolación de Walter White es total y podríamos decir que la del espectador también, la simpatía por Hank había crecido desde hacía varios episodios y ahora solo falta saber qué ocurrirá con Jesse. Una vez descubren el dinero, Walter White enloquece y no duda en delatar a Jesse que está escondido. Permite ver la rabia que siente hacia él confesando que dejó morir a Jane, la maldad de Walter White se hace evidente no solo a ojos de Jesse, también del espectador. La siguiente escena sugiere al espectador una mayor inteligencia de Todd de la que se le suponía, cuando hace reflexionar a su tío Jack que es mejor no matarlo para saber hasta qué punto han sido delatados y también demuestra el aprecio que tiene a Walter White para dejarlo con vida y con algo de dinero.

Éste consigue huir, mientras Marie le está diciendo a Skyler que todo ha terminado. El nivel de información que tienen los espectadores permite apreciar la ironía dramática de la situación y permite que surja la simpatía por Marie.

Jesse pasa a ser el esclavo del tío Jack, la simpatía por Jesse crece aún más al ver que la amenaza se extiende a Andrea y Brock.

La rotura de la familia White viene tras el enfrentamiento de Skyler y Walter White, a través del plano de la mirada de Walter Jr. el espectador asiste a su derrumbe que no duda en llamar a la policía para denunciar a su padre. Walter White muestra su desesperación y hace surgir su lado más despiadado huyendo y llevándose a Holly, despertando la incógnita de no saber bien cuáles son sus intenciones. La recreación de la escena con Holly balbuceando “mamá” parece que le hace recapacitar y hace una llamada a Skyler que presume que la policía está escuchando y le habla despreciándola, tal y como los *haters* de Skyler podrían hacerlo. Confiesa todos sus actos y que Hank está muerto, pero tratando de exonerarla de todo. Devuelve a Holly antes de desaparecer a través de la maquinaria de Saul.

El espectador sufre con este episodio la misma sacudida emocional que cualquiera de los personajes, la mentira de que Walter White lo hacía todo por su familia sale a la luz y lo que ha conseguido es destrozarla. Ha hecho al espectador testigo directo, tratando de buscar una identificación con todos los miembros de la familia de Walter White.

“Granite State” (T5/E15)

El *teaser* trata una vez más de desconcertar al espectador, al ver la furgoneta de la huida que le había preparado Saul, en vez de ver a Walter White se encuentra la imagen de éste, que por razones obvias el espectador deduce que también tiene que desaparecer.

El episodio muestra al espectador las descorazonadoras vidas que viven Skyler y Jesse por culpa de Walter White. Skyler no solo se enfrenta a la policía también se sabe presionada por la tropa del tío Jack, para que mantenga la boca cerrada. Jesse sobrevive su propia prisión y cuando pretende escapar la respuesta de Todd es fulminante tanto para Jesse como para el espectador. No dudan en asesinar a Andrea ante sus propios ojos. Recordando que el negocio de la metanfetamina azul es cruel, brutal e inhumano.

Todd sigue con su flirteo con Lydia, a la que consigue persuadir para seguir con el negocio una vez comprueba que la metanfetamina azul que cocina Jesse tiene el nivel de Heisenberg.

Walter White ya se ha convertido en Mr. Lambert, el hombre de New Hampshire que aparece en el *teaser* del primer episodio de la última temporada. Su aislamiento en las

montañas es su prisión, su cáncer ha vuelto, su intento infructuoso de contactar con Walter Jr. deja evidente el odio que le tiene su familia, y aun así sigue decidido a hacerles llegar el dinero. Parece que ya no tiene absolutamente ningún motivo para seguir viviendo, hace una llamada a la policía identificándose... pero luego ve a los Schwartz en una entrevista en la televisión, que siguen humillándolo. Además, dan cuenta de que la metanfetamina azul sigue en el mercado. El espectador quiere seguir la aventura hasta el final y quiere ver cómo Walter White lo va a hacer para regresar y atar todos los cabos sueltos, tiene ganas de ver cómo lo va a intentar y si será capaz de hacerlo. Walter White ya no tiene nada que perder y el espectador, mucho que ganar.

“Felina” (T5/E 16)

El *teaser* muestra a Walter White tratando de hacer un *McGyver* otra vez, para robar el coche. Esta vez no funciona, pero milagrosamente piensa que las llaves pueden estar escondidas en el parasol del coche y efectivamente allí están. El espectador puede pensar que está ante un *Deus ex machina*, pero seguramente lo perdona para ver qué sucede.

La imagen de la matrícula advierte con una metáfora visual de lo que se avecina “Live Free or Die”, acompañada por la metáfora de Walter White rellenando el depósito de gasolina, como cargando el depósito de la energía que va a necesitar para llevar a cabo todo su plan. Se desprende del reloj que le regaló Jesse, lo que puede interpretarse como que está desprendiéndose de todo freno emocional. Pero, en realidad, fue para solucionar un error de continuidad⁴⁴¹.

La satisfacción del espectador empieza con la venganza de Walter White con los Schwartz, sobre los que seguramente siente antipatía. Los amenaza para obligarlos a entregar su dinero a Walter Jr. cuando éste cumpla los 18, el alivio cómico viene cuando los dos ayudantes que utiliza para llevar a cabo su amenaza resultan ser Skinny Pete y Badger, que además le confirman que sigue habiendo metanfetamina azul en el mercado. Walter White y el espectador piensan en Jesse.

Se le recuerda al espectador su simpatía por Jesse a través de una secuencia del pasado en la que aparece haciendo una caja de madera, que contrasta con la situación actual que está encadenado y obligado a seguir haciendo la metanfetamina azul como un esclavo.

El espectador vuelve a ver las imágenes del primer episodio de la quinta temporada, que recuerdan que es el 52 cumpleaños de Walter White. Se ve cómo se hace con una metralleta y cómo acude a su casa para recuperar el ricino escondido. Todo se desarrolla para ir encajando al milímetro. En la cafetería de siempre sorprende a Lydia y a Todd en

⁴⁴¹ GUFFEY y KOONTZ. Op. Cit. 2014. p408.

su cita semanal. La imagen de Lydia revolviendo el té con la Stevia planta una semilla narrativa que luego se recogerá. Consigue también una cita con el tío Jack.

Skyler recibe la llamada de Marie, advirtiéndole que Walter White está en la ciudad que vaya con cuidado, a medida que se abre el plano el espectador descubre que éste ya está allí.

Walter White por fin le reconoce a Skyler y al espectador algo que ya llevaban tiempo pensando: lo ha hecho todo para sentirse vivo, lo ha hecho por él y por nadie más. La dosis melodramática se construye con su imagen emborronada una vez se despide de Holly.

Walter White por último se enfrenta a lo James Bond a tío Jack y sus hombres, utilizando la metralleta que activa de forma automática, no sin antes despertar un poco de suspense y emoción, de cómo funcionará el artilugio. Lydia ha sido envenenada con la falsa stevia y la aniquilación del tío Jack y sus hombres permite a Jesse una libertad total, dando un cierto respiro emocional al espectador cuando lo ve huir.

Walter White por fin muere, pensarán algunos espectadores, pero rodeado de su creación, pensarán otros, el sonido de la música de Baby Blue⁴⁴² junto con el plano cenital parece mostrar un cierto aire de triunfo para Walter White.

⁴⁴² *Baby Blue* [canción] Op. Cit.

5. Conclusión

“La mayor necesidad de los humanos, *homines mente capti*, es querer sacar conclusiones de todo. La mayor parte de las preguntas carecen de respuesta. Y son infinitamente más las premisas que las conclusiones.”

Enrique José Varona⁴⁴³

En el planteamiento de este trabajo me he formulado la pregunta sobre la existencia, el significado y la pertinencia de los “*Bad Fans*” de *Breaking Bad* y sobre la oportunidad de este neologismo. Para ello se ha hecho necesario hacer un estudio de los tres ámbitos que están relacionados con este concepto. Por un lado, supone el estudio de la serie *Breaking Bad* inserida en el concepto de la *Complex TV* desarrollado por Mittell. Por otro lado, el estudio de la crítica de la televisión. Y, por último, revisar la evolución del espectador contemporáneo en relación con la evolución de la narración y de la televisión. De todos estos análisis se pueden extraer algunas conclusiones, pero también se plantean una serie de nuevas premisas o dilemas.

Así, divido el apartado en los marcos estudiados, con las conclusiones y los dilemas que surgen para proceder al detalle que afecta al concepto de los *Bad Fans*.

5.1. Conclusiones sobre la televisión contemporánea

Respecto al estudio de la serie *Breaking Bad*, se constata como una serie que representa el relato expandido a través del consumo de los episodios que derivan en una gran envergadura textual y que pertenece a la denominada *Complex TV*. Al ir desgranando la serie en las distintas características que detalla Mittell, se hace evidente que esta televisión desarrolla una serie de elementos que afectan a la recepción de la narración en el espectador. Entre ellos, nos encontramos que la narración ha evolucionado de tal forma que se han abandonado en este tipo de series la voluntad de cerrar el círculo de la felicidad, la voluntad de crear un final feliz. Lo que se busca en estas series y lo que han enseñado al espectador es a desconfiar de los personajes y de sus acciones; se trata de buscar un relato más sofisticado que empuje al espectador a hacerse preguntas sobre la narración, que generen confusión, provocando así una mayor atención por parte del

⁴⁴³ VARONA, E. J. “Los aciertos de la crítica”. En *Violetas y Ortigas*. Madrid: Ed. América, 1906.

espectador. Destaca en este sentido el dispositivo que desarrolla *Breaking Bad* con los *cold opens*, que desconciertan al espectador, pero que a su vez crean el hábito de la paciencia porque se ha aprendido que encontrarán la respuesta más adelante.

Por otro lado, Mittell considera el tratamiento de los personajes otra pieza importante en el desarrollo de la *Complex TV*. Y, sobre todo, el del protagonista, el personaje antiheroico, carismático, un arquetipo que ha conquistado al espectador contemporáneo y que provoca el vínculo emocional positivo con el espectador por las dudas personales que presenta. Este punto me genera un dilema que más adelante desarrollaré.

El desarrollo del resto de los personajes ayuda a la construcción del protagonista y todos ellos sirven como contrapeso de la narración, a veces haciendo oscilar la simpatía de unos a otros, porque muestran una mayor bondad o una mayor maldad. También se desarrollan los personajes que aportan el alivio cómico que necesita el espectador para relajar los momentos de mayor tensión dramática.

La extensión narrativa permite una construcción rica, tanto de la normativa intrínseca de la serie como de la extrínseca, cuyo resultado es la sofisticación del relato que produce un mayor placer y entretenimiento y que afecta directamente en la valoración de las emociones del espectador, y que desarrollo en el tercer apartado de la conclusión.

