

Informe Eurofiction 2000:

“Entre la innovación y el conformismo”

Artículo Resumen

Por EUROFICTION España: Lorenzo Vilches (coordinador), Rosa A. Berciano, Charo Lacalle (investigadoras), Sonia Algar y Sonia Polo (colaboradoras)

EUROFICTION se encuentra integrado en el Observatorio Europeo del Audiovisual (Unión Europea). Es un observatorio instituido en cinco países -Alemania, España, Gran Bretaña, Italia- con el objetivo de efectuar un seguimiento sistemático de la ficción televisiva de producción nacional y europea ofrecida anualmente por las televisiones de cada país. La actividad principal de Eurofiction es un estudio anual constituido por los cinco trabajos de cada país y publicado por el Observatorio Europeo del Audiovisual y la Fondazione Hypercampo. EUROFICTION ESPAÑA es miembro fundador y está formado por los investigadores Rosa A. Berciano, Charo Lacalle y Lorenzo Vilches (coordinador) y las colaboradoras Sonia Algar y Sonia Polo, de la Universidad Autónoma de Barcelona.

EUROFICTION is part of the European Observatory of the Media (European Union). It is an observatory existing in five countries -Germany, Spain, Great Britain, Italy- and its aim is to follow the national production of fiction for television made in each country and in Europe through the year. The Eurofiction's main activity is an annual research made on the basis of the individual researches of the five member countries and published by the European Observatory of the Media and the Fondazione Hypercampo. Eurofiction España is one of the original members, and it is formed by the researchers from the Universidad Autonoma of Barcelona Rosa A. Berciano, Charo Lacalle and Lorenzo Vilches (coordinator) and the contributors Sonia Algar and Sonia Polo.

1. Panorama de la televisión en España

Gran Hermano y las prácticas que avanzan en la convergencia digital de los operadores, medios y contenidos fueron las principales referencias del año 2000. El propio espectáculo de Gran Hermano se caracterizó por una amplia utilización de elementos transmedia (televisión, Internet, revistas y libros), aunque la fuerza principal de sus audiencias masivas y de su notoriedad social radicó en las emisiones de una cadena analógica convencional (Tele 5).

La evidencia de las cifras de Gran Hermano provocó cierto debate y reacciones bien visibles en la programación y las audiencias. Los aspectos morales y sociales de este concurso suscitaron un encendido debate entre una cierta élite de escritores de diarios acusando a la televisión de los males de la cultura y de un supuesto bajo nivel de lectura de los españoles. Los fantasmas de principios del siglo pasado contra los medios por parte de los autodenominados intelectuales con tribuna fija en los periódicos ha servido para desviar un razonamiento a fondo sobre el papel que desempeñan las televisiones en la cultura popular, en las expectativas de las audiencias juveniles y en la capacidad creativa de la televisión, y el nuevo panorama de la convergencia de medios.

Por su parte, la revolución en los medios y hábitos de los espectadores tuvo un carácter más silencioso, quizá porque los sistemas de investigación y medición no están todavía a la altura de las circunstancias. Aún así, en el panorama de la industria, muchas de las novedades del año fueron protagonizadas por los nuevos medios y servicios digitales y sus diferentes modalidades de convergencia.

En primer lugar fue el año de la TDT: Quiero TV inició por fin sus emisiones en abril, con el reclamo comercial del acceso a Internet a través del televisor (y, por supuesto, con correo electrónico y tiendas virtuales basadas en web, al estilo norteamericano de la 'enhanced TV'); se convocaron y se adjudicaron dos licencias nacionales de televisión a dos grandes grupos mediáticos relacionados con la prensa, y en Madrid comenzaron las emisiones públicas y privadas a través del nuevo sistema digital (aunque alguna tuvo que recurrir al procedimiento vicario de adquirir un emisora analógica para disponer de cobertura efectiva).

Los operadores de cable continuaron extendiendo sus redes en las ciudades y empezaron a ofertar paquetes integrados de comunicaciones que incluyen televisión, Internet de alta velocidad y, por supuesto, telefonía. Puede hablarse razonablemente de unos 300.000 usuarios domésticos de cable con servicios audiovisuales avanzados. Por su parte Telefónica cambió radicalmente su estrategia respecto al cable: renunció al mismo (al menos en lo que se refiere a llegar con fibra óptica hasta la puerta de cada abonado) y apostó por la alternativa de la tecnología xDSL, que pretende amortizar las redes tradicionales para facilitar contenidos en banda ancha (incluida la televisión).

Los actores ya conocidos de la televisión digital por satélite continuaron acumulando suscriptores. Las cifras publicadas por Canal Satélite Digital a finales del año eran algo superiores a 1 millón y las de Vía Digital se aproximaban a los 633.000 clientes. Más allá del pago por visión y la EPG, herramientas esenciales del negocio de la nueva televisión, los suscriptores de las distintas plataformas (especialmente los de Vía Digital) pudieron probar por sí mismos las primeras aplicaciones interactivas: multipantallas para seguir los Juegos Olímpicos o las elecciones de EE.UU., spots en los que se puede entrar y jugar, ventas por catálogo a través del mando a distancia, envío de mensajes a móviles, etc. En cuanto a los programas, destacó la presencia pionera de una cadena generalista nacional en una plataforma y la creación de un canal (Factoría de Ficción) para la emisión de series españolas ya vistas en abierto.

