

Clasicismo e innovación en la producción nacional de comedia televisiva en España (2000-2010)

Patricia Diego
Universidad de Navarra
pdiegon@unav.es

María del Mar Grandío
Universidad Católica San Antonio
pdiegon@unav.es

Resumen: *Nuevos programas humorísticos en Estados Unidos y el Reino Unido están revolucionando el género de la comedia televisiva actualmente. Algunas de estas tendencias anglosajonas están llegando a países europeos como España. Este artículo sistematiza la producción de comedia televisiva en España entre los años 2000 y 2010 con el fin de identificar cuáles son los formatos internacionales más populares (sitcoms, dramedias y sketches) y las características más significativas en torno a la producción, narrativa y creación del humor de este formato de entretenimiento televisivo. Se prestará especial atención a la producción de la sitcom por ser uno de los formatos humorísticos de más éxito en el mercado español como Siete Vidas (TV 5, 1999) y su spinoff titulado Aída (TV 5, 2004), junto con otros formatos que representan la contribución española a la nueva comedia con programas como Camera Café (Tele 5, 2005), Muchachada Nui (La 2, 2007) o Qué vida más triste (La Sexta, 2008), el primer programa de sketches que ha sido adaptado a la televisión y cuyo origen fue Internet.*

Palabras claves: España, televisión, ficción, comedia, sitcom, producción.

Abstract: *The situation comedy is one of the most popular genres in television history. With the beginning of the 21st century, new creative sitcoms coming from USA and United Kingdom have revitalized the genre with influences coming from reality shows and the documentary style. However, few of these international tendencies are arriving in European countries such as Spain. This paper will systematize the production of Spanish TV comedies between 2000 and 2010 in order to find out which international formats are most popular (sitcoms, dramedies and sketches) and which of the main characteristics in terms of narrative, production and humour are. We will pay special attention to the sitcom format studying the case of some of the more successful situation comedies in the Spanish market such as Siete Vidas (TV 5, 1999) and its spinoff Aída (TV 5, 2004) together with others that represent the Spanish contribution to the 21st century new comedy style as Camera Café (TV 5, 2005), Muchachada Nui (La 2, 2007) o Qué vida más triste (La Sexta, 2008), the first online sketch program that has been adapted into television coming from the Internet..*

Key words: Spain, Television, Comedy, Sitcom, Production,

1. Introducción

En plena época dorada de la ficción televisiva, el género de la comedia es probablemente el que ha experimentado una mayor renovación en los últimos años en el mercado mundial, sobre todo en Estados Unidos y el Reino Unido. El legado de Ricky Gervais con títulos como *The Office* (BBC2, 2001-2003) y *Extras* (BBC2/HBO, 2005-2007) o de Larry David, creador de *Seinfeld* (NBC, 1989-1998) y de *Curb your Enthusiasm* (HBO, 2000-), es pionero en la producción de arriesgadas comedias de situación que han roto con un conservadurismo formal y de contenido en el género de la *sitcom* que ha durado más de 50 años. La hibridación entre ficción y realidad, con fuertes influencias del estilo documental y del *reality show*, es una de las características principales de una nueva comedia en la que el mestizaje de géneros y la ruptura con las convenciones sociales se presenta como premisa fundamental que guía el trabajo de sus creadores (Mills, 2004; Holmes y Jemyn, 2004; Walters, 2005; Dunleavy, 2008).

En este ámbito creativo altamente favorable a la experimentación, sorprende comprobar cómo apenas han llegado estas rompedoras tendencias al mercado europeo no anglosajón. Por ejemplo, en España, país caracterizado en los últimos 10 años por el éxito de dramedias como *Los Serrano* (TV 5, 2003-2008) o *sitcoms* tradicionales como *Siete Vidas* (TV 5, 1999) o *Aída* (TV 5, 2005), se empieza ahora a incluir tímidamente en la programación interesantes apuestas como *La Hora Chanante* (Paramount Comedy, 2001-2006), que ha sido considerado uno de los programas de *sketches* “más atípico de la historia de la televisión en España” (Múnoz, 2008: 151) y que en la actualidad tiene al mismo equipo al frente del programa *Muchachada Nui* (La 2: 2007-) y de la primera *sitcom* de producción propia que emite una canal de TDT, *Museo Coconut* (Neox, 2010-). También digno de mención es el caso de *Cámara Café* (Telecinco, 2005-), una *shortcom* de gran éxito en España en el horario de acceso a *prime time*, y *Qué vida más triste* (La Sexta, 2008-), el primer videoblog adaptado con posterioridad a la televisión respetando el carácter casero de la producción original (*Fórmula TV*, 2009).