La normativa narrativa específica que desarrolla *Breaking Bad* presenta el uso de los distintos recursos narrativos y audiovisuales, que van desde una filmación cinematográfica, donde destacan los *Breaking Bad Shots*, hasta la utilización de una paleta audiovisual muy cuidada, junto al juego constante con el suspense y la sorpresa, o con el nivel de información y la ironía dramática, o con la hibridación de géneros. Todo ello hace que la valoración positiva que hace el espectador lo ligue, de forma positiva, emocionalmente con la narración.

La *Complex TV* de *Breaking Bad* también se completa con la existencia de paratextos y narrativa transmedia que acompaña tanto a la narración como al espectador. Ello implica la existencia de un espectador activo que busca una extensión narrativa más allá de la serie y que permite que su implicación emocional también se extienda más allá de la emisión de la serie.

La última característica de la *Complex TV* que destaca Mittell es la construcción de un *finale*, que resulta de la idea de que la serie pueda acabar en sus propios términos y pudiendo además anunciarlo a bombo y platillo. El final de *Breaking Bad* no deja de ser

controvertido y existen evidentes disonancias entre los críticos y los espectadores, pero su creador se muestra satisfecho.

Por otro lado, tenemos la irrupción de internet y lo que este permite, que acaba incidiendo directamente en *Breaking Bad*, porque, entre otras cosas, permite la aparición de las plataformas audiovisuales y estas potencian algo que ya se podía hacer antes que era el *binge*. Pero ahora las plataformas lo promueven intensamente y además permiten hacerlo de una forma mucho más automática.

Vince Gilligan dice que la historia de *Breaking Bad* no sería la misma de no haber sido por Netflix. La disponibilidad de la serie en la plataforma multiplicó los espectadores y propició el consumo en forma de *binge*, para poder ver en directo el lanzamiento de la última temporada. Se ha considerado que este consumo afecta directamente a las emociones del espectador, ya que intensifican la experiencia audiovisual, supone un seguimiento más intensivo e íntimo, que provoca cambios en el proceso cognitivo del espectador y consecuentemente en sus respuestas emocionales.

Por último, la presencia de estas plataformas permite que el espectador elija qué ver, dónde ver, cuándo ver, y con quién ver los contenidos, afectando también el uso de la pantalla a través de la cual accede el espectador, que ahora hace uso del *smartphone* o del ordenador o de las tabletas y sí, también del televisor. Además de permitir el ejercicio con las segundas pantallas.

5.2. Dilemas sobre la televisión contemporánea

Tras el estudio de la serie a través de las características propuestas por Jason Mittell, me han surgido un par de dilemas. Por un lado, tiene que ver con la hegemonía de la presencia de los antihéroes como protagonistas de las nuevas series. A mi modesto entender parece un recurso ya demasiado trillado y aplaudo la apuesta por una narrativa que hace cada vez más presente la figura femenina antiheroica. La televisión serial siempre ha buscado nuevos retos para su narración, sabe de la necesidad de hacer nuevas apuestas narrativas para seguir distinguiéndose y atraer al espectador. Así lo apunta en su artículo Paul MacInnes⁴⁴⁴, que, si bien dice que se siguen emitiendo series con estos hombres difíciles, dice que en el 2019 se vio a la audiencia cada vez más dividida,

⁴⁴⁴ MacINNESS, P. “No more Mr Bad Guy – farewell for ever to TV’s male antiheroes”. En *The Guardian*, 20 de diciembre 2019. <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2019/dec/29/no-more-mr-bad-guy-farewell-for-ever-to-tvs-male-antiheroes-don-draper-walter-white-tony-soprano> Recuperado: 2 de febrero 2020.

aceptando una diversidad más amplia donde los antihéroes televisivos son protagonizadas por mujeres, y hace referencia a *Fleabag*⁴⁴⁵ (*Fleabag*) o Daenerys Targaryen, de *Juego de tronos* (*Game of Thrones*)⁴⁴⁶ o Nadia, de *Muñeca Rusa*⁴⁴⁷ (*Russian Doll*), al grupo de *Big Little Lies*⁴⁴⁸ (*Big Little Lies*), a Villanelle de *Killing Eve*⁴⁴⁹ (*Killing Eve*) o Dolores Abernathy de *Westworld* (*Westworld*)⁴⁵⁰. Sus historias son diferentes y novedosas para el espectador, y desarrollan otro tipo de narraciones y emociones en el espectador. También habrá que ver cómo responde el espectador masculino a la anti-heroína.

El otro dilema que planteo es el exceso de producción de ficción audiovisual. Podríamos considerar que estamos ante una sobreproducción que equipara el mundo audiovisual al mundo editorial, como apunta Lotz⁴⁵¹, que no depende del tiempo y de la programación. Nos encontramos ante un entorno de distribución no programada donde cada serie compite en el tiempo y por la atención de los espectadores, pero no solo las series que se lanzan de nuevo, también con las reposiciones, y eso supone un cambio ya que el ritmo lo imponen los consumidores y sus necesidades de ocio. Cómo adaptarse a estas nuevas circunstancias plantea nuevos retos para el sector, plantear nuevas formas y estrategias y que quizás, planteo, necesiten más que nunca la figura de los críticos de la televisión para que sirvan de prescriptores, de *influencers*, de comisarios.

5.3. Conclusiones sobre la crítica de series de televisión

Es indudable que la crítica de las series de la televisión forma parte del *zeitgeist* de nuestro tiempo. Su presencia se manifiesta en todos los medios de comunicación, ya sea a través de las emisoras de radio, prensa escrita, blogs, las distintas redes sociales... Cada día sus comentarios sobre las series están presentes, y su papel como prescriptores del gusto, permite que actúen como comisarios o *influencers* para el espectador y sirven para dirigir el consumo, para incrementar y extender el placer del espectador, porque les permite ver detalles o relaciones que no habían percibido o que quieren contrastar. Además, es indudable que sus opiniones sirven para legitimar algunas de estas series.

⁴⁴⁵ *Fleabag* (*Fleabag*, BBC1, 2016-2019) [Serie de televisión] Creadora: Phoebe Waller-Bridge.

⁴⁴⁶ *Juego de tronos* (*Game of Thrones*, HBO, 2011-2019) [Serie de televisión] Creadores: David Benioff, D. B. Weiss

⁴⁴⁷ *Muñeca Rusa* (*Russian Doll*, Netflix, 2019-) [Serie de televisión] Creadoras: Amy Poehler, Natasha Lyonne, Leslye Headland.

⁴⁴⁸ *Big Little Lies* (*Big Little Lies*, HBO, 2017-2019) [Serie de televisión] Creador: David. E. Kelley.

⁴⁴⁹ *Killing Eve* (*Killing Eve*, BBCA, 2018-) [Serie de televisión] Creadora: Phoebe Waller-Bridge.

⁴⁵⁰ *Westworld* (*Westworld*, HBO, 2016-) [Serie de televisión] Creadores: Lisa Joy, Jonathan Nolan.

⁴⁵¹ LOTZ, A. Op. Cit. 2018. p180-186.

El estudio sobre la figura de la crítica Emily Nussbaum permite afirmar que es un miembro de la élite de esta crítica, descrita incluso como gurú⁴⁵², por sus escritos en un medio tan prestigioso como *The New Yorker*. Su participación en paneles, no solo en los EEUU sino en lugares tan lejanos como Australia, su interacción con otros críticos, que incluso recogen su neologismo *Bad Fan* y el premio Pulitzer de la crítica, sirven de prueba.

Un *close reading* de sus artículos publicados en *The New Yorker* permite ver la amplitud temática de sus reseñas, que hablan desde el consumo del *binge*, de la historia del uso del recurso narrativo del *cliffhanger*, y por supuesto de la serie *Breaking Bad*. Esto permite constatar lo que se dice de los críticos, que son unos espectadores profesionales y que deben ver tanto las cosas que les gustan como las que no, las series buenas y las no tan buenas.

Para constatar su influencia e interacción con otros críticos se hace un repaso de un buen número de críticas surgidas en torno a *Breaking Bad* que permiten desarrollar la idea del pluralismo crítico. Se constata que existen pluralidad de criterios para abordar las distintas críticas, si bien pongo especial énfasis en aquellas que hablan de las emociones que la serie despierta en el espectador. Pero también permiten constatar que cada crítico tiene la libertad para determinar dónde poner su atención para analizar una serie, ya sea un capítulo en concreto, las emociones de los espectadores, los recursos narrativos o lo que se quiera.

Tras el artículo donde Emily Nussbaum llamaba *Bad Fans* a aquellos fans que seguían apoyando a Walter White a pesar de todas sus malas acciones, un tiempo después la propia Nussbaum parece rectificar su idea de que algunos espectadores puedan estar viendo mal una serie. Para desarrollar esta idea, fija el origen de los *Bad Fans* en la serie de *Todo en familia*⁴⁵³ donde el espectador aplaudía y se situaba al lado de su protagonista, Archie Bunker, y viene a decir que cada espectador es libre de interpretar la narración como quiera, admite la diversidad de la audiencia y que cada uno se acerca a las series de forma distinta. Parece reconocer que le llovieron críticas de los espectadores y parece que se acoge a la idea de la crítica imperfecta desarrollada por García Borrero, la idea de que la crítica debe interactuar más con el espectador y no creer que está en posesión de la verdad absoluta.

⁴⁵² NOAIN, I. “Emily Nussbaum. La gurú de la tele”. En *El Periódico*. Barcelona: 24 de abril 2016. <https://www.elperiodico.com/es/cuaderno/20160424/la-guru-de-la-tele-5077461> Recuperado: 3 de febrero 2020.

⁴⁵³ *Todo en familia* (*All in the Family*) [Serie de television] Op. Cit.

5.4. Dilema sobre la crítica de series de televisión.

Tras constatar la sobreproducción existente de series de ficción, creo que el crítico, más allá de las reseñas o de los escritos donde profundizan en su examen de una serie, puede tener un papel fundamental para guiar al espectador, para que éste no quede atrapado en el bucle que le propone la plataforma que use, para que pueda descubrir series que salgan de su propia zona de confort y que le ayude a expandir su universo de ficción.

Siempre existirán las superproducciones que arrasarán con la audiencia, pero también existen esas piezas, como esos libros que marcan, que enseñan cosas nuevas y conducen por caminos inexplorados. La idea de Lotz sobre el desarrollo de una especie de club de lectura para las series no me parece nada descabellada: reuniones que pueden ser virtuales y que permitan una lectura más profunda de la serie, donde se intercambien opiniones, se hagan recomendaciones y se pueda huir del mainstream.