En 2000 comenzó a hablarse de una nueva generación de descodificadores que permiten la grabación digital y la selección inteligente de programación, a la vez que integran acceso a Internet y lectura de DVDs, CDs y videojuegos. Simultáneamente, la vieja picaresca española se adaptó a las nuevas tecnologías y con el apoyo de la Red se produjo una explosión social de las tarjetas pirata de acceso a las televisiones digitales.

Sin embargo el protagonista tecnológico del año 2000 no fue el descodificador de televisión sino el teléfono móvil. A mediados de año los móviles superaron a los fijos y en Navidad alcanzaron una cifra cercana a la saturación; pero como la técnica y el mercado no se detienen, a lo largo del año se convocaron, adjudicaron y discutieron las licencias UMTS, que permitirán el acceso a Internet y a contenidos audiovisuales a través de dispositivos móviles. Desde Japón llegaron noticias de una amplia base de usuarios jóvenes que ya escuchan música, juegan en red y se envían fotografías a través de sus teléfonos.

El acceso habitual a Internet pasó durante el año 2000 del 8.2% al 15.8% de la población, con la novedad de la tarifa plana. Los dispositivos de acceso se multiplicaron (el televisor con apoyo de descodificadores y adaptadores específicos, cable módem, consolas de videojuegos, agendas electrónicas personales...). Por la parte de los operadores de televisión comenzó el uso del espacio web como ámbito natural de crecimiento de sus actividades (por ejemplo, las noticias de Antena 3 residen en el portal de la cadena para permitir que cada usuario construya su propio informativo en el momento en que lo desee). Por parte de la Red germina un proceso que puede resultar revolucionario: el 'webcast' de emisiones desvinculadas del concepto de licencia, que a finales del año contaba con productos simples de ficción serial como 'La Cuadrilla Espacial', 'E-namorarte', 'Se Busca un Cadáver' o los cortos de Fésser. La última creación del director Javier Fésser, 'Javi & Lucy', creada especialmente para Internet, había superado en menos de un mes el medio millón de entradas en el portal Plus.es del Grupo Sogecable. Se trata de una serie de 12 capítulos de un minuto de duración de los cuales se han estrenado dos.

En el año 2000, en plena fiebre liberalizadora y de explotación del espectro radioeléctrico, se conceden también las licencias nacionales de radio digital (una tecnología que permite 'ver la radio'). Algunas empezaron a emitir casi en el vacío, pues es difícil encontrar receptores y su precio aún es elevado, aunque la televisión digital y la Red les prestan una cobertura inicial: pura convergencia.

La inversión publicitaria en televisión creció de nuevo hasta alcanzar los 384.467 millones de pesetas, un 10.05% más que en 1999, aunque la tasa interanual de las televisiones llega casi al 30%. Tele 5 y Antena 3 superaron por primera vez a TVE en ingresos publicitarios, a pesar de que dos de los programas del ente público conservaron casi un tercio de toda la audiencia del país.

En el terreno de la televisión convencional, TVE inició un profundo proceso de redefinición empresarial que cuenta con la oportunidad de establecer al mismo tiempo el modelo de la televisión estatal frente al nuevo escenario. Un decreto de ley transfiere la gestión de Radio Televisión Española (RTVE) a la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI) y adscribe al ente público al Ministerio de

Presidencia. Al tiempo que la deuda de RTVE se situaba en 800 mil millones de pesetas, el Tribunal de Luxemburgo ha pedido que la Comisión Europea estudie la doble financiación de las televisiones públicas europeas, un tema que ha sido solicitado con frecuencia por parte de las televisiones privadas españolas.

TVE mantiene el liderazgo en audiencia, pero pierde los mercados de Madrid, Cataluña, Valencia y Canarias. La relevancia de TVE1 en prime time se debe a las grandes competiciones deportivas.

Tele 5 celebró su décimo aniversario con el liderazgo en el segundo semestre merced a Gran Hermano y a una serie de programas que determinaron una percepción de imagen innovadora. Antena 3 no supo reaccionar mientras duró Gran Hermano y dudó continuamente entre la imitación de la novedad de su rival, Tele 5 (con un formato como El Bus semejante al de Gran Hermano y los formatos argentinos en el último trimestre) y la tradición. En esa esquizofrenia su audiencia resultó seriamente perjudicada con el fracaso de sus estrenos en otoño. Las televisiones públicas autonómicas presentaron una solidez inusual en audiencia que no se correspondió con sus cuentas de resultados. Estas televisiones han reforzado la penetración de sus programas informativos y han conseguido avanzar de manera significativa en la franja de tarde con los programas magazines, así como en los late night2. En el ámbito de las televisiones locales se desataron estrategias de grandes grupos mediáticos por construir redes cuasi-nacionales, al estilo de las cadenas de radio y de las 'networks' norteamericanas. Las cadenas de televisión local se muestran especialmente dinámicas en Andalucía y Canarias.