En este particular panorama de producción de comedia que se mueve entre el éxito de los programas clásicos y las escasas pero osadas apuestas creativas, este artículo tiene como objetivo principal sistematizar precisamente la producción de la comedia televisiva en España con el fin de detectar los formatos más representativos así como las principales propuestas españolas a lo que se puede considerar ya la nueva ola de comedias del siglo XXI. En este sentido, los nuevos formatos humorísticos abren un llamativo horizonte de producción para las industrias televisivas europeas, así como de investigación para el ámbito académico.

Aproximación a las nuevas apuestas en la comedia televisiva de EE.UU y Reino Unido

La comedia es uno de los géneros televisivos con mayor renovación formal y de contenido de los últimos años. En 2004 se acuñó el término de *comedy verité* (Mills, 2004) para definir la aparición en el siglo XXI de una nueva comedia mestiza que se obtenía al fusionar las convenciones de la comedia de situación tradicional con un subgénero de la tele-realidad: el *docusoap*¹. En este sentido, se puede considerar a

¹ Producto de entretenimiento televisivo en el que una cámara sigue a unos personajes en su vida diaria.

Larry David en los años 90 como el precursor del humor absurdo de la nueva comedia con la creación *Seinfeld*, “un programa sobre nada” (“a show about nothing”) (Pierson, 2004), al mezclar el transcurso de las tramas episódicas auto-conclusivas propias de la *sitcom* con *stand-ups*². Series como *Curb your Enthusiasm* (HBO, 2000) del propio Larry David, *The Office* (BBC, 2001), *Arrested development* (Fox, 2003), *Extras* (BBC2, 2005) o *30 Rock* (NBC, 2006) han seguido la senda marcada por *Seinfeld* con un reducido apoyo en términos de audiencia pero con un sólido reconocimiento de la crítica especializada.

Dos mercados han sido altamente activos estos 10 últimos años en la producción de la que podemos denominar la “nueva comedia”: EE.UU y Reino Unido. Es importante señalar aquí cómo la transformación en el género de la *sitcom* ha sido encabezada principalmente por cadenas como la HBO y la BBC, dos canales de televisión- la primera por cable y de pago y la segunda pública- que al no necesitar de grandes audiencias para sobrevivir, pueden arriesgar más a la hora de producir series. Pero no es la *sitcom* el único género que ha experimentado un auge dentro de esta “nueva comedia”. Cabe destacar la evolución de comedias basadas en *sketches* humorísticos como *Little Britain* (BBC, 2003-2006) que, con su novedosa mirada irónica y surrealista de la vida cotidiana de Gran Bretaña, se encontraría en la misma línea programas de la productora española Hill Valley como *La Hora Chanante* (Paramoun Comedy, 2002-2006) y, posteriormente, *Muchachada Nui* (La 2, 2007-) y *Museo Coconut* (Neox, 2010).

Se muestran a continuación las características más significativas formales y de contenido de la nueva comedia del siglo XXI proveniente de EE.UU y Reino Unido:

1. *Fragmentación del relato con fines humorísticos, llegando incluso a la disolución total de la historia en su sentido.* Tradicionalmente la comedia televisiva, sobre todo la *sitcom*, se basaba en la creación de situaciones humorísticas. En las nuevas apuestas se observa una acumulación de anécdotas independientes en vez del desarrollo de una o dos historias, tal y como ocurre en comedias como *Curb your Enthusiasm* o *Arrested development* (Bonaut y Grandío, 2009: 47).
2. *Mezcla de la puesta en escena teatral con influencia del estilo documental en la grabación* (Bonaut y Grandío, 2009: 47). El género de la comedia es heredero directo del teatro por lo que tanto la comedia de situación como los programas de *sketches* presentan un *look* artificial propio del teatro. Sin embargo, cada vez más encontramos formatos que intentan ganar realidad en la grabación con un estilo cercano al falso documental o *mockumentary* con la utilización de técnicas como la denominada *Fly on the wall*. Esta técnica tiene tal vez su máximo representante a *The Office* (BBC). La cámara cobra en esta serie un protagonismo inaudito hasta entonces en la comedia en la que una única cámara es testigo presencial de las escenas (Walters, 2005: 3).
3. Formalmente prescinden de la grabación en sistema multicámara, propia de la *sitcom* clásica, para optar por una *grabación con una sola cámara utilizando un lenguaje de realización más similar al cinematográfico*. Incluso en producciones como *The Office* se rompe la cuarta pared en realización haciendo que los personajes hablen y miren a la cámara interactuando con el espectador.