5.5. Conclusiones sobre los espectadores contemporáneos, en general, y los *Bad Fans*, en particular

El *Bad Fan* forma parte del espectador contemporáneo, y eso implica hablar de una serie de características que estos han desarrollado gracias a la evolución de la televisión contemporánea y la revolución tecnológica. Las generalizaciones son complicadas, pero sí hay unas características que los espectadores contemporáneos pueden desarrollar, y de hecho han desarrollado en gran medida. Se ha producido un cambio de la jerarquía cultural: el espectador está hoy en disposición de elegir qué ve, cuándo lo ve, dónde lo ve y cómo lo ve, se le ha dotado de una libertad para consumir sin precedentes. Esta libertad de consumo ha propiciado el desarrollo del *binge watching* a gran escala, antes con los grabadores de video o con las recopilaciones de series en DVD se podía hacer este consumo de varios episodios de forma continuada, pero se hacía de forma mucho más esporádica que actualmente.

Esta idea enlaza con la del espectador contemporáneo activo; activo no solo en cuanto a su consumo sino también en cuanto a la participación y la interacción que se deriva del consumo de las series. Participa e interactúa a través de sus propias creaciones o consumiendo las creaciones de otros, a través de la creación de paratextos o de la creación de narrativa transmedia. Nos encontramos, pues, con un espectador contemporáneo con capacidad creativa, tecnológica y social.

Igualmente, nos encontramos con un espectador cultivado, siguiendo las explicaciones del concepto de *the sleeper curve* de Steve Johnson. El espectador contemporáneo ha aprendido sin darse casi cuenta las estrategias y las habilidades que ha ido desarrollando porque se las ha proporcionado su propio consumo de las distintas ficciones televisivas contemporáneas, en la medida en que estas narraciones se han sofisticado y han ido desarrollando distintas herramientas narrativas, dramáticas y estéticas. Las ha ido incorporando, para ser capaz de rellenar los vacíos narrativos, dar sentido a la información que se le ofrece o que se le oculta deliberadamente, recordando que se le pide al espectador que analice y se le fuerza a ser inteligente. Pero a su vez, también, presiona de alguna forma a los creadores, para que también evolucionen y sean capaces de ofrecerles nuevos retos.

Gracias a la evolución del espectador contemporáneo hacia un espectador activo y más exigente, y siguiendo la idea de Daniel Tubau, el espectador es más protagonista que nunca, las narraciones buscan elaborar distintos mecanismos dramáticos que susciten el máximo de emociones en él y despierten así su máximo interés. La competencia es férrea.

El protagonismo del *Bad Fan* de *Breaking Bad* merece un estudio en profundidad de las emociones que suscita su compromiso con la narración. Y es a partir de las teorías cognitivas que se pueden distinguir los distintos pasos que se proponen para hablar de la identificación del espectador con Walter White, siempre teniendo presente que el espectador busca placer y entretenimiento y que la narración lo consigue en la medida en que consigue un mayor compromiso del espectador con la narración. De esta forma, podrá desarrollar la identificación en mayor o menor medida y a partir de ahí, que se den las distintas emociones. La teoría cognitiva habla de la identificación para hablar del vínculo emocional con el protagonista, de la valoración positiva de sus habilidades, de su ingenio, de su valentía, y también del reconocimiento de sus dificultades, de su situación, de su desgracia. Todas estas valoraciones se ven acompañadas en mayor o menor medida por los distintos recursos narrativos, dramáticos y estéticos que desarrolla *Breaking Bad*. Es necesario recordar que el espectador es consciente de estar viendo una ficción y, por tanto, se establece un distanciamiento moral, un mecanismo cognitivo que permite al espectador disculpar acciones inmorales y se hace imprescindible para poder seguir disfrutando de la narración.

Esta distancia entre lo que se disfruta y lo que no se quiere ver o se disculpa es donde mueve *Breaking Bad* al *Bad Fan*. Y, así, se desplaza entre la empatía y la simpatía. La empatía que siente el espectador supone que es capaz de valorar lo que le sucede al personaje, la simpatía supone una actitud positiva hacia lo que hace y hacia lo que

provoca. Atendiendo a los conceptos de reconocimiento, alineamiento y lealtad que propone Murray Smith⁴⁵⁴, el *Bad Fan* se hace cómplice de Walter White, aprueba su conducta, porque la narración lo conduce hasta allí, a pesar de que comete bastantes actos que en la vida real el *Bad Fan* seguramente repudiaría. Al tratarse de una ficción, se da el distanciamiento moral, además de que el espectador desea que la narración continúe y para ello Walter White tiene que salirse con la suya, sea como sea. Si eso implica acciones repudiables, pues “eso es lo que hay”. Si bien es cierto que a Walter White se le van presentando distintas ocasiones para que no siga la estela criminal, el espectador está siguiendo una serie sobre un villano y quiere ver a un villano en acción. La narración juega constantemente con las emociones encontradas del *Bad Fan*. Desde el principio, Walter White se muestra como una víctima de circunstancias adversas, de tal modo que lo atrapan con un vínculo afectivo que será difícil de romper. Esas circunstancias se pueden compartir o entender, ya sea el cáncer, la dificultad económica o el sentirse menospreciado o infravalorado. A pesar de los crímenes que comete, de las mentiras y manipulaciones constantes, la narración consigue atrapar al *Bad Fan*. El relato extendido permite no solo jugar con la narración donde va combinando el melodrama familiar, con los montajes estéticos, con el enfrentamiento a malos más malos que Walter White. El espectador disfruta con el ingenio que demuestra ante las adversidades. El *Bad Fan* se atrapa con las hipótesis que va planteando la narración, con el suspense y la sorpresa que va provocando constantemente. El relato extendido también permite que la experiencia con el *Bad Fan* sea extensa, que genere unos fuertes lazos afectivos con Walter White, si bien no significa que se aprueben todos sus actos. De hecho, la narración también juega con despertar emociones encontradas, las meta-emociones también forman parte de la propuesta de *Breaking Bad*, y hace también que pueda extender la simpatía hacia Jesse o hacia Hank u otros personajes.

5.6. Dilemas sobre el espectador contemporáneo y el *Bad Fan*

En el estudio sobre la evolución del espectador contemporáneo, y que por tanto también incluye al *Bad Fan*, me surgen tres dilemas que tienen que ver con la industria, con la forma de constatar que el espectador contemporáneo está más ilustrado, es más

⁴⁵⁴ SMITH, M. Op. Cit. 2004.

inteligente, en definitiva, que se produce la *sleeper curve* y con las emociones que siente el espectador.

En cuanto a la industria, el dilema consiste en cómo esta puede o debe valorar al espectador contemporáneo en cuanto a su participación. La creación de contenido acaba versando en un apoyo a las series que admira, creando una serie de paratextos o narración transmedia de forma gratuita, solo por el placer de hacer extensiva y explícita su admiración, mostrando sus habilidades y conocimientos que incluso persuaden a otros espectadores para ver una serie. En principio, estas contribuciones no tienen una recompensa financiera, se hace para mostrar con orgullo destreza y conocimientos. ¿Debería plantearse una retribución o destruiría la naturaleza de estas aportaciones?

Mediante el consumo, el propio usuario ofrece una cesión de datos a las distintas plataformas. Las plataformas utilizan estos datos para planificar sus estrategias, para determinar qué producciones lanzar, un argumento que podría complementar el documental *Lladres de temps*⁴⁵⁵ (*Time Thieves*), que revela cómo las empresas monetizan el tiempo del cliente sin que se den cuenta. Hace referencia, por ejemplo, a las compañías aéreas que obligan a imprimir las tarjetas de embarque, o el tiempo que emplea un cliente en montar un mueble de Ikea. Si lo trasladamos al entorno del consumo de las series en las plataformas *online*, se debe considerar la cesión de datos y ampliarlo a los comentarios que se cuelgan en las distintas redes sociales. Acaban haciendo reseñas positivas de las distintas series y revierten en su consumo, cuyo beneficio va directo a la industria.

Otro de los dilemas que apunto trata de cómo demostrar cuantitativamente que el espectador contemporáneo es más inteligente al de hace tres décadas. Si bien es evidente la evolución de la complejidad de las narraciones seriales, no es fácil demostrar el desarrollo de esta inteligencia. Solo es posible demostrar cómo las narraciones han crecido en complejidad y cómo el espectador las ha abrazado y hace el esfuerzo cognitivo que hay que hacer para seguir las narraciones complejas, seguir los distintos hilos que se van desarrollando, rellenar los vacíos narrativos, dar sentido a la narración recurriendo a su memoria, a sus habilidades analíticas... y también recurriendo a su aprendizaje sobre los géneros, descifrando las distintas convenciones que desarrollan y que el espectador ha internalizado.

⁴⁵⁵ *Lladres de temps* (*Time Thieves*, 2018) [Película documental] Directora: Cosima Dannoritzer.

El espectador aplaude la complejidad y el desconcierto que le hace implicarse más en la narración de la *Complex TV*. Esto se ha traducido en datos económicos para la industria. Las series más aclamadas, más sindicadas, que son sujeto de más reemisiones son las que ofrecen esta mayor complejidad, pero no hay dato científico que avale el mayor desarrollo de la inteligencia del espectador fruto de esta complejidad narrativa serial.

El último dilema entorno al espectador contemporáneo y concretamente con el *Bad Fan* nace a raíz de las emociones que *Breaking Bad* despierta en éste. He hablado sobre la idea de la simpatía y de la empatía que despierta *Breaking Bad* en los espectadores, la simpatía que surge como respuesta inmediata al reconocer al protagonista y lo que le sucede con una respuesta positiva y la empatía que supone un conocimiento más profundo de lo que le sucede, de sus motivaciones que supone una comprensión de sus formas de actuar. El baile constante entre estas dos emociones durante la narración me plantea la idea de adaptar el concepto desarrollado por Sinnerbrink, la *cinempathy*, que trata de explicar la práctica de ir alternando la respuesta emocional a medida que se va desarrollando la narración, desde la simpatía a la empatía y viceversa. Es decir, alternar las perspectivas que se abren al ir comprendiendo la situación cambiante de los personajes. Propongo la palabra “Seriempático” para adaptarlo a lo que le sucede al espectador en las series como *Breaking Bad*, estas narraciones extendidas donde se produce una alternancia en la perspectiva que va distribuyendo la dinámica afectiva entre los personajes y que, por tanto, produce una comprensión compleja con distintas perspectivas en la respuesta del espectador ante las dinámicas complejas que se desarrollan en la interacción. Esta palabra puede definir las respuestas emocionales conflictivas, las razones que parecen contradictorias, que se van desarrollando a medida que avanza la narración y que, además, pueden hacer creer que hay que aceptar juicios morales de forma precipitada, sin evaluar verdaderamente la complejidad ética o moral que representan. Pero que en realidad son producto de la habilidad creativa de la narración y del empleo de los distintos recursos narrativos adecuados para producir esta confusión. El espectador “seriempático” se deja llevar por esta corriente de emociones si la serie lo ha trabajado y lo merece. Su máxima es conseguir placer y entretenimiento y, en la medida en que la serie consiga suscitar el mayor número de emociones, mayor será el compromiso del espectador con la narración. Quizás el *Bad Fan* lo que es en realidad es un fan “seriempático”, que se deja mover de la empatía a la simpatía al ritmo que marca la narración.