En términos de programación y contenidos el fenómeno más ruidoso del año fue Gran Hermano. Las principales enseñanzas del programa fueron éstas: las cuotas mensuales de las cadenas no son inmutables a pesar de la regularidad de los últimos años; los canales generalistas cuentan aún con armas importantes para generar audiencias masivas a pesar de la inevitable erosión de su cuota de pantalla, en especial en el territorio puramente televisivo del espectáculo; una idea simple puede tener ramificaciones beneficiosas sobre toda una parrilla de programación; y una idea televisiva de una cadena generalista puede utilizar en su favor todos los recursos transmedia posibles.

Otros aspectos interesantes de la programación en el año 2000, menores en comparación con el revuelo provocado por Endemol y Zeppelin, fueron la proliferación de concursos pseudo-culturales, la revitalización de la telenovela latinoamericana en TVE 1, y la incapacidad de las nuevas propuestas de magazines horizontales para competir contra los productos asentados en cada franja (especialmente en la noche, donde Crónicas Marcianas resurgió de sus cenizas al convertirse en privilegiado escaparate de Gran Hermano). Los acuerdos empresariales y la compra de formatos entre España y los países latinoamericanos es bastante más fluida que en el pasado. Endemol Entertainment, filial de Telefónica Media, ha tomado una participación mayoritaria en la productora argentina de televisión Producciones y Publicidad (P&P). P&P está especializada en la producción de programas de entretenimiento e infotainment y cuenta con una filial para actividades relacionadas con Internet.

2. Sample Week, 12-18 marzo del 2000

La ficción televisiva no fue durante el año 2000 el centro de las conversaciones de los telespectadores españoles, lo cual no quiere decir que las series hayan declinado, sino que han dejado de ser un acontecimiento para convertirse en un "clásico". Desembarcos como el restaurado fenómeno del reality show y el interés de las grandes productoras por diversificar su oferta con incursiones en el factual programming han alterado el concepto de entretenimiento de prime time, al menos por el momento, por eso hay que señalar que la semana analizada, previa a la novedad, presenta aún rasgos continuistas.

El total de ficción TV en las cuatro grandes cadenas nacionales (125 horas) no parece haber dado grandes vuelcos respecto al año anterior (121 horas); si bien las cifras correspondientes a la primera cadena pública, TVE1 están por debajo de su oferta normal de ficción, debido a las franjas de prime time copadas por el espectáculo que mantiene a la cadena pública en el liderazgo, el fútbol, y, excepcionalmente, las elecciones políticas.

La venta de las series norteamericanas cae en los mercados porque, como venimos diciendo en informes precedentes, son ya un hecho marginal en la programación actual de las cadenas generalistas. Es verdad que, sumados estrenos y reposiciones, esta producción representa aún un 56% en el conjunto, pero

mientras que la parte de ficción estadounidense está representada por numerosas reposiciones, la parte de la ficción nacional en las cuatro cadenas generalistas (26%) es prácticamente toda ella de primer pase. Por eso vemos que si en day time la producción norteamericana es de un 54% y la de España es de un 24%, cuando se trata del prime time, el protagonismo de la ficción televisiva nacional es evidente: sube a un 51%, al tiempo que la estadounidense desciende a un 37%. Y hay que irse a la franja de night time para encontrar, con un 68%, la más importante presencia de la representación norteamericana.

Esta pérdida de centralidad es apenas mitigada por fenómenos aislados, como el de Los Simpson, que en la franja del mediodía ha llegado a obtener, en la misma semana, parecido seguimiento al de la serie de prime time Policías (3.527.000 frente a 3.754.000).

Junto a alguna reposición, las miniseries y los tv movies norteamericanos se van decantando como los programas más resistentes en la parrilla. Los tv movies son norteamericanos, salvo alguna importación europea de programación raramente estelar. Hay que tener en cuenta que el presupuesto de un telefilme en España no está tan lejos del de una película para la pantalla grande de presupuesto medio, con la diferencia de que la explotación del tv movie acaba generalmente en la propia cadena que la ha financiado, mientras que el film de cine es un producto inicialmente menos caduco y con mayor precio en el mercado de las televisiones. De momento, únicamente la cadena autonómica catalana se ha planteado una producción regular como apoyo a su precaria industria cinematográfica.

Del mismo modo que la cadena autonómica catalana sigue fiel a la soap opera de producción propia, la cadena pública estatal mantiene su lealtad a la telenovela importada (20 horas). A TVE 1 no parecen afectarles los ataques de una parte de la clase política que ha tachado recientemente el género de “zafio y alienante” y acusa a la cadena pública de dudosas compras como la que se realizó a la productora próxima a uno de los asesores del destituido presidente Alberto Fujimori. Sólo en la franja de day time, el total de la soap opera latinoamericana (14 horas) equivale a la tercera parte de la ficción procedente de Estados Unidos (41 horas), una cifra significativa teniendo en cuenta que se computa en una sola cadena, TVE1. No cesan los intentos de renovar la oferta de serial tanto por parte de la cadena estatal como desde las cadenas privadas, importando el know-how de Latinoamérica (El secreto) o abriendo nuevas vías al formato (Ciudad Sur, una teen soap fracasada). Pero, por bajo que sea el coste de la producción propia, la adquisición siempre es más rentable y su share de la emisión de sobremesa ronda a veces el 30%. Hay que añadir a estos factores la intensificación de relaciones de las productoras españolas con Latinoamérica y las cadenas hispanas de Estados Unidos.