² También conocida como comedia en vivo. Se caracteriza por los monólogos que ofrece un comediante sobre un escenario a un público.

4. El relato de estas nuevas comedias sale de las clásicas localizaciones interiores y muchas de sus escenas transcurren en exteriores, tal y como ocurre en *Arrested Development* o en *Extras*, algo rompe con la clásica apariencia teatral de interiores propia de la comedia televisiva clásica.
5. *La creación del chiste se consigue a través de un humor cada vez más absurdo*. Desde el punto de vista del guión, se sigue utilizando principalmente el *gag* visual y sonoro. Sin embargo, los personajes estereotipados típicos de la comedia son cada vez más excéntricos y la comicidad se centra en un humor cada vez más negro, satírico e, incluso, surrealista, que está directamente representado con la temática mostrada.
6. Gran parte de la particularidad de estas comedias reside en *la excentricidad de sus propios protagonistas*. Digno de mención aquí son la fuerte personalidad de actores como Ricky Gervais o Larry David que inauguran comedias al estilo documental-observacional, como ocurre con Larry David, que se interpreta a sí mismo en *Curb your Enthusiasm* o Ricky Gervais que se inspira en su propia profesión para dar vida a un extra frustrado en *Extras*.
7. Respecto al contenido, se observa *una ruptura con las convenciones sociales apostando por temáticas más políticamente incorrectas*. Se dejan de lado los problemas de la familia clásica de la comedia doméstica tradicional para tratar temas como por ejemplo el racismo, machismo o el *mobbing* en *The Office*, o las penurias de dos figurantes fracasados en *Extras*. Incluso *Arrested Development*, cuyos protagonistas son los miembros de una familia, no sigue el prototipo de *sitcom* familiar clásica y presentan un estereotipo de familia disfuncional (Bonaut y Grandío, 2009: 43).

Estas características reseñadas de la nueva *sitcom* de Estados Unidos y Gran Bretaña empiezan a aparecer gradualmente en el panorama de producción de comedias en España, aunque el formato más exitoso de los últimos 10 años ha sido la telecomedia, como veremos a continuación en una descripción de la producción de comedias en nuestro país en estos últimos años.

2. La producción de comedias en España (2000-2010)

La ficción nacional es uno de los contenidos clave del *prime time* nacional y uno de los contenidos preferidos por las cadenas para concitar espectadores frente al televisor. Durante estos años más del 50% del *ranking* de los 50 programas más vistos son series de ficción. A continuación mostraremos un breve panorama de las series de corte cómico que se han producido en España durante estos últimos años. Encuadraremos este análisis dentro de las series cómicas producidas por las cadenas nacionales (TVE, Antena 3, Tele 5, Cuatro y La Sexta) dejando de lado la producción autonómica que merecería otro análisis específico. Señalaremos los estándares de producción que la industria de ficción en España está aplicando para producir este tipo de formatos derivados de la comedia y que se han ido asentando durante los más de 50 años de nuestra televisión (Diego, 2010: 11-170). Por estándar de producción se entiende:

Con este concepto se denominan los parámetros creativos, técnicos y de organización que caracterizan los contenidos de ficción desde el punto de vista de su producción y que tienen que ver con alguna de las tres variables (tiempo, coste y calidad) (Diego y Pardo, 2008: 62).

Por último, recogeremos unas tablas con las producciones más relevantes de los distintos formatos de comedia en España durante esta última década.