6. Documentación y referencias

Bibliografía

Breaking Bad. The original site of AMC's original series Breaking Bad. Get full episodes, the latest news, photos, videos and more". <https://www.amc.com/shows/breaking-bad/exclusives/the-interrogation> Recuperado: 12 de febrero 2019.

"*Breaking Bad's New Graphic Novel Game Lets You Be Jesse Pinkman*" <https://www.amc.com/shows/breaking-bad/talk/2011/07/breaking-bad-the-cost-of-doing-business-game> 17 de julio, 2011. Recuperado: 15 de enero, 2019

Academy of Television Arts and Sciences www.emmys.com [Página web]

Alexander, N. "Catered to Your Future Self: Netflix's "Predictive Personalization" and the Mathematization of Taste. En McDonald, K.; Smith-Rowsey, D. *The Netflix Effect. Technology and Entertainment in the 21st Century*. Nueva York: Bloomsbury, 2016.

Allen, W.R (Ed.) *Conversations with Kurt Vonnegut*. Jackson, Mississippi: University Press of Mississippi, 1988.

AMC Network Entertainment. www.savewalterwhite.com 2010-2013. [Página web] Recuperado: 2 de julio 2018.

AMC Network Entertainment: *Shows* <https://www.amc.com/shows/breaking-bad/exclusives/about> [Portal web] Recuperado: 30 de agosto 2018.

Arnold, S. "Netflix and the Myth of Choice/Participation/Autonomy". En McDonald, K.; Smith-Rowsey, D. *The Netflix Effect. Technology and Entertainment in the 21st Century*. Nueva York: Bloomsbury, 2016.

Austerlitz, S. *Sitcom: A History in 24 Episodes from 'I Love Lucy' to Community'*. Chicago: Chicago Review Press, 2014.

Balló, J; Pérez, X. *El mundo, un escenario*. Barcelona: Anagrama, 2015.

Bartch, A. "Vivid Abstractions: On the Role of Emotion Metaphors in Film Viewers' Search of Deeper Insight and Meaning". En French, P. A.; Wettstein, H. K. "Film and the Emotions". En *Midwest Studies in Philosophy*. Vol. XXXIV. Boston: Blackwell Publishing, 2010.

Bassols, M; Ubierto, J.R.; Berenguer, E. "El sentimiento de culpa". En *Culturas, La Vanguardia*. Barcelona: 5 de marzo 2014. Recuperado: 2 de diciembre 2019.

Bauman, Z. *Modernidad Líquida*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España, 2010.

Bazelon, E. "Breaking Bad finale recap: Final episode of Breaking Bad was perfect". En *Slate* [online] 29 de septiembre 2013. <https://slate.com/culture/2013/09/breaking-bad-finale-recap-final-episode-of-breaking-bad-was-perfect.html> Recuperado: 30 de agosto 2018.

Benett, L. "The True Anti-Hero of 'Breaking Bad' Isn't Walter White Sexual politics and the bad wife". En *The New Republic* [online], 9 de agosto 2013. <https://newrepublic.com/article/114245/breaking-bad-review-walter-white-not-antihero> Recuperado: 13 de agosto 2018.

Benson, J. "Emotion and Expression". En *The Philosophical Review*, Núm. 76. Durham, Carolina del Norte: Duke University Press, 1995.

Bentham, A. "Art or Science? Formulating Empathy in Vince Gilligan's Breaking Bad". En Nelems R.J. y Theo, L. J. *Exploring Empathy. Its Propagations Perimeters and Potentialities*. Boston: Brill, 2018.

- Berenson, A. "The Breaking Bad Recap: It's Over". En *Esquire*, 27 de septiembre 2013. <https://www.esquire.com/entertainment/tv/a24959/breaking-bad-finale-recap-0913/> Recuperado: 29 de julio 2018.
- Bianculli, D. *Teleliteracy. Taking TV Seriously*. Nueva York: The Continuum Publishing Company, 1992.
- Blevins, J.; Wood, D. *The Methods of Breaking Bad. Essays on Narrative, Character and Ethics*. Carolina del Norte: McFarland, 2015.
- Boler, M. *Feeling Power*. Londres: Routledge, 1999.
- Bourdieu, P. *El sentido social del gusto*. Buenos Aires: S XXI Ediciones, 2010.
 _____ *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Barcelona: Taurus, 2017.
- Bowen, C. "<Breaking Bad> Recap: Season 5, Episode 16, <Felina>". En *Slant Magazine* [online] 30 de septiembre 2013. <https://www.slantmagazine.com/tv/breaking-bad-season-5-episode-16-felina/> Recuperado: 26 de agosto 2018.
- Bowman, D. "<Breaking Bad>: <Felina>". En AV/Club [online]. 29 de septiembre 2013. <https://tv.avclub.com/breaking-bad-felina-1798178138> Recuperado: 11 de agosto 2018.
- Bozal, V. *El gusto*. Madrid: Visor Dis S.A., 1999.
- Brown, L. "In conversation: Vince Gilligan on the End of *Breaking Bad*". En *Vulture* [online] 12 de mayo 2013. <https://www.vulture.com/2013/05/vince-gilligan-on-breaking-bad.html> Recuperado: 20 de marzo 2018.
- Brown, W. J. "Examining Four Processes of Audience with Media Personae: Transportation, Parasocial, Interaction, Identification, and Worship". *Communication Theory*, Vol. 25, Núm. 3. Agosto 2015.
- Buenavista, A. "¡Mejor llama a Saul! La importancia del secundario". En VV.AA. *'Breaking Bad' 530 gramos (De Papel) para sericadictos no rehabilitados*. Barcelona: Errata Naturae, 2013.
- Burdeus, J. "El final de 'Breaking Bad' (o sudores fríos que no nos dejan dormir)". En *Serielizados* [Página web] <https://serielizados.com/el-final-de-breaking-bad-o-sudores-frios-que-no-nos-dejan-dormir/> Barcelona: octubre 2013. Recuperado: 22 de agosto 2018.
- Canavan, G. *Good Fans, Bad Fans and Some Quick Thoughts on "Breaking Bad"*. [Mensaje en un blog personal] 30 de septiembre 2013. <https://gerrycanavan.wordpress.com/2013/09/30/bad-fans-good-fans-and-some-quick-thoughts-on-breaking-bad/> Recuperado: 30 de julio 2018.
- Carpenter, J. M.; Green, M. C. "Flying with Icarus: Narrative Transportation and the Persuasiveness of Entertainment". En Shrum, I. J. *The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion*. Nueva York: Routledge, 2012.
- Carrión, J. *Contra Amazon*. Barcelona: Galaxia Gutenberg, 2019.
- Carroll, N. "Tony Soprano y nuestra simpatía por el diablo". En VV.AA. *Los Soprano Forever. Antimanual de una Serie de Culto*. Barcelona: Errata Naturae, 2014.
 _____ *Movies. The moral Emotions and Sympathy en Films and Emotions*. En French, P. A.; Wettstein, H. K. "Film and the Emotions". En *Midwest Studies in Philosophy*. Vol. XXXIV. Boston: Blackwell Publishing, 2010.
- Cascajosa, C. *La Cultura de las series*. Barcelona: Ed. Laertes, 2016.
 _____ *La Caja Lista: Televisión norteamericana de culto*. Barcelona: Ed. Laertes, 2007.
- Casetti, F.; Di Chio, F. *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2010.
- Chaney, J. "The satisfying, tear-jerking <Breaking Bad> finale. En *Salón* [online] 30 de septiembre 2013. https://www.salon.com/2013/09/30/the_satisfying_tear_jerking_breaking_bad_finale/ Recuperado: 27 de julio 2018.
 _____ "Why you hate Skyler White". En *The Esquire*. 5 de septiembre 2013 <https://www.esquire.com/entertainment/tv/a24645/why-you-hate-skyler-white/> Recuperado: 10 octubre 2018.