El cine, si se exceptúa el de prime time, cuesta más de lo que rinde, en parte por la política de compra por lotes (package), denunciada desde diferentes sectores del audiovisual y que ha llevado finalmente a la asociación de productores (FAPAE) a la mesa de negociación con las majors estadounidenses. El total de cine de las cuatro grandes cadenas (60 horas) aparece mayoritariamente en la programación marginal de night time (68%) o de day time (22%), y en el conjunto de la ficción representa un 34%. Y sin embargo, se ha publicado recientemente que en el año 2000 sólo las cadenas públicas (estatales y autonómicas) gastaron 85.000 millones de pesetas en la compra de películas norteamericanas, muchas de ellas sobrevaloradas al ser películas de la TV por cable pero haberse estrenado en las salas de cine españolas previamente.

Por su origen, hay una diferencia evidente en la programación entre el cine norteamericano y el europeo o de otras procedencias. En prime time el cine es cien por cien made in USA. En el resto de las franjas horarias podemos encontrar, además de films norteamericanos, algún film europeo, que en la muestra han resultado ser films italianos, franceses, ingleses y uno canadiense. Pero mientras que el cine norteamericano ofrece títulos viejos y nuevos, la oferta europea raramente incluye una película relativamente actual, lo que la hace doblemente insignificante a los ojos de un gran público que desconoce esas cinematografías y sus tradiciones.

En cuanto al cine español, hay que decir que triunfa en televisión la comedia populista de los años 60, como lo demuestra el casi 40% de share que en la semana analizada obtiene Ahí va otro recluta. Su protagonista, José Luis Ozores, pertenece a una saga de comediantes españoles que en el tardofranquismo y la transición acumularon la más taquillera y denostada colección de comedias. Precisamente este cine es la inspiración y objeto de homenaje de Torrente 2, la película que recientemente se alzó con el título de la más taquillera de la historia del cine en España.

A continuación se presentan los datos de la semana observada, del 12 al 18 de marzo de 2000.

3. La Ficción doméstica

El año no ha sido fácil para las series de producción propia. Una vez despedido de la programación el Titánico de Médico de Familia, las playas no muy surtidas de títulos de ficción televisiva han visto aparecer y desaparecer varios proyectos en poco tiempo. Aún así, el año 2000 aumenta en 3 programas el total de producciones de series. A pesar de la dura competición en el prime time, tres series dramáticas consolidadas (Periodistas, Compañeros y El Comisario), han podido recalar entre los 25 primeros programas del año compitiendo con el fútbol y con Gran Hermano; sólo algunos estrenos han encontrado sitio entre los 50 primeros (las comedias Un chupete para ella, El botones sacarino y un dramático duro como Policías).

La oferta de títulos entre las tres televisiones estatales es muy equilibrada, TVE1 y A3 hacen un esfuerzo significativo de estrenos con 9 y 8 títulos respectivamente, aunque con desigual fortuna de audiencia.

La oferta de horas de ficción propia, sin embargo, ha descendido respecto al año pasado en 269 horas. Este descenso, que se ubica exclusivamente en las franjas de off prime time se explica en parte por la desaparición de algunas series diarias en las cadenas estatales y autonómicas.

El número de episodios también decrece en forma más importante aún que en la disminución de horas: 391 emisiones menos que en el año 99. La carestía de episodios se concentra en los formatos cortos que también descienden en 431 respecto del año pasado.

Episodios por duración

En contraste, aumentan los episodios en prime time (+68), que podría interpretarse como una mayor concentración de los esfuerzos de las televisiones por competir a la hora de las audiencias familiares que en el año 2000 han estado centradas en los programas de entretenimiento. El conjunto del año estaría revelando una cierta apuesta del mercado interno con inversiones más elevadas, un mayor cuidado en la calidad artística que se refleja en producciones más ambiciosas y una tímida diversificación de formatos, una vez abandonadas las series familiares. Como resultado de este mayor esfuerzo en el prime time (un aumento de 27 horas), se incrementan también (+40) los episodios cercanos a una hora.

Como puede observarse, no se trata de grandes cambios y, a pesar del descenso de horas de ficción, la industria no pierde dinamismo porque "el mercado puede asumir ya el riesgo de proyectos que requieren mayores presupuestos y esfuerzos y la ficción española avanza hacia la madurez gracias al apoyo de la audiencia"³.