En un sentido amplio el género de la telecomedia en España se ha creado de la hibridación de tres géneros diferentes como son la *sitcom* clásica americana, la tradición teatral española encarnada en el género del sainete y una tendencia de la tradición cinematográfica española de las décadas 60, 70 y 80 conocida como comedia “a la española” o “españoladas” (Grandío y Diego, 2009). Según la producción concreta que se analice, pesará más una serie de características propias de cada género citado. A modo de ejemplo, destacarán rasgos significativos de la *sitcom* americana en comedias como *7 vidas* (Tele 5, 1999) o *Aída* (Tele 5, 2005). Rasgos propios del teatro en comedias como *Los ladrones van a la oficina* (Antena 3, 1993) u *Hostal Royal Manzanares* (TVE 1, 1996) y cinematográficos en *Por fin solos* (Antena 3, 1995) o *¿Quién da la vez?* (Antena 3, 1995) (Grandío y Diego, 2009).

Los estándares de producción que se han implantado en la industria nacional y que están presentes en este tipo de telecomedias son los siguientes:

1. Duración: entre 45 y 75 minutos
2. Soporte: vídeo betacam
3. Nº episodios emitidos por temporada: 13
4. Nº episodios producidos anualmente: 26
5. Programación: semanal
6. Localizaciones: un 100% de grabación en plató. Salvo alguna excepción.
7. Decorados: entre 2 y 6
8. Personajes: de protagonismo centrado en un actor reconocido y cada vez más de protagonismo coral (Grandío y Diego, 2009).

La siguiente tabla ofrece una relación de las telecomedias producidas y emitidas más importantes de los últimos años y emitidas en las cadenas nacionales (TVE, Tele 5, Antena 3, Cuatro y La Sexta):

1. Tabla de telecomedias (2000-2010)

<i>Título</i>	<i>Año emisión</i>	<i>Cadena</i>	<i>Productora</i>
<i>¡Ala...DINA!</i>	2000-2002	TVE 1	Calcón+Cartel
<i>Academia de baile Gloria</i>	2001	TVE 1	José Frade Producciones
<i>Jacinto Durante, representante</i>	2000	TVE 1	Cristal P.C.
<i>El botones Sacarino</i>	2000	TVE 1	Ficción TV
<i>Ana y los siete</i>	2002-2005	TVE 1	Star Line
<i>Agente 700</i>	2001	TVE 1	Zeppelin
<i>Paco y Veva</i>	2004	TVE 1	Producción interna (TVE)
<i>¿Se puede?</i>	2004	TVE 1	Telecinema Internacional Producciones Audiovisuales
<i>Maneras de sobrevivir</i>	2005	Tele 5	Telespan

<i>Con dos tacones</i>	2006	TVE 1	Bocaboca
<i>Fuera de control</i>	2006	TVE 1	Globomedia
<i>Papá</i>	2001	Antena 3	Cedipe
<i>Abierto 24 horas</i>	2000-2001	Antena 3	Aspa Video y Acanto Cine y Video
<i>Un chupete para ella</i>	200-2001	Antena 3	Pedro Masó
<i>Casi perfectos</i>	2004-2005	Antena 3	Globomedia
<i>Aquí no hay quién viva</i>	2003-2006	Antena 3	Miramón Mendi
<i>London Street</i>	2003	Antena 3	Cartel
<i>La sopa boba</i>	2004	Antena 3	Miramón Mendi
<i>Mis adorables vecinos</i>	2004-2006	Antena 3	Globomedia
<i>A tortas con la vida</i>	2005-2006	Antena 3	Miramón Mendi
<i>Los hombres de Paco</i>	2005-2010	Antena 3	Globomedia
<i>El síndrome de Ulises</i>	2007-2008	Antena 3	Ficción TV
<i>Manolo & Benito Corporeision</i>	2006	Antena 3	Drive Televisión
<i>Divinos</i>	2006	Antena 3	El Terrat
<i>Ellas y el sexo débil</i>	2006	Antena 3	Bocaboca
<i>La familia Mata</i>	2007-2009	Antena 3	Notro Films
<i>Moncloa, ¿Digame?</i>	2001	Tele 5	El Terrat y Diagonal TV
<i>7 vidas</i>	1999-2006	Tele 5	Globomedia
<i>Tirando a dar</i>	2006	Tele 5	Neovisión
<i>Aída</i>	2005-	Tele 5	Globomedia
<i>Los Serrano</i>	2003-2008	Tele 5	Globomedia
<i>La que se avecina</i>	2007-	Tele 5	Alba Adriática
<i>A ver si llego</i>	2009	Tele 5	Alba Adriática
<i>Matrimonio con hijos</i>	2006-2007	Cuatro	Sony España
<i>Fuera de control</i>	2006	TVE 1	Globomedia
<i>Siete días al desnudo</i>	2006	Cuatro	Videomedia
<i>El mundo de Chema</i>	2006	Cuatro	Yorókobi Producciones
<i>Cuestión de sexo</i>	2007-2009	Cuatro	Notro Films
<i>El mundo de Chema</i>	2006	Cuatro	Yorókobi Producciones
<i>Acaros</i>	2006-2007	Cuatro	Zoopa
<i>Como el perro y el gato</i>	2007	TVE 1	Prime Time
<i>Hermanos y detectives</i>	2007-20029	Tele 5	Cuatro Cabezas
<i>Gominotas</i>	2007	Cuatro	Globomedia
<i>Fuera de lugar</i>	2008	TVE 1	Cuarzo Producciones
<i>Generación d.F</i>	2008	Antena 3	Boomerang