- Columbia Law School Stories Desk. "Columbia Law School Professor Tim Wu Comments on Federal Appelas Court Decision on Net Neutrality". En *Columbia Law School*. 14 de junio 2016 <https://www.law.columbia.edu/news/archive/columbia-law-school-professor-tim-wu-comments-federal-appelas-court-decision-net-neutrality> Recuperado: 11 de marzo 2018.
- Colonna, V. *L'art des séries de télé 2*. Paris: Payot, 2010.
- Comi-con International San Diego [Página web] San Diego, California. www.comic-con.org
- Cowlshaw, B.R. *Masculinity in "Breaking Bad"*. Carolina del Norte: McFarland & Co. Inc. Publishers, 2015.
- Cruz, G. "This is What Everyone Is Writing About <Breaking Bad> Today". En *Vulture* [online]. 17 de septiembre 2013. <https://www.vulture.com/2013/09/what-everyone-is-writing-about-breaking-bad.html> Recuperado: 14 de agosto 2018.
- Dams, Tim. "More Than 10,600 New TV Series Launched Globally in 2019". En *Variety*. 7 de febrero 2020. <https://variety.com/2020/tv/news/new-tv-series-launched-globally-2019-1203496340/> Recuperado: 7 de febrero 2020.
- Davis, M. H. "A Multidimensional Approach to Individual Differences in Empathy". En *Journal of Personality and Social Psychology*, Núm. 10. Washington: enero, 1980.
- De Felipe, F.; Gómez, I. *Ficciones Colaterales*. Barcelona: UOCpress, 2011.
- De la Torre, T. *Historia de las series*. Barcelona: Roca Editorial, 2016.
- Douthat, R. "The World According to Team Walt". En *The New York Times*. 28 de septiembre 2013. <https://www.nytimes.com/2013/09/29/opinion/sunday/douthat-the-world-according-to-team-walt.html> Recuperado: 29 de julio 2018.
- _____. "The hero of <Breaking Bad>". En *The New York Times*. 18 de septiembre 2013. <https://douthat.blogs.nytimes.com/2013/09/18/the-hero-of-breaking-bad/> Recuperado: 29 de julio 2018.
- Drumming, N. "In the End, Walt Won". En *Salon* [online] 30 de septiembre 2013. https://www.salon.com/2013/09/30/in_the_end_walt_won/ Recuperado: 30 de agosto 2018.
- Eco, U. *TV: La transparencia perdida en la estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen, 1986.
- _____. *De los espejos y otros ensayos*. Barcelona: De Bolsillo, 1985.
- El Universo, noticias de televisión. "Netflix suma 167 millones de suscriptores, pero recorta expectativa de crecimiento para este 2020". En *El universo* [online]. 22 de enero 2020. <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2020/01/22/nota/7702689/netflix-suma-167-millones-suscriptores-recorta-expectativa> Recuperado: 15 de agosto 2020.
- Fahlenbrach, K. "Emotion in Sound: Audiovisual Metaphores in the Sound Design of Narrative Films". En *Projections*, Vol. 2. Núm 2. Invierno 2008.
- Fandom.com. *Breaking Bad, Better Call Saul* [Página web]. https://breakingbad.fandom.com/es/wiki/Breaking_Bad Recuperado: 20 de mayo 2019.
- Faucette, B. "Taking Control: Male Angst and the Re-Emergence of Hegemonic Masculinity in Breaking Bad". En Pierson, D. P. (Ed.) *Breaking Bad Critical Essays on the contexts, Politics, Style and Reception of the Television Series*. Maryland: Lexington Press, 2014.
- Feaguin, S. L. "Film Appreciation & Moral Insensivity". En French, P. A.; Wettstein, H. K. "Film and the Emotions". En *Midwest Studies in Philosophy*. Vol. XXXIV. Boston: Blackwell Publishing, 2010.
- Ferrater Mora, J. *Diccionario de Filosofía* [online] Madrid: Alianza Editorial, 1979. <http://www.filosofia.org/enc/fer/espiepoc.htm> Recuperado: 2 de febrero 2018.
- Feuer, J. "HBO and the Concept of Quality TV". En McCabe, J.; Akass, K. *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*. Londres: I.B.Tauris, 2007.
- Feuer, J.; Kerr, P.; Vahimagi, T. *MTM. Quality Television*. Londres: British Film Institute, 1985.

- Fiske, J. *Introduction to Communication Studies*. Nueva York: Routledge, tercera edición, 2011.
- _____. *Television Culture*. Nueva York: Routledge, 1988.
- French, P. A.; Wettstein, H. K. "Film and the Emotions". En *Midwest Studies in Philosophy*. Vol. XXXIV. Boston: Blackwell Publishing, 2010.
- Frijda, N. H. "The emotions". En TAN, E. S. *Emotion and the Structure of Narrative Film. Film as an Emotion Machine*. Nueva York: Routledge, 2011.
- Gadamer, H. *Verdad y método*. Salamanca: Sígueme, 1977
- García Borrero, J.A. "La Dictadura de los Críticos. (Por una Crítica Imperfecta... Algunos Años Después)". En *Revista Iberoamericana*, Vol. LXVIII, núm. 199, abril-junio 2002.
- García, A. N. "Amar a Walter White, odiar a Walter White. En *Jot Down Cultural Magazine*. Sevilla: agosto 2018. <https://www.jotdown.es/2013/08/amar-a-walter-white-odiar-a-walter-white/> Recuperado: 13 de julio 2018.
- Golden Globe Awards www.goldenglobes.com [Página web]
- Gombrich, E.H. *Meditations on a Hobby Horse*. Londres: Phaidon Press, 1973.
- Gompertz, W. *Piensa como un artista*. Barcelona: Editorial Taurus, 2015.
- Gorgot, E. "¿Ha tenido 'Breaking Bad' el final que se merece?". En *Jot Down Cultural Magazine*. Sevilla: octubre 2013. <https://www.jotdown.es/2013/10/ha-tenido-breaking-bad-el-final-que-se-merece/> Recuperado: 28 de julio 2018.
- Grandío, M^a del M. *Adictos a las series. 50 años de lecciones de los fans*. Barcelona: Ed. UOC. 2016.
- Greenwald, A. "The Scientific Method. The righteous left-brained storytelling of <Breaking Bad>". En *Grantland* [online]. 12 de julio 2012. <http://grantland.com/features/breaking-bad-amc-walter-white-best-show-summer/> Recuperado: 10 de agosto 2018.
- Guffey, E. F. "Buying the House: Place in Breaking Bad". En Pierson, D. P. (Ed.) *Breaking Bad Critical Essays on the contexts, Politics, Style and Reception of the Television Series*. Maryland: Lexington Press, 2014.
- Guffey, E. F.; Koontz, K. D. *Wanna Cook? The Complete, Unofficial Companion to Breaking Bad*. Ontario: ECW Press, 2014.
- Gunn, A. "I have a character issue". Carta abierta En *The New York Times* [online]. 23 de agosto 2013. <https://www.nytimes.com/2013/08/24/opinion/i-have-a-character-issue.html> Recuperado: 27 de septiembre 2018.
- Harold, J. "Mixed Feelings: Conflicts in Emotional Responses to Film". En French, P. A.; Wettstein, H. K. "Film and the Emotions". En *Midwest Studies in Philosophy*. Vol. XXXIV. Boston: Blackwell Publishing, 2010.
- Harris, M. "Walter White's Soul, and Yours". En *The New York Times*. 29 de septiembre 2013. <https://www.nytimes.com/roomfordebate/2013/09/29/walter-whites-soul-and-yours/who-can-resist-satan> Recuperado: 29 de julio 2018.
- Hasson, U., Et Al. "Neurocinematics: The Neuroscience of Film". En *Projections*, Vol. 2, Núm. 1. Nueva York, Londres: Verano 2008. https://www.cns.nyu.edu/~nava/MyPubs/Hasson-et-al_NeuroCinematics2008.pdf Recuperado: 2 de agosto 2017.
- Hoffner, C.; Cantor, J. "Perceiving and responding to mass media characters". En TAN, E. S. *Emotion and the Structure of Narrative Film. Film as an Emotion Machine*. Nueva York: Routledge, 2011.
- Holmes, L. "<Breaking Bad> Lands Its Finale A Little Too Cleanly". En *PNR Magazine* [online]. 30 de septiembre 2013. <https://www.npr.org/2013/09/30/227740741/breaking-bad-lands-its-finale-a-little-too-cleanly?t=1576750649396> Recuperado: 10 de agosto 2018.

- Hyun, D. "How So Many Rooted For 'Breaking Bad's' Walter White. En *PNR Magazine* [online] 27 de septiembre 2013. <https://www.npr.org/2013/09/27/224437071/point-of-view-how-so-many-rooted-for-breaking-bads-walter-white?t=1577560302381> Recuperado: 22 de agosto 2018.
- James, H. *Films and Emotions*. Boston: Blackwell Publishing, 2010.
- Jenkins, H. Fans, Blogueros y Video juegos. La Cultura de la Colaboración. Barcelona: Paidós Comunicación, 2009.
- _____. *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2008.
- _____. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York: NYU Press. 2006.
- Johnson, S. *Everything Bad Is Good for You. How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter*. Nueva York: Riverhead Books. 2006.
- Jost, F. *Breaking Bad. Le Diable est dans les Détails*. Neuilly: Éditions Atlante. 2016.
- _____. *Los Nuevos Malos*. Buenos Aires: Librería, 2015.
- Juzwiak, R. "Why <Breaking Bad>'s Finale Was Perfect". En *Gawker* [online]. 30 de septiembre 2013. <https://gawker.com/why-breaking-bads-finale-was-perfect-1426923789> Recuperado: 28 de agosto 2018.
- Kissell, Rick. "<Breaking Bad> Finale Soars to Series-Best 10.3 Million Viewers". En *Variety* [online]. 30 de septiembre 2013. <https://variety.com/2013/tv/news/breaking-bad-finale-ratings-1200681920/#/> Recuperado: 3 de octubre 2018.
- Koepsell, D.; Arp, R. *Breaking Bad and Philosophy*. Chicago: Open Court, 2012.
- Kolb, L. "Father Worship and The Bad Fans of <Breaking Bad>". En *Bitch Flicks* [online]. 18 de septiembre 2013. <http://www.btchflicks.com/2013/09/father-worship-and-the-bad-fans-of-breaking-bad.html#.XF-IvC1DIBw> Recuperado: 2 de agosto 2018.
- Larkin, F. "Seeing the Loop. Examining the Empathy through Art Practice". En Nelems, R. J.; Theo, L. J. *Exploring Empathy. Its Propagations Perimeters and Potentialities*. Boston: Brill, 2018.
- Laroco, S. "Empathy as Orientation Rather than Feeling". En Nelems, R. J.; Theo, L. J. *Exploring Empathy. Its Propagations Perimeters and Potentialities*. Boston: Brill, 2018.
- Lawson, R. "The 'Breaking Bad' Finale the Show Deserved". En *The Atlantic* [online]. 30 de septiembre 2013. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2013/09/breaking-bad-finale-show-deserved/310485/> Recuperado: 27 de julio 2018.
- Logan, E. *Breaking Bad and Dignity, Unity and Fragmentation in the Serial Television Drama*. Hampshire: Palgrave MacMillan, 2016.
- Lotz, A. D. *We Now Disrupt This Broadcast*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2018.
- Lyons, M. "What's Walter White's True Motivation?". En *Vulture* [online]. 13 de septiembre 2013. <https://www.vulture.com/2013/09/whats-walter-whites-true-motivation.html> Recuperado: 13 de agosto 2018.
- _____. "Todd is a reflection of <Breaking Bad>'s Other Characters". En *Vulture* [online]. 13 de agosto 2013. <https://www.vulture.com/2013/09/breaking-bad-todd-distillation-of-other-characters.html> Recuperado: 18 de julio 2018.
- MacIness, P. "No more Mr. Bad Guy - farewell for ever to TV's male antiheroes". En *The Guardian*. 20 de diciembre 2013. <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2019/dec/29/no-more-mr-bad-guy-farewell-for-ever-to-tvs-male-antiheroes-don-draper-walter-white-tony-soprano> Recuperado: 2 de febrero 2020.
- Maquiavelo, N. *El Príncipe*. Barcelona: Globus Comunicación, 2011.
- Marcos, N. "El mando a distancia soy yo". En *El País Semanal*. Madrid: 6 de mayo 2018.
- Marín, J. *Los héroes están muertos. Heroísmo y villanía en la TV*. Barcelona: Ed. Dolmen, 2014.