Entre los datos que pueden apuntar a una innovación en el panorama español de producción se halla la diversificación de formatos y de temas narrativos. Por primera vez se han emitido más tv movie que seriales. El serial tanto de las televisiones estatales como de las autonómicas representó una apuesta por la creación de audiencias estables y fieles sin grandes riesgos económicos. La lenta ascensión a la superficie de las parrillas de programación de un género como el tv movie podría demostrar una cierta voluntad por la diversificación del mercado. Sin embargo, el crecimiento de tv movie se debe al interés casi exclusivo de la Televisión de Cataluña. Recientemente TV3 firmó un acuerdo con el gobierno catalán para la producción de 8 tv movies que vienen a sumarse a los 29 títulos ya producidos y que representa una inversión cercana a los 3000 millones de pesetas.

La producción de tv movie es aún exigua e insignificante si se compara con el mercado europeo. Las televisiones españolas no quieren invertir en un producto que tiene restricciones de interrupción publicitaria fijadas por la norma europea. Una posible solución, según algunos productores, podría ser la realización de tv movie con tecnología televisiva que permite abaratar los costes de los estándares cinematográficos. De esta manera el coste de una tv movie se acercaría al de un capítulo de serie de 60 minutos. Las tecnologías digitales permiten estándares aceptables para el telefilm, el resto ya es cuestión de ingenio.

Siempre en el terreno de los formatos, la oferta del año 2000 presenta un descenso acusado de los seriales. Se resiente la oferta juvenil ya de por sí históricamente escasa en la oferta española. Con la retirada del serial Nada es para siempre (A3), con el que no superó la media de 800 mil espectadores (el serial Al salir de clase, superó los 2.800 mil espectadores con un share de 24.8%), se pierde la única opción para públicos juveniles de producción española en la hora de acceso al prime time de mediodía, dejando el campo libre a las series norteamericanas que con sitcom de calidad como Cosas de brujas fidelizan a los públicos escolares.

La ausencia de seriales no se traduce, en todo caso, en una falta de confianza en el género dramático. Por el contrario, hay una estabilización de comedias que dejan espacio a géneros fuertes como los policiales, ampliamente comentados en este Rapport.

Televisiones y productores miran el mercado de la ficción propia con cautela. La audiencia se halla muy repartida y no parece haber mayor demanda de ficción. El camino queda abierto para la diversificación de formatos, pero no necesariamente para un mayor aumento cuantitativo de oferta. Aún así, los 32 estrenos del año 2000 han logrado colocar 10 títulos entre los 20 primeros lugares (en términos de media anual de audiencia), entre los cuales aparecen todos los formatos (series, miniseries, open serial y tv movie) y una proporción también equilibrada entre drama y comedia⁴.

Desglose de la producción

El resumen del año se puede sintetizar como innovación en la producción y en las tendencias temáticas más adultas, lejos de lo que bautizamos como "infantilización del prime time" coincidiendo con el inicio del despegue industrial de la ficción en España. Pero, como lo muestra la tabla del Desglose de Producción en forma elocuente, tenemos una industria de ficción más bien conformista, prácticamente ausente de los acuerdos de producción internacional y endogámica a pesar de los excesos verbales de apertura globalizante de las grandes empresas del sector. Una muestra del mercado interior es la programación de Plats Bruts de TV3 y Platos Sucios de ETB2. El primero es una producción original de TV3 cuyo formato fue comprado y adaptado por la televisión vasca. Otro ejemplo, los dos tv movies de A3 Ferrer y Ruso y Mateo y Rafa están protagonizados por una pareja de policías que aparece precisamente en la serie Policías, también emitida por A3. También hay personajes de una serie que visitan algún episodio de otra serie de la misma televisión. Experiencias que ya han sido ampliamente aplicadas en los programas de entretenimiento o talk shows.

La oferta de ficción doméstica de las televisiones autonómicas se muestra conservadora a pesar de las declaraciones de intenciones de FORTA. Televisión de Cataluña vuelve a recuperar su protagonismo como la televisión de mayor volumen de producción con 13 títulos y 6 estrenos, con un claro esfuerzo por la diversificación de formatos y de franjas horarias. Televisión de Galicia mantiene una sólida oferta de prime time donde destaca Mareas Viva, con casi un 40% de share.

4. Éxitos, fracasos y tendencias

La urgencia por entrar en acción que acometió a las series españolas en 1999 se ha convertido en un componente indispensable de cualquier programa que rebese mínimamente los límites de la sitcom. El movimiento de la cámara, el diseño realista de la representación y la creciente complejidad de la trama que caracterizan esta nueva etapa de la ficción insuflan dinamismo a gran parte de las producciones españolas. Paralelamente, la mayor definición de los personajes aporta madurez a los numerosos vericuetos por los que discurre el drama nacional (policíaco, hospitalario o construido en torno a otras profesiones), que ahora transita incansable por ambientes exteriores y se prodiga en planos subjetivos y efectos especiales. En consecuencia, los intrépidos reporteros de Periodistas están cada vez más cerca de los agentes de El Comisario; los protagonistas de Policías en el corazón de la calle (Antena3) intervienen en Compañeros (Antena3) para poner fin al secuestro de Quimi y Valle, que amenazaba con convertir un juego de rol en un snuff-movie, y los pacientes de Hospital Central (Tele5) son, cada vez con mayor frecuencia, sujetos y objetos de actos delictivos.