<i>Plutón BRBnero</i>	2008-2009	La 2	Pánico Films
<i>De repente, los Gómez</i>	2009	Tele 5	Sony Producciones
<i>Las chicas de oro</i>	2010-	TVE 1	Alba Adriática
<i>Museo Coconut</i>	2010-	Neox	Hill Valley

Fuente: elaboración propia

A imitación del mundo anglosajón también en España el género de la comedia ha experimentado su pequeña renovación. Las nuevas tendencias, antes mencionadas, en las comedias anglosajonas se han dejado notar paulatinamente. Recientemente y en el caso de la *sitcom*, se encuentra la nueva apuesta de los creadores de *La Hora Chanante* y *Muchachada Nui*. Se trata de *Museo Coconut* (Neox, 2010-) producida por la productora Hill Valley. Siguiendo una estructura clásica del género de la comedia de situación, incorpora a través de un humor surrealista propia fiel al estilo de *La Hora Chanante* nuevas tendencias de la comedia como la inclusión de personajes excéntricos, humor absurdo y ruptura de las convenciones sociales a nivel temático. Su principal característica frente a las telecomedias reseñadas es que no intenta alcanzar una audiencia generalista y familiar, sino que se dirige a un público principalmente juvenil. El día de su estreno consiguió un 4,3% de share, convirtiéndose en el mejor estreno de un programa en la cadena Neox (Formula TV, 2010).

Actualmente encontramos en nuestras parrillas televisivas y en otros soportes como Internet los siguientes formatos de comedia, además de las telecomedias:

a) Las *shortcom*: término derivado de la *sitcom* (*Situation Comedy*), hace referencia a una reducida comedia de situación (*shortsitcom*). Pequeñas producciones de 6 minutos compuestas por un prólogo, 3 ó 4 *sketches* cómicos y un epílogo.

El formato español *Cámara café* (2005) producido por Magnolia para la cadena Tele 5 es una apuesta exitosa en el campo de la comedia. Esta *shortcom* hibrida la *sitcom* con otros formatos de la comedia como los *sketches* humorísticos. Cadena y productora han apostado por este formato de origen francés creado por Calt Internacional y que se ha exportado a más de 30 países. En él se recrean las situaciones laborales de una oficina llevadas a un humor extremo característico de la *sitcom*. La novedad del formato reside en su realización. Una única cámara fija, *Fly on the wall*, que va grabando *sketches* independientes entre sí de unos 5 ó 6 minutos de duración que componen los capítulos. Todas las historias se desarrollan delante de la máquina de café, que es también el punto de vista desde el que la cámara muestra al público las historias de los protagonistas. El reparto está compuesto de unos 17 personajes muy estereotipados que permite un gran abanico de perfiles a la hora de abordar los conflictos laborales. Desde el punto de vista dramático estos guiones se escriben de forma diferente a los de las telecomedias al uso porque no hay un detonante ni situación de partida (Sangro y Salgado, 2008: 195).