- Marshall, K. "I Don't Like Skyler White, but Probably Not for the Reasons You Think". En *Media Academia* [Blog]. En Mittell, J. *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. Nueva York: NYU Press, 2015.
- Martin, B. *Hombres Fuera de Serie*. Barcelona: Ed Ariel, 2014.
- McDonald, K.; Smith-Rowsey, D. *The Netflix Effect. Technology and Entertainment in the 21st Century*. Nueva York: Bloomsbury, 2016.
- McKee, R. *El guion: sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Barcelona: Alba Editorial, 2009.
- McNamara, M. "<Breaking Bad> finale: Tears, ovation at Hollywood Forever Cemetery". En *Los Angeles Times*. 30 de septiembre 2013. <https://www.latimes.com/entertainment/tv/showtracker/la-et-st-breaking-bad-finale-tears-cheers-20130930-story.html> Recuperado: 28 de julio 2018.
- Meslow, S. "'Breaking Bad' series finale recap: 'Felina'". En *The Week*. 30 de septiembre 2013. <https://theweek.com/articles/459455/breaking-bad-series-finale-recap-felina> Recuperado: 30 de julio 2018.
- Mesonero, R. *Análisis narrativo de la serie de ficción estadounidense "Breaking bad". El protagonista como eje de construcción del relato televisivo* [Tesis doctoral] Directora de Tesis: Pilar Yébenes Cortés. Universidad Europea de Madrid, 2013. Acceso abierto en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=88673>
 _____ *Almacén Bb. Blog relacionado con la tesis de Rodrigo Mesonero sobre narrativa televisiva* [online] 2013: almacenbbad.blogspot.com.es Recuperado: 5 de abril 2019.
- Mittell, J. *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. Nueva York: NYU Press, 2015.
- Moylan, B. "The problem with 'Beaking Bad' finale". En *Salón* [online] 30 de septiembre 2013. https://www.salon.com/2013/09/30/the_problem_with_breaking_bads_finale/ Recuperado: 27 de julio 2018.
- Muñoz, A.P.; Chaves, L. "La empatía: ¿un concepto unívoco?" En *Katharsis: Revista de Ciencias Sociales*, Núm. 16. Colombia: julio-diciembre 2013. pp123-146
- Nahum García Martínez, A.; Castrillo Maortua, p.; Echart Orús, P. "La simpatía moral y el "efecto Lucifer". Mal y redención en Breaking Bad". En *Revista Latina de Comunicación Social*, Núm. 74, 2019. <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1336/19es.html> Recuperado: 15 de enero 2020
- Nardi, C. "Mediating Fictional Crimes: Music, Morality and Liquid Identification in *Breaking Bad*". En Pierson, D. P. (Ed.) *Breaking Bad Critical Essays on the contexts, Politics, Style and Reception of the Television Series*. Maryland: Lexington Press, 2014.
- Nelems, R. J.; Theo, L. J. *Exploring Empathy. Its Propagations Perimeters and Potentialities*. Boston: Brill, 2018.
- Newcomb, H. *The Television Artistry of Norman Lear*. Cambridge: Cambridge University Press, 1976.
 _____ *TV-Most Popular Art*. Nueva York: Anchor Books, 1974.
- Newman, M. Z; Levine, E. *Legitimizing Television*. Nueva York: Routledge, 2012.
- Noain, I. "Emily Nussbaum. La gurú de la tele". En *El Periódico*. Barcelona: 24 de abril 2016. <https://www.elperiodico.com/es/cuaderno/20160424/la-guru-de-la-tele-5077461> Recuperado: 3 de febrero 2020.
- Nussbaum, E. "Lockdown. The lessons of <Orange is the New Black> and <Louie>". En *The New Yorker*. 30 de junio 2014. <https://www.newyorker.com/magazine/2014/07/07/lockdown-2> Recuperado: 30 de octubre 2019.
 _____ "The great divide. Norman Lear, Archie Bunker, and the rise of the Bad Fan". En *The New Yorker*. 31 de marzo 2014. <http://www.newyorker.com/magazine/2014/04/07/the-great-divide-emily-nussbaum> Recuperado: 3 de abril 2019.

- _____. “The closure-happy <Breaking Bad> finale”. En *The New Yorker*. 30 de septiembre 2013. <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/the-closure-happy-breaking-bad-finale> Recuperado: 3 de abril 2019.
- _____. “That mind-bending phone call on last night’s ‘Breaking Bad’”. En *The New Yorker*. 16 de septiembre 2013. <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/that-mind-bending-phone-call-on-last-nights-breaking-bad> Recuperado: 12 de marzo 2019.
- _____. “‘Breaking Bad’ returns”. En *The New Yorker*. 12 de agosto 2013. <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/breaking-bad-returns> Recuperado: 5 de abril 2019.
- _____. “How Tony Soprano changed television”. En *The New Yorker*. 20 de junio 2013. <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/how-tony-soprano-changed-television> Recuperado: 5 de abril 2019.
- _____. “Alan Sepinwall’s Television History”. En *The New Yorker*. 19 de noviembre 2012. <https://www.newyorker.com/books/page-turner/alan-sepinwalls-television-history> Recuperado: 4 de abril 2019.
- _____. “Childs’s play. *Breaking Bad* bad’s dad”. En *The New Yorker*. 27 de agosto 2012. <https://www.newyorker.com/magazine/2012/08/27/childs-play-5> Recuperado: 10 de abril 2019.
- _____. “Tune in the Next Week. The curious staying power of the cliffhanger”. En *The New Yorker*. 23 de julio 2012. <https://www.newyorker.com/magazine/2012/07/30/tune-in-next-week> Recuperado: 3 de abril 2019.
- _____. “I hate top ten lists”. En *The New Yorker*. 6 de diciembre 2011. <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/i-hate-top-ten-lists> Recuperado: 3 de marzo 2019.
- _____. “My <Breaking Bad> Bender”. En *New York Magazine*. 22 de julio 2011 <https://nymag.com/arts/tv/reviews/breaking-bad-nussbaum-review-2011-8/> Recuperado: 21 de octubre 2019
- _____. “When TV Became Art”. En *New York Magazine*. 2 de diciembre 2009. <https://nymag.com/arts/all/aughts/62513/> Recuperado: 24 de enero 2018.
- Ordine, Nuccio. “La entrevista póstuma de George Steiner”. En *El País*. Madrid: 4 de febrero de 2020. https://elpais.com/cultura/2020/02/04/actualidad/1580845337_200341.html Recuperado: 4 de febrero de 2020.
- Ortega y Gasset, J. “La deshumanización del arte y otros ensayos de estética”. En *Revista de Occidente*, Madrid, 1976.
- Ostalé, J. “Popper y las éticas aplicadas”. En *Dilemata, Revista internacional de Éticas Aplicadas*, Núm. 29. Madrid: 2018.
- Pagani, C. “Empathy, Complex Thinking and Their Interconnections”. En Nelems, R. J.; Theo, L. J. *Exploring Empathy. Its Propagations Perimeters and Potentialities*. Boston: Brill, 2018.
- Panosfky, E. *El significado de las artes visuales*. Madrid: Alianza, 1995.
- Paskin, W. “Did Team Walt Win?”. En *Slate* [online] 30 de septiembre 2013. <https://slate.com/culture/2013/09/breaking-bad-finale-review-felina-is-nicer-to-team-walt-than-ozymandias-was.html> Recuperado: 30 de agosto 2018.
- Peirano, M. “La balada triste de Walter White”. En *El Diario*. Madrid: 1 de octubre 2013 https://www.eldiario.es/cultura/series/Breaking-Bad-FeLiNa-Walter-White-Vincent-Gillian_0_181282667.html Recuperado: 29 de julio 2018.
- Pierson, D. P. (Ed.) *Breaking Bad Critical Essays on the contexts, Politics, Style and Reception of the Television Series*. Maryland: Lexington Press, 2014.
- Plantinga, C. “I Followed the Rules, and They All Loved You More: Moral Judgment and Attitudes toward Fictional Characters in Film”. En *Midwest Studies in Philosophy*, Núm. XXXIV. Minneapolis, Minnesota: 2010.
- _____. *Moving Viewers. American Film and the Spectator’s Experience*. Berkley: University of California Press, 2009.

- Poniewozik, J. “<Breaking Bad> Watch: Say Hello to My Little Friend”. En *Time* [online] 30 de septiembre 2013. <https://entertainment.time.com/2013/09/30/breaking-bad-watch-say-hello-to-my-little-friend/> Recuperado: 16 de agosto 2018.
- Psychologist World Redacción. “The Zeigarnik Effect Explained”. En *Psychologist World* [online]. Sin fecha. <https://www.psychologistworld.com/memory/zeigarnik-effect-interruptions-memory> Recuperado: 25 de mayo 2019.
- Puig Punyent, E. “Michel Serres: ‘El treball intel·lectual també és un treball manual’”. En *Ara Diumenge*. Barcelona: 11 de septiembre 2016. https://www.ara.cat/suplements/diumenge/treball-intellectual-tambe-manual_0_1648635161.html Recuperado: 3 de abril 2019.
- Purnama, A.E. *Cinematizing the Bad-Land: Vince Gilligan Stylistic Eclecticism of Contemporary American Basic Cable Television Drama*. [Tesis Doctoral] Países Bajos: Universidad de Groningen, 2011.
- Raney, A. “Expanding Disposition Theory: Reconsidering Character liking, Moral Evaluations and Enjoyment, Communication Theory”. En Pierson, D. P. (Ed.) *Breaking Bad Critical Essays on the contexts, Politics, Style and Reception of the Television Series*. Maryland: Lexington Press, 2014.
- _____. “Media Enjoyment as a Function of Affective Dispositions toward and Moral Judgment of Characters”. En Dovelng, K. et al. *The Routledge Handbook of Emotions and Mass Media*. Nueva York: Routledge, 2010.
- Psychologist World Redacción. “The Zeigarnik Effect Explained”. En *Psychologist World* [online]. Sin fecha. <https://www.psychologistworld.com/memory/zeigarnik-effect-interruptions-memory> Recuperado: 25 de mayo 2019.
- Romano, A. “Breaking Bad Finale: Lost Interviews with Bryan Cranston & Vince Gilligan”. En *The Daily Beast* [online] 29 de septiembre 2013. Actualizado: 11 de julio, 2017. <https://www.thedailybeast.com/breaking-bad-finale-lost-interviews-with-bryan-cranston-and-vince-gilligan> Recuperado: 27 de noviembre, 2018.
- _____. “The Way They Hook Us- For 13 Hours Straight”. En *Newsweek*. Nueva York, Graham Holdings Company. 15 de mayo 2013. <http://www.andrewromano.net/40/the-way-they-hook-us-for-13-hours-straight> Recuperado: 22 de septiembre 2017.
- Rothman, L. “The Scathing Speech That Made Television History”. En *Time*. 9 mayo 2016. <https://time.com/4315217/newton-minow-vast-wasteland-1961-speech/> Recuperado: 6 de septiembre 2019.
- Ryan, M. “<Breaking Bad> Finale Review, ‘Felina’: The Big Finish Felt Small At Times”. En *Huffpost*. 30 de septiembre 2013. https://www.huffpost.com/entry/breaking-bad-finale-review_b_4015186 Recuperado: 10 de agosto 2018.
- _____. “‘Breaking Bad’ Reactions and Why Walt’s No Hero”. En *Huffpost*. 17 de septiembre 2013. https://www.huffpost.com/entry/breaking-bad-reactions_b_3942905 Recuperado: 30 de julio 2018.
- _____. “‘Breaking Bad’ ‘Ozymandias’ Recap: Devastation”. En *Huffpost*. 16 de septiembre 2013. https://www.huffpost.com/entry/breaking-bad-ozymandias_b_3931402?utm_hp_ref=maureen-ryan Recuperado: 30 de julio 2018.
- San Juan, E. *Breaking down. Breaking Bad. Unpeeling the Layers of Television’s Greatest Drama*. Leipzig: Amazon Distribution, 2013.
- Sanchez Baró, R. “Uncertain Beginnings: Breaking Bad’s Episodic Openings”. En Pierson (Ed.) *Breaking Bad Critical Essays on the contexts, Politics Style and Reception of the Television Series*. Maryland: Lexington Press, 2014.
- Sartori, G. *Homo Videns: La Sociedad Vigilada*. Madrid: Taurus, 1998.
- Scarano, R. “Hats Off: Recapping ‘Breaking Bad’, ‘Felina’” (Season 5, Episode 16)”. En *Complex*. 30 de septiembre 2013. <https://www.complex.com/pop-culture/2013/09/breaking-bad-felina-recap> Recuperado: 29 de julio 2018.
- Schaftesbury. *Carta sobre el entusiasmo & “Sensus communis” Ensayo sobre la libertad de ingenio y el humor*. Valencia: Acantilado, 1995.