En la línea trazada por El comisario la temporada anterior, otras series de las cadenas rivales se han ido apuntando, con resultados y fortuna desiguales, a un nuevo filón de crime-action cuyos temas, tópicos e incluso personajes y motivos narrativos barajan hechos de la crónica española con continuas referencias

estilísticas y formales a los grandes prototipos estadounidenses (Canción Triste de Hill Street o Policías de Nueva York), pero distanciándose convenientemente de un realismo sucio que sin duda restaría verosimilitud, y presumiblemente audiencia, al policiaco hispano. Lejos del desgarrador existencial del comisario Flores en Brigada Central (TVE1, 1989), del aura de diva que le prestaba Ana Belén a Petra Delicado (Tele5) o del cosmopolita Carvalho hispano-italo-francés, el arraigo entre el público de los personajes de El comisario o de Policías en el corazón de la calle estriba fundamentalmente en su rotunda normalidad.

La explosión de la acción en nuestras cadenas el año pasado se ha ido convirtiendo paulatinamente en una gran implosión, que va arrastrando los géneros periféricos hacia el epicentro policial, pero sin llegar a pulverizar ese humor ibérico que tan buenos dividendos proporciona a TVE1 y Antena3, las cadenas con un perfil de audiencia de más edad. El inevitable Typical Spanish situó en el primer puesto del ranking en 1999 Abuelo made in Spain (1969), un esperpento sobre el españolismo cateto y gritón del tardo franquismo y sobrevive parapetado en el disparate absurdo de la sempiterna Manos a la obra (Antena3), aunque La casa de los líos (Antena3) haya acabado (languideciendo) tras cuatro años de éxito.

Una auténtica traca de efectos de pantalla y cameos hace mucho ruido en ¡Ala...Dina! (TVE1), la primera incursión en la ficción de la cómica Paz Padilla, cuya popularidad catapultó su debut a la primera posición de los Top 20. Otro famoso humorista, Josema Yuste, apuntala el bastión todavía irreductible de la comedia con la miniserie El marqués de Sotoancho (Antena3), un enésimo quijote televisivo pero dibujado con tino y en clave irónica, a partir de la adaptación del homónimo texto de Alfonso Ussía. Antena 3 también ha hecho diana con Un chupete para ella, un argumento inteligente sobre un irreductible soltero y un bebé, que ha resarcido al actor Juanjo Puigcorbé del varapalo propinado por el fracaso de la ambiciosa Carvalho, y su continuidad (un spin-off centrado en el personaje del calavera que interpreta) ya ha sido confirmada por la cadena de Telefónica.

Top 20 Episodios. Enero diciembre 2000

Los éxitos del 2000 consolidan en el plano temático la prioridad del drama y reiteran la hegemonía formal de la serie de sesenta minutos, asentada definitivamente sobre su propia serialización estructural. La continuidad de las tramas, que generalmente se centraban en las esferas personal y sentimental de los protagonistas, se desplaza ahora a su entorno laboral y revierte en argumentos cuyo referente es invariablemente lo social. El descenso gradual de los espectadores de Compañeros (Antena3), la estrella de la temporada anterior, y de Periodistas (Tele5) se ha de interpretar como un efecto intrínseco del propio sistema televisivo, que de momento parece proclive a estabilizar la audiencia máxima de los formatos seriales (de ficción y de entretenimiento) en torno al 30%. Pero, ante el riesgo de impredecibles golpes de timón, ambas series anuncian cambios estructurales importantes para la próxima temporada en la línea del nuevo paradigma inaugurado por El comisario.

La predominancia del drama y la tendencia a la serialización de las series, encuentran su corolario, en el plano formal, en el decaimiento del serial y en el éxito de las miniseries. La desaparición del Nada es para siempre (Antena3) y el desgarrador Compañeros por efecto del ciclón de Gran hermano, que en apenas dos semanas le arrebató tres millones de espectadores, se podría calificar de mero desinterés por la temática juvenil sino fuera por la solidez de Al salir de clase (Tele5), que ha superado con buena nota (24,8%) su tercer curso escolar. Por el momento, el serial juvenil de Tele5 y el costumbrista El cor de la ciutat de TV3 son los dos únicos exponentes de este formato que registran un sustancioso haber en su cuenta de explotación, aunque TVE1 ha anunciado el desembarco en su sobremesa un culebrón hispano-mexicano, adaptación de una telenovela de Televisa que ya ha arrasado ultramar.

La miniserie El abuelo (TVE1) ha capitalizado en televisión el éxito de su versión cinematográfica (treinta minutos más breve), candidata al Oscar a la mejor película extranjera de 2000, y se ha situado entre los programas más vistos de la temporada junto con la coproducción de Tele5 Las mil y una noches y con El marqués de Sotoancho. Antena3 también ha aprovechado las principales tramas seriales de Policías en el corazón de la calle para construir tres tv movies en torno a sus principales protagonistas (Carlos y Lucía; Ferrer y Russo; Mateo y Rafa), reinsertando el material procedente de las dos primeras temporadas de la serie entre fragmentos rodados posteriormente y destinados a suturar la nueva continuidad argumental de las viejas imágenes. La aportación catalana a los formatos nobles (una miniserie y seis tv movies), contribuye a colorear una paleta que ya no es tan monocromática como en temporadas anteriores y que promete diversificarse aún más. En el ámbito autonómico, la Federación de

Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) ha firmado un convenio de apoyo a la producción audiovisual con la FAPAE para producir seis nuevos telefilms, en dos de los cuales participa por primera vez TVC.

