

MEDIOS

CRÍTICA DE TV



Fernando de Felipe

“Flex Forward”

Como imagino que recordarán todos ustedes, una de las campañas publicitarias más divertidas de los últimos tiempos era aquella de los colchones en la que todo aquel que oía una palabra que contuviera “Flex”, caía irremediablemente en un placentero sueño. Aunque con unos resultados sin duda mucho menos reparadores, dicha idea fue debidamente remakeada por Cuatro a finales de septiembre para promocionar (genialmente) el inminente estreno este mismo martes de su más esperada serie, *Flashforward*, una historia de ciencia ficción creada por HBO y producida finalmente por la cadena ABC que, a decir de muchos, podría ser el relevo natural de la tan laberíntica como adictiva *Perdidos*.

Adaptada libremente a partir de la novela homónima publicada en 1999

por el canadiense Robert J. Sawyer (un reputadísimo maestro del género), la compleja trama de *Flashforward* arranca en el momento justo en el que la población mundial al completo cae inconsciente durante un “apagón” que durará, exactamente, 2 minutos y 17 segundos (1 minuto y 43 segundos en el libro). El problema, apocalíptico y desolador como pocos, es que, durante ese breve lapso de tiempo, (casi) todo el mundo sufrirá una suerte de “alucinación” personal e intransferible en la que cada cual podrá ver, premonitoriamente, lo que podría terminar ocurriéndole (o no) seis meses después (o 21 años más tarde en la novela), recurso éste tan argumentalmente sencillo como narrativa y dramáticamente eficaz.

Todo ello viene a demostrar que en esto de la ficción televisiva hipermediáticamente sostenible, los estadounidenses

no dan nunca puntada sin hilo. Sólo así puede entenderse que, además de los consabidos guiños a *Perdidos* o a *Mujeres desesperadas* (atención a los cuasi-subliminales *product placements* de su sobrecogedor piloto), los creadores de la serie no pararan hasta conseguir que tan sonado estreno en tierras americanas se produjera exactamente el pasado 24 de septiembre, fecha en la que arranca precisamente la trama de *Flashforward* (ucrónica trama que llegará a su fin, como es lógico esperar, el 29 de abril del 2010, día a su vez de la emisión de su último capítulo). Hay apuestas televisivas que bien valen un meneío de nada en la parrilla.

Lástima que, paradojas de la globalización a tiempo parcial mediante, a los de Cuatro tan espectacular “momento Flex” les haya quedado un tanto desincronizado, ¿verdad?

‘Curso del 63’ es el estreno de más éxito de la temporada

► El docu-reality *Curso del 63* de Antena 3 se convirtió la noche del martes en el estreno de la temporada de horario de máxima audiencia que ha tenido más éxito. Algo más de cuatro millones de espectadores y una cuota del 21,8% de la audiencia de *prime time* certificaron la buena acogida del programa, en el que la dirección de la cadena había puesto muchas esperanzas. El planteamiento de *Curso del 63* consiste en introducir a 20 alumnos mayores de edad en la educación de los años 60 en todos sus aspectos, métodos educativos, material didáctico, instalaciones e incluso vestuario. Antena 3 ha combinado el estreno del programa con la promoción de un debate sobre la educación tanto en televisión como por internet. / Redacción

Las audiencias

6 de octubre. En miles de personas

Catalunya	España
3 APM?	662
3 TN vespre	642
Curso del 63	566
3 TN migdia	455

No se lo pierda

Felipe González
La forja de un líder

El ex presidente del Gobierno Felipe González protagoniza el capítulo de *La forja de un líder* (33, 22.30 h), que repasa su trayectoria política, que le llevó a estar 13 años en la Moncloa.



Recomendado

Un periodista de a pie
50 años de...

La 1 de TVE emite hoy (23.45 h) el capítulo dedicado al periodismo en la serie *50 años de...*, que repasa el último siglo de la sociedad española y conmemora el cincuentenario de TVE Catalunya.

‘La abeja Maya’ vuelve a volar, ahora en tres dimensiones

Los productores actualizan las historias y proyectan hacerlo también con ‘Heidi’ y ‘Vicky el vikingo’

FRANCESC BRACERO
Barcelona

Treinta años después de su nacimiento, la popular abeja Maya va ser sometida a un proceso de rejuvenecimiento, con una nueva producción de animación en 3D y un presupuesto de 10 millones de euros. Esta serie, una de las pocas todavía en emisión que conectan a varias generaciones, es la punta de lanza de un proyecto que actualizará otras series de gran éxito de hace años, como *Heidi* y *Vicky el vikingo*.

La nueva producción de *La abeja Maya* se beneficiará de las grandes mejoras que ha experimentado la animación por ordenador en 3D en los últimos años. Las historias serán las mismas que ya se produjeron hace 30 años, aunque los guiones variarán para dotarlos



La abeja Maya y sus amigos Flip y Willy

de mayor ritmo y acentuar el protagonismo de algunos de los personajes secundarios.

Los productores Studio 100 y Planeta Junior han iniciado ya la producción en el nuevo estudio S100 de París de 52 nuevos episodios de *La abeja Maya* de 11 minutos de duración, aunque existe la posibilidad de que el

proyecto llegue finalmente a constar de 78 capítulos.

Numerosas cadenas de televisión de todo el mundo se han hecho ya con los derechos de emisión de la serie. Entre ellas, TF1 (Francia), RAI (Italia), RTP (Portugal) o ZDF (Alemania). Para España no existen acuerdos cerrados, aunque la productora está en conversaciones con TVE, que es la cadena que emite hoy en día *La abeja Maya*.

Ignacio Segura, director general de Planeta Junior, que estos

días se encuentra promocionando la serie en el festival Mipcom de Cannes, asegura que la idea está teniendo “mucho éxito” entre las cadenas.

“La idea –apunta– es hacer la serie más ágil y eso se hace en varias cosas, como quitar las partes más pesadas de las antiguas historias”. Aunque los personajes ahora serán tridimensionales, se mantendrán los fondos bidimensionales, que dan mayor calidez a estos dibujos animados actualizados. ●



Jeff Bezos y el Kindle

Amazon lanza su lector Kindle en más de cien países

► El lector de tinta electrónica Kindle, creado por Amazon.com y que hasta ahora sólo se comercializaba en Estados Unidos, tiene desde ayer una versión internacional que se puede comprar ya en más de un centenar de países, incluida España, según presentó ayer su consejero delegado, Jeff Bezos. El dispositivo, que permite descargar de forma inalámbrica y en tan sólo unos pocos segundos libros, revistas y periódicos, costará unos 190 euros. / Agencias

Las españolas son las europeas que más usan redes profesionales

► Según datos de la red profesional LinkedIn, las mujeres españolas están por delante del resto de las mujeres europeas en lo que respecta al uso de las redes profesionales en internet. Un 35% de los miembros de LinkedIn en España son mujeres, frente a un 34% en Francia, un 32% en Reino Unido y un 29% en Alemania. Tan sólo Italia, con un 36%, supera el porcentaje de las españolas. En España, las mujeres representan el 44% de la población activa. / Redacción