- Scolari, C. "Introducción". En Jenkins, H. *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona: Gedisa, 2015.
- Scott, M. "The Increasing Ugliness of Walter White". En *The Atlantic*. 13 de agosto 2013. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/08/the-increasing-ugliness-of-walter-white/261048/> Recuperado: 28 de octubre 2018.
- Sepinwall, A. *Breaking Bad. The Complete Critical Companion*. Nueva York: Abrams Press, 2016.
 _____ "Series finale review: 'Breaking Bad' - 'Felina'". En *Uproxx* [online] 29 de septiembre 2013. <https://uproxx.com/sepinwall/series-finale-review-breaking-bad-felina-its-all-over-now-baby-blue/> Recuperado: 12 de agosto 2018.
 _____ *The Revolution Was Televised*. Nueva York: Touchstone, 2012.
- Sim, G. *Individual Disruptors and Economic Gamechangers: Netflix, New Media, and Neoliberalism*. En McDonald, K.; Smith-Rowsey, D. *The Netflix Effect. Technology and Entertainment in the 21st Century*. Nueva York: Bloomsbury, 2016.
- Simsolo, N. *El Cine Negro*. Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- Sinnerbrick, R. "Cinempathy: Phenomenology, Cognitivism, and Moving Images". En *Contemporary Aesthetics*. Special Volume Núm. 5. Rhode Island-University of Buffalo, NY: 2016. <http://www.contempaesthetics.org/newvolume/pages/journal.php> Recuperado: 2 de febrero 2019.
- Skyler is a bitch [página de Facebook] <https://www.facebook.com/Skyler-is-a-bitch-236842159703367/>
- Smith, M. "Feeling Prufish". En French, P. A.; Wettster, H. K. "Film and the Emotions". En *Midwest Studies in Philosophy*. Vol. XXXIV. Boston: Blackwell Publishing, 2010.
 _____ *Engaging Characters. Fiction, Emotion and the Cinema*. Oxford: Oxford University Press, 2004.
- Snierson, Dan. "*Breaking Bad* creator Vince Gilligan explains series finale". En *Entertainment Weekly* [online]. 30 de septiembre 2013. <https://ew.com/article/2013/09/30/breaking-bad-finale-vince-gilligan/> Recuperado: 27 de octubre 2019
- Sober, E. *From a Biological point of View: Essays in Evolutionary Philosophy*. Nueva York: Cambridge University Press. 1994.
- Stabiner, K. "The Pregnant Detective". Nueva York: *The New York Times Magazine*. 22 de septiembre 1985. <https://www.nytimes.com/1985/09/22/magazine/the-pregnant-detective.html> Recuperado: 11 de octubre, 2019.
- Stanley, A. "A Clear Ending to a Mysterious Beginning". En *The New York Times*. 30 de septiembre 2013. <https://www.nytimes.com/2013/10/01/arts/television/breaking-bad-finale.html> Recuperado: 27 de julio 2018.
- Stokeley, M. *El creador de la serie Breaking Bad Vince Gilligan responde preguntas del público*. [Blog] Sin fecha <http://www.amc.com/shows/breaking-bad/talk/2011/10/vince-gilligan-interview> Recuperado: diciembre 2018.
- Szalai, G. "Edinburgh TV Fest: Netflix's Ted Sarandos Defends International Expansion, Content Spending". En *Hollywood Reporter* [online]. 23 de agosto 2012. <https://www.hollywoodreporter.com/news/netflix-ted-sarandos-edinburgh-tv-festival-365002> Recuperado: 11 de septiembre 2018.
- Tan, E. S. *Emotion and the Structure of Narrative Film. Film as an Emotion Machine*. Nueva York: Routledge, 2011.^o
- Television Critics Association. [tvcritics.org](http://www.tvcritics.org) [Página web]
- Television Without Pity. <http://www.televisionwithoutpity.com> [Página web]
- Tharrats, J. *El guió segons com. Escriure per a cine i tv amb les seves circumstàncies*. Barcelona: Trípodos, 2009.
- The New Yorker. www.newyorker.com [Página web] Nueva York.

- The Star Ledger. <https://www.nj.com/starledger/> [Página web] Iselin, Nueva Jersey.
- Thompson, R. *Television's Second Golden Age. From 'Hill Street Blues' to 'ER'*. Nueva York: Continuum, 1996.
- _____. "The <Garbage> on Television is Worth Including in the College Curriculum". En *The Chronical of Higher Education*, 26 de octubre 1988.
- Thomson-Jones, K. "Art, Ethics and Critical Pluralism". En JAMES, H. *Films and Emotions*. Boston: Blackwell Publishing, 2010.
- Tous, A. *La era del drama en televisión. Perdidos, CSI: Las Vegas, El ala oeste de la Casa Blanca, Mujeres desesperadas y House*. Barcelona: UOCpress, 2010.
- _____. "Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses". En *Comunicar 33: Cibermedios y medios móviles*. Vol. XVII, Núm. 33, 2º semestre, 1 octubre 2009.
- Tubau, D. *El espectador es el protagonista*. Barcelona: Alba Editorial, 2015.
- _____. *El guion del siglo 21*. Barcelona: Alba Editorial, 2011.
- Urban Dictionary. *Skyler White*
<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Skyler%20White> San Francisco, California.
 Recuperado: 15 de octubre 2018.
- Vanderwerff, T. "<Breaking Bad> recap: None of this had to happen". En *Los Angeles Times*. 30 de septiembre 2013 <https://www.latimes.com/entertainment/tv/showtracker/la-et-st-breaking-bad-recap-20130929-story.html> Recuperado: 15 de agosto 2018.
- Varona, E.J. "Los Aciertos de la crítica". En *Violetas y Ortigas*. Madrid: Ed. América, 1906.
- Vidmar, N.; Rokeach, M. "Archie Bunker's Bigotry: A Study in Selective Perception and Exposure". En *Journal of Communication*, Vol. 24. Núm 1. Oxford: Oxford University Press, marzo 1974.
- Vitagliano, E. "Is Television addictive? Psychologists say it can be". En *Catholic Exchange* [online]. 24 de abril 2002. <https://catholicexchange.com/is-television-addictive-psychologists-say-it-can-be>
 Recuperado: 27 de abril de 2017.
- Watson, K. "Pictures and make believe". En *The Philosophical Review*, Núm. 82. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1973.
- Wild, D. *The Showrunners: A Season Inside the Billion-Dollar, Death-Defying, Madcap World of Television's Real Stars*. Nueva York: HarperCollins, 1999.
- Wilde, O. *El Crítico como Artista*. Madrid: Espasa-Calpe. Tercera edición. 1968.
- Williams, L. "Mega-Melodrama! Vertical and Horizontal Suspensions of the Classical". En *Modern Drama*, 55, Núm. 4. 2012.
- Williams, R. *Television: Technology and Cultural Forms*. Connecticut: Wesleyan University Press, 1974.
- Yanal, R. J. "Hybrid Truths and Emotion in Film". En French, P. A.; Wettstein, H. K. "Film and the Emotions". En *Midwest Studies in Philosophy*. Vol. XXXIV. Boston: Blackwell Publishing, 2010.
- Yglesias, M. "<Breaking Bad> final episode: The plot was totally absurd. Wait a minute: Did no one else find the plot totally absurd?!". En *Slate* [online] 30 de septiembre 2013. <https://slate.com/culture/2013/09/breaking-bad-final-episode-the-plot-was-totally-absurd.html>
 Recuperado: 30 de agosto 2018.
- Zoller, M. "<Beaking Bad> Recap Series Finale: Do It Yourself". En *Vulture* [online]. 30 de septiembre 2013. <https://www.vulture.com/2013/09/breaking-bad-recap-series-finale.html>
 Recuperado: 16 de agosto 2018.
- _____. "Seitz on 'Breaking Bad' and Why Viewers Need to Whitewash Walter White". En *Vulture* [online]. 17 de septiembre 2013. <https://www.vulture.com/2013/09/seitz-breaking-bad-walter-white-apologists-phone-call.html> Recuperado: 30 de julio 2018.

Audiovisuales

Adiós, Mr. Chips (*Goodbye Mr Chips*, 1939) [Película de ficción] Director: Sam Woods.

Alfred Hitchcock presenta (*Bang! You're Dead. Alfred Hitchcock presents*, CBS, 1955-1962) [Serie de televisión] Creador: Alfred Hitchcock.

AMC Breaking Bad: Team S.C.I.E.N.C.E, Animación, 3'50" [Canal de Youtube] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=4bMumcqyJ4U> 1 de enero 2019.