Estos episodios de corta duración están compuestos por un prólogo, varios *sketches* y un epílogo. Al tratarse de historias autoconclusivas aunque con los mismos personajes permite que los espectadores se vayan incorporándose progresivamente. A veces la cadena combina nuevos *sketches* con otros repetidos. El ritmo de grabación de la serie es intenso. Los capítulos se graban de martes a jueves a un ritmo de 11 semanales (Huertas y Sangro, 2008: 200). El equipo tarda una media de 2 horas y

media por capítulo. Por jornada se graban unos 3 capítulos dependiendo de la dificultad de los cambios de vestuario, dirección artística, etc.

Esta producción ha dejado de ser un simple programa de transición para convertirse en un programa con gran eficacia y gran poder de atracción de espectadores que crea una cita fija todos los días de la semana en el *access prime time*. Han emitido cuatro temporadas, más de 400 capítulos, y acumula una media de *share* de 20,9%. Esta producción de Magnolia ha impulsado este subgénero de ficción. Producciones posteriores como *Escenas de matrimonio* (Miramón Mendi y Tele 5, 2007), *La tira* (Globomedia y La Sexta, 2008) o *Los estados alterados Maitena* (Cuatro Cabezas y La Sexta, 2008) han seguido su estela. Además es un producto con gran flexibilidad para su programación ya que pueden variar la duración de sus capítulos desde los 30 minutos hasta los 60 ya que está formada por pequeños minicapítulos o piezas de pocos minutos de duración (Huertas y Sangro, 2008: 202-203).

La *shortcom* abarata el presupuesto de una *sitcom* al uso en más de un 50% por capítulo. Carecen de exteriores, escaso número de decorados y mínimo material de grabación posible. Este tipo de formatos de humor se vende por piezas. El coste de producción medio por pieza se sitúa en torno a los 6000 euros.

Los estándares de producción que se están implantado en la industria nacional presentes en las *shortcoms* son los siguientes:

1. Duración: entre 25 y 60 minutos por capítulo
2. Soporte: vídeo betacam (XDCAM)
3. Nº episodios (piezas) producidos anualmente: 369 de 6 minutos cada una.
4. Programación: diaria
5. Localizaciones: un 100% de grabación en plató.
6. Decorados: entre 1 y 6
7. Personajes: protagonismo coral

En el último lugar recogemos las *shortcoms* de producción nacional.

2. Tabla de *shortcoms* (2000-2010)

Título	Año emisión	Cadena	Productora
<i>Cámara Café</i>	2005-2009	Tele 5	Magnolia
<i>Escenas de matrimonio</i>	2007-2009	Tele 5	Alba Adriática
<i>La tira</i>	2008-2010	La Sexta	Calcón+Cartel
<i>Los estados alterados, Maitena</i>	2008-2009	La Sexta	Cuatro Cabezas
<i>Impares</i>	2008	Antena 3	Drive y New Atlantis
<i>Cafetería Maniatan</i>	2008	Antena 3	Globomedia
<i>Generación d.F</i>	2008	Antena 3	Boomerang
<i>Padres</i>	2009	Antena 3	Zebra Producciones
<i>Fibrilando</i>	2009	Tele 5	Magnolia
<i>Ciudad K</i>	2010	La 2	K 2000
<i>La isla de los nominados</i>	2010	Cuatro	Plural Entertainment

Fuente: elaboración propia

b) Los programas de *sketches* humorísticos: este nuevo formato de comedia a medio camino entre la ficción y el entretenimiento. En España han sido abundantes los programas humorísticos basados en el *sketch show* o *sketch comedy*. Algunos ejemplos de este tipo de producciones han estado ligadas a humoristas españoles como Cruz y Raya con *Cruzyraya.com* (TVE 1, 2000) o el dúo Los Morancos con *Entre morancos y omaítas* (TVE1, 1997), *Omaíta en la primera* (TVE 1, 2001) o los recientes *La hora de José Mota* (TVE, 2009) y *Ahora qué* (TVE 1, 2009) con el dúo compuesto por Josema Yuste y Florentino Fernández.

La productora Hill Valley con su programa de *sketches*, *Muchachada Nuí* (La 2, 2007), se ha revelado como la propuesta más innovadora y arriesgada en el humor de este tipo de formatos³. Su origen radica en el canal temático Paramount Comedy y en la figura de Joaquín Reyes. Este licenciado en Bellas Artes y dibujante de profesión se dio a conocer en el programa de monólogos de *Nuevos cómicos* (Paramount Comedy, 1998).