En el capítulo de los fracasos, tras constatar el retraimiento de la comedia y del serial y observar que TVE1 ha sido la cadena con más pinchazos, resulta imposible diseñar un prototipo de programa perdedor, pues las apuestas más valientes del ente público (Raquel busca su sitio) o sus guiones más sólidos (Robles investigador privado) se han situado incluso por debajo de programas pretenciosos pero excedentes en deficiencias argumentales (La ley y la vida) o estructurales (Jacinto Durante representante), de temática y características bien diferentes. Antena3 concluye esta etapa con un balance favorable, caracterizado por la ausencia de riesgos, aunque, víctima de la crisis de impaciencia que le provocó Gran hermano y destrozó su política comercial en el apartado de entretenimiento, acabara metiéndose un autogol con Antivicio, un policiaco de altos vuelos y mal aterrizaje en la parrilla que seguramente se merecía mejor suerte de la que corrió. Por el contrario, la liquidez de Tele5 por efecto del concurso de Endemol le permitió mimar hasta lo indecible El grupo, una serie estructurada en torno a una terapia de grupo a la que incluso sometió a una liposucción con el afán de aligerarla, pero que quizás estaba excesivamente proyectada hacia la introspección para los tiempos de acción que corren.

El índice de fracasos de las cadenas autonómicas es menor que en las estatales pues, obligadas a optimizar sus recursos, se parapetan con astucia en la proximidad sociocultural respecto a su público, aunque las diferencias entre unas y otras sean tan abismales como para exigir cierta cautela ante las generalizaciones. No obstante, a pesar de los bajos índices de audiencia de las producciones en vasco de ETB, los astronómicos shares de comedias como Plats bruts (TV3) o de dramas como Mareas vivas (TVG) confirman, un año más, la importancia de la producción de ficción en las Comunidades Autónomas y su incidencia en los resultados de las cadenas estatales. Entre las propuestas de los miembros de la FORTA, Crims (TV3) constituye seguramente el único gran fracaso. Se trata una historia de detectives de trama compleja y estética futurista, que se ha saldado con un mísero 9,2% de share a pesar del gancho de su protagonista, Emma Vilarassau, todo un icono de la pequeña pantalla catalana desde que encarnara a la pasional Eulàlia en Nissaga de poder.

5.Genre Focus: Police/Action Crime

En la historia del policiaco español hay claramente dos etapas bien diferenciadas. El fin del monopolio de las televisiones públicas señala la frontera entre ambas. La primera viene definida por el predominio de los profesionales del cine y una concepción aún cinematográfica de la producción y el guión. La segunda entra de pleno en el sistema a la americana de la "factoría de ficción" y sólo despegaba cuando la comedia familiar ha consolidado una industria y unos profesionales que por fin se atreven a emular a sus colegas del otro lado del Atlántico. Estrenada al final de la etapa previa a la aparición de las cadenas privadas, el 3 de noviembre de 1989, Brigada Central es una serie bisagra que está aún más interesada en imitar las instituciones norteamericanas, a través de un remedo local y libérrimo del FBI, que a su televisión. Tres años antes, TVE había estrenado Hill Street Blues, la obra clave pero no única en el desarrollo del policiaco. Por esas fechas, la cadena pública intentaba poner en marcha "talleres de comedia", según el sistema norteamericano de trabajo en equipo, pero son experiencias balbuceantes, sin éxito. Los catorce millones de espectadores que siguieron Brigada Central no provocaron el despegue inmediato del género. Fue un hecho aislado, como anteriormente La huella del crimen. Ni siquiera se puede vincular la serie a esa tradición del cine negro y policiaco español que pese a estar apantallada por la popular comedia no era inexistente, de lo que es prueba que sólo en la década de los cincuenta se llegaron a censar setenta y nueve títulos del género, entre ellos dos que se convertirán en un mito para la cinefilia posterior, Brigada Criminal y Apartado de Correos 1001.

Las claves del impacto de Brigada Central, secuela incluida⁵, hay que buscarlas en su muy popular actor protagonista (Imanol Arias), pero sobre todo en un oportunista sensacionalismo con el pretexto de mostrar el submundo de la delincuencia. Nadie consideró además que el inspector Flores fuera un personaje más próximo al espectador español que el capitán Furillo de Hill Street, aunque suponía una superación de tabúes. El primer cine del franquismo había permitido que el rodaje abandonara los platós para buscar un efecto documental en las calles (una importación del neorealismo italiano), pero nunca transigió en rebajar la imagen mítica del cuerpo policial que el régimen sostenía. Ya en democracia, el inspector Flores rompía con la hagiografía obligada, aunque quizá porque la institución policial no estaba del todo normalizada era un policía gitano.