America on Prime Time (PBS, 2011) [Serie de televisión] Creador: Lloyd Kramer.

Badfinger (1972). *Baby Blue* [canción] En álbum *The Best of Badfinger* (2000). Corte 3. Santa Mónica, California: Universal Music Group, Universal Music Catalogue. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=9rVt7nZTPBA> 2 de agosto 2018.

Better Call Saul (*Better Call Saul*, AMC 2015-) [Serie de television] Creadores: Vince Gilligan y Peter Gould.

Big Little Lies (*Big Little Lies*, HBO, 2017-2019) [Serie de televisión] Creador: David. E. Kelley.

Boardwalk Empire (*Broadwalk Empire*, HBO, 2010-2014) [Serie de television] Creador: Terence Winter.

Breaking Bad (*Breaking Bad*, AMC, 2008-2013) [Serie de televisión] Creador: Vince Gilligan.

Breaking Bad - *Minisode 2* (2009) VOSTFR - "Wedding Day". En *Breaking Bad: Official YouTube Channel* Trailer [Canal de Youtube] Visualizaciones: >482.000 Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=oRv6j4ZErik> 7 de enero, 2019.

Breaking Bad official. "Bullet on the back of the Head" (S3/E13) Teaser. [Canal de Youtube] 123.000 suscriptores. >160.000 visualizaciones. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=iOX0Hf1U9so&list=PL4XYugONL7laMIghmvj_Bth1MYxNV_vhOg 5 de abril 2019.

Breaking Bad, Original Minisodes. En *Breaking Bad: Official YouTube Channel*. Trailer. [Canal de Youtube] Visualizaciones: >254.000 Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=VaOt6tXyf2Y> 7 de enero 2019.

Buffy, cazavampiros (*Buffy the Vampire Slayer*. WB, 1997-2001; UPN, 2001-2003) [Serie de televisión] Creador: Joss Whedon.

Cagney & Lacey (*Cagney & Lacey*, CBS, 1981-1988) [Serie de televisión] Creadoras: Barbara Avedon y Barbara Corday.

Canción triste de Hill Street (*Hill Street Blues*, NBC, 1981-1987) [Serie de televisión] Creador: Steven Bochco.

Coffee TV. *Finales alternativos de Breaking Bad*. [Canal de Youtube] Visualizaciones: 687.000. Comentarios: >1.000 Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=9Rysz4HWvIk> 20 de agosto 2019.

Dallas (*Dallas*, CBS, 1978-1991) [Serie de televisión] Creador: David Jacobs.

Dawson crece (*Dawson's Creek*, WB, 1998-2003) [Serie de television] Creador: Kevin Williamson.

De Película - By Screen Rant. *25 Detalles Que Te Perdiste En "Breaking Bad"* [Canal de Youtube] Visualizaciones: >1.000.000. Comentarios: >1.000. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=0bECEQ2v0U> 20 de agosto 2019.

Dexter (*Dexter*, Showtime, 2006-2013) [Serie de televisión] Creador: James Manos Jr.

El bueno, el feo y el malo (*Il buono, il brutto, il cattivo*, 1966) [Película] Director: Sergio Leone.

El fugitivo (*The Fugitive*, ABC, 1963) [Serie de televisión] Creador: Roy Huggins.

El motín del Caine (*The Caine Mutiny*, 1954) [Película de ficción] Director: Edward Dmytryk.

El precio del poder (*Scarface*, 1983) [Película de ficción] Director: Brian de Palma.

El puente sobre el río Kwai (*The Bridge of River Kwai*, 1957) [Película de ficción] Director: David Lean.

Expediente X (*The X Files*, FOX, 1993-2002) [Serie de televisión] Creador: Chris Carter.

Film at Lincoln Center. *Breaking Bad Q&A: Vince Gilligan* [Canal de Youtube] 114.000 suscriptores. Visionados: >50.000. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=tGphF6Aqq9Y> 23 de abril 2020.

Fleabag (*Fleabag*, BBC1, 2016-2019) [Serie de televisión] Creadora: Phoebe Waller-Bridge.

Fuego salvaje (*Wilder Napalm*, 1993) [Película de ficción] Director: Glenn Gordon Caron.

Girls (*Girls*, HBO, 2012-2017) [Serie de televisión] Creadora: Lena Dunham.

Hancock (*Hancock*, 2008) [Película de ficción] Director: Peter Berg.

Hombre rico, hombre pobre (*Rich Man, Poor Man*, ABC, 1975) [Serie de televisión] Creador: Irwin Shaw.

Hospital (*St. Elsewhere*, NBC, 1982-1988) [Serie de televisión] Creadores: Joshua Brand y John Falsey.

House of Cards (*House of Cards*, Netflix, 2013-2018) [Serie de televisión] Creador: David Fincher.

jcham979. *Breaking Bad Finale Theory - A Case For Walt Poisoning Brock*. Sin fecha. [Canal de Youtube] Visualizaciones: >343.000. Comentarios: >700. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=3BROfhjCvcY> 27 de agosto 2019.

Juego de tronos (*Game of Thrones*, HBO, 2011-2019) [Serie de televisión] Creadores: David Benioff, D. B. Weiss.

Kelly, Nicky. *Breaking Bad Greatest Moments* [Canal de Youtube] >13,2 millones de visualizaciones. Recuperado de https://youtu.be/Xs6_vecSv2Y 20 de abril 2019.

Killing Eve (*Killing Eve*, BBCA, 2018-) [Serie de televisión] Creadora: Phoebe Waller-Bridge.

Larry David (*Curb Your Enthusiasm*, HBO, 2000-) [Serie de televisión] Creador: Larry David.

Lladres de temps (*Time Thieves*, 2018) [Largometraje documental] Directora: Cosima Dannoritzer.

¡Llama a la comadrona! (*Call the Midwife*, BBC, 2012-) [Serie de televisión] Creadora: Heidi Thomas.

Los pistoleros solitarios (*The Lone Gunmen*, FOX, 2001) [Serie de televisión] Creador: Chris Carter.

Los Soprano (*The Sopranos*, HBO, 1999-2007) [Serie de televisión] Creador: David Chase.

M.A.S.H (*M*A*S*H*, CBS, 1972-1983) [Serie de televisión] Creador: Larry Gekbart.

Mad Men (*Mad Men*, AMC, 2007- 2015) [Serie de televisión] Creador: Matthew Weiner.

Marty (*It's Marty*, CBS, 1968-1969) [Serie de televisión] Creadores: Marty Feldman y Barry Took.

Mead, Kevin Vincent. *Breaking Bad, Season 1, Cold Opens* [Canal de Youtube] 2011. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=N2Anq0zHQK0> 20 de abril 2019.

Mulholland Drive (*Mulholland Dr.*, 2001) [Película de ficción] Director: David Lynch.

Muñeca Rusa (*Russian Doll*, Netlix, 2019-) [Serie de televisión] Creadoras: Amy Poehler, Natasha Lyonne, Leslye Headland.

Orange Is the New Black (*Orange Is the New Black*, Netflix 2013-) [Serie de televisión] Creador: Jenji Kohan.

Oz (*Oz*, HBO, 1997-2003) [Serie de televisión] Creador: Tony Fontana.

Perdidos (*Lost*, ABC, 2004-2010) [Serie de televisión] Creador: J.J. Abrams.

Policías de Nueva York (NYPD Blue, ABC, 1993-2005) [Serie de televisión] Creador: Steven Bochco.

PopCorn News. *33 Curiosidades de Breaking Bad - ¿Sabías qué...? #64* [Canal de Youtube] Visualizaciones: >1.000.000. Comentarios: >1.300. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=EEF2EwHJ2VQ> 20 de agosto 2019.

Sexo en Nueva York (Sex and the City, HBO, 1998-2004) [Serie de televisión] Creador: Darren Star.

Showrunner: The Art of Running a TV Show (2014) [Largometraje documental] Director: Dan Doyle.

Spencer, Adam. *An interview with Vince Gilligan*. [Canal de Youtube] Sydney's Writer Festival, 2014. Recuperado de <https://youtu.be/j-aniHJ6g0> 11 de noviembre 2019.

Star Trek (Star Trek, NBC, 1966-1969) [Serie de televisión] Creador: Gene Roddenberry.

Taxi Driver (Taxi Driver, 1976) [Película de ficción] Director: Martin Scorsese.

The Adventures of Kathlyn (1913) [Película de ficción] Director: Francis J. Grandon.

The Good Wife (The Good Wife, CBS, 2009-2016) [Serie de televisión] Creadores: Michelle y Robert King.

The Office (The Office, NBC, 2005-2013) [Serie de televisión] Creadores: Greg Daniels, Ricky Gervais, Stephen Merchant.

The Perils of Pauline (1914) [Película de ficción] Director: Louis J. Gasnier.

The Shield (Al margen de la ley, FX, 2002-2008) [Serie de televisión] Creador: Shawn Ryan.

The Wire (Bajo escucha, HBO, 2002-2008) [Serie de televisión] Creador: David Simon.

The Writer's Room (2013-2014, SundanceTV, 2013-2014) [Serie de televisión] Creador: Tom Forman.

Todo en familia (All in the Family, CBS, 1971-1979) [Serie de televisión] Creador: Norman Lear.

Todo queda en casa (Home Fries, 1998) [Película de ficción] Director: Dan Paristo.

Tommy James & The Shondells (1969). *Crystal Blue Persuasion* [canción] En álbum *Crimson and Clover* (1969). Nueva York: Roulette Records Inc. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=XD18ZPm3GrU> 2 de agosto 2018.

Twin Peaks (Twin Peaks, ABC, 1990-1991) [Serie de televisión] Creador: David Lynch.

Vickie el vikingo (Chístna baikingu Bikke, ZDF, 1972-1974) [Serie de animación] Creador: Hiroshi Saito.

Weeds (Weeds, Showtime, 2005-2012) [Serie de televisión] Creador: Jenji Kohan.

Westworld (Westworld, HBO, 2016-) [Serie de televisión] Creadores: Lisa Joy y Jonathan Nolan.

Podcasts

French, Lisa. *Speaking with: The New Yorker TV critic Emily Nussbaum* [Podcast] 18 de agosto 2014. Recuperado de <http://theconversation.com/speaking-with-the-new-yorker-tv-critic-emily-nussbaum-30033> 17 de septiembre 2019.

Nussbaum, E. "Tad Friend and Emily Nussbaum on <Breaking Bad>". En *The New Yorker Out Loud* [Podcast] 11 de septiembre 2013. Recuperado de <https://www.newyorker.com/podcast/out-loud/tad-friend-and-emily-nussbaum-on-breaking-bad> 12 de abril 2019.

FIN