Entre Brigada Central y el redescubrimiento de la serie policial a finales de los noventa pasa una década. Se intentará en ese tiempo la vía intermedia de la coproducción con los norteamericanos (Dark Justice6, Curvas peligrosas), acuciados estos por la amenaza de las cuotas a la importación de programas en Europa, pero los profesionales y técnicos españoles no acaban de encajar en el sistema producción ajeno. El vacío viene a llenarlo finalmente, en 1999, la serie de Tele 5 El Comisario. El año anterior se había producido el merecido fracaso de La virtud del asesino, un producto de la insistencia de TVE en proyectos de la vieja escuela. En poco tiempo se estrenan Petra Delicado, Policías, Ertzainak, Crims, Robles, Investigador y Antivicio. Con El Comisario se normaliza definitivamente la imagen del Cuerpo Nacional de Policía y se busca al público de la ficción "adulta". Por lo demás, la fórmula ya estaba inventada tras el magisterio de Steven Bochco: reparto coral, multiplicidad de tramas por episodio, el carácter semiserial o los recursos empleados en la consecución de una impresión de realidad.

Las series policíacas sacan a la ficción de los platós, hecho que se refleja en sus costes y en la proliferación de especialistas (stunts) y técnicos en efectos especiales. Una tendencia que había apuntado antes en series como Compañeros o Periodistas. Con la intención de convocar a un público más joven e impresionable, Policías se estrena en enero del 2000 con un verdadero derroche de escenas de acción en las que se ponen a prueba tanto medios económicos como recursos de postproducción. Su estética es más aparatosa que la de El Comisario, y su búsqueda de la innovación narrativa, por ingenua que pueda resultar a veces, conecta bien con los nuevos públicos.

Los personajes del policiaco español son en general una buena adaptación local de tipos importados. La figura paternal del comisario Castilla (Tito Valverde), incluido su pasado de alcohólico redimido, recuerda sobre todo a Furillo, mientras que el inspector Ferrer (José María Pou), rodeado de policías jóvenes que se hartan de correr en las numerosas escenas de acción, es en Policías un personaje mucho más turbio y distante, más próximo a referentes cinematográficos recientes que son también punto de inspiración de sus tramas. Policías no es tan rehén del verosímil, como lo demuestra el propio escenario que reproduce la comisaría, una malla de mecanotubo atravesada por escaleras que contribuyen a la movilidad de los personajes dentro del cuadro. Hay una clara intención de desmarcarse del costumbrismo y el melodrama de la ficción precedente. El mundo que presenta es más sombrío, a veces una caricatura del mal, en el que abundan psicópatas y serial killers de los que no se nos ahorra la exhibición voyeurista de sus fechorías.

Frente al éxito y consolidación de estas dos series de las cadenas privadas Tele 5 y Antena 3, TVE ha fracasado sistemáticamente con el género policiaco-detectivesco. Primero con La virtud del asesino, más tarde con Robles, Investigador, un canto a la figura del héroe perdedor que por su discreción y una cierta indefinición en el desarrollo del concepto estaba destinado al anonimato en las listas de audiencia. Basado en un personaje literario, Petra Delicado superó los mil millones de pesetas de coste sin que "el toque europeo", con la primera inspectora femenina, fuera refrendado por un público que enseguida percibió la falta de credibilidad ya desde el personaje protagonista, la popular Ana Belén. Queriendo hacer algo diferente, la cadena autonómica catalana inventó, sobre el patrón estético de Blade Runner, el policiaco futurista. Haciendo honor al vanguardismo que se le supone a los creadores catalanes, Crims, también con protagonista femenina, comenzó a ser conocida primero por Internet, para morir no mucho después, sin pena ni gloria, pese a logros parciales en la ambientación, creación de atmósfera y una estilizada interpretación. La fracasada Antivicio está localizada en el tiempo presente y en escenarios posibles, pese a que la impericia de los guionistas convierta a los personajes, componentes de una teórica unidad de élite europea, en seres de cartón piedra que se producen entre explosión y explosión. Perfectamente localizada está Ertzainak, una serie sobre la policía vasca de rentabilidad política y comercial. En el horizonte se anuncia ahora la primera serie de ficción sobre la Guardia Civil. Un largo recorrido para tan poco tiempo.

Notas

1. Eurofiction y Corporación Multimedia inician desde ahora una permanente colaboración enriqueciendo así el círculo de indispensables colaboraciones personales y de la industria con este Observatorio. Gran parte de este primer capítulo sobre el "Panorama Audiovisual" ha sido preparado por Carlos Arnanz de Corporación Multimedia.

2. Informe de Pilar Conejero de Quiero Televisión.

3. El Anuario de la televisión 2001, Geca, p. 254

4. Las Top 20 producciones según la media del 2000, rinde mayor justicia a los resultados anuales y a la diversificación de formatos que los Top 20 episodios donde puede aparecer un programa en primer lugar (Ala...Dina) que en realidad no ha pasado de la sexta posición de media anual.

5. La alemana Beta Film y la italiana RCS Produzione colaboraron con Pedro Masó en la segunda temporada.

6. TV3 en coproducción con la norteamericana Lorimar.