Más tarde llegó el programa de *sketches* *La hora Chanante* (Paramount Comedy, 2002) que estuvo en emisión hasta 2007 y que por su tipo de humor se diferenciaba del resto:

Las dos personalidades más fuertes del grupo *chanante*- o los *Muchachada Nui*, como ahora empiezan a ser conocidos- son, obviamente, Ernesto Sevilla y el propio Joaquín. (...). De la suma de uno otro nace el humor que sus seguidores reconocen como “chanante”: una mezcla de surrealismo, referencias de cultura pop, candor, destellos de gracejo rural y, sobre todo, mucha blancura. Supongo que si metiésemos en una batidora a Wes Anderson, Berlanga, Hanna-Barbera, Monty Python y José Luis Cuerda saldría algo parecido a lo que hacen ellos (Huerta y Sangro, 2008: 154).

Del canal temático, esta serie de humoristas dan el salto a La 2 con el programa *Muchachada Nui* (2007) que recibe la aprobación de la crítica y de un nutrido grupo de fans que hacen que la *web* de RTVE, donde se cuelgan los *sketches* del programa haya tenido desde 2007 un total de 42 millones de visitas (Formula Tv, 2009).

Los estándares de producción que se están implantado en la industria nacional presentes en los *sketch shows* son los siguientes:

1. Duración: unos 60 minutos por capítulo
2. Soporte: vídeo betacam
3. N° episodios emitidos por temporada anualmente: 13
4. N° episodios producidos anualmente: 26
5. Programación: semanal
6. Localizaciones: un 100% de grabación en plató aunque algunos incluyen grabación en exteriores
7. Decorados: entre 5 y 10
8. Personajes: un grupo de humoristas reconocidos que van representando a diferentes personajes populares o anónimos y presencia de cameos de actores o personalidades populares.

³ También es digno de mención el programa de *sketches* de la ETB 2 *Vaya semanita* (2003) producido por Pausoka. En 2005 se adaptó al ámbito nacional con menos éxito del esperado por los fans bajo el título de *Made in China* (TVE 1, 2005).

Algunas de las producciones más importantes de este formato se recogen en la siguiente tabla.

3. Tabla de programas de *sketches* humorísticos (2000-2010)

Título	Año emisión	Cadena	Productora
<i>Omaíta en la primera</i>	2001	TVE 1	Estarciera
<i>El retorno de Omaíta</i>	2003	TVE 1	Estarciera
<i>Juan y Jose show</i>	2004-2006	TVE 1	Smile
<i>Splunge</i>	2005	Tele 5	Globomedia
<i>Made in China</i>	2005	TVE 1	Bainet
<i>Agitación+IVA</i>	2005-006	Tele 5	Pausoka
<i>Cruzyraya.com</i>	2000-2004	TVE 1	Smile
<i>Morancos Channel nº 5</i>	2006	TVE 1	Calcón+Cartel
<i>Muchachada Nui</i>	2007-2010	La 2	Hill Valley
<i>La hora de José Mota</i>	2009-	TVE 1	Hill Valley
<i>¿Y ahora qué?</i>	2009	TVE 1	Gestmusic
<i>Saturday Night Live</i>	2009	Cuatro	Globomedia
<i>El club del chiste</i>	2010-	Antena 3	Globomedia

Fuente: elaboración propia

c) La comedia de *stand up*: son programas humorísticos basados exclusivamente en comediantes que sobre un escenario y ante un público en vivo dan un monólogo. Este género ha entrado en España, fundamentalmente, de la mano de *El club de la Comedia* (Canal +, 1999-2002) y *Nuevos cómicos* (Paramount Comedy, 2001-), y que posteriormente han dado paso a otros programas como *El show de Flo* (La Sexta, 2006-2007). En este apartado hay que destacar cómo los monólogos se han integrado al comienzo de programas humorísticos de variedades como seña de identidad de sus presentadores tal y como ocurre por ejemplo como *Noche Sin Tregua* (Paramount, 2004-2008), *Solo ante el peligro* (Paramount Comedy, 2008-), *Buenafuente* (Antena 3, 2005-2007), *BFN* (La Sexta, 2007-), *El Hormiguero* (Cuatro, 2006-) o *Noche Hache* (Cuatro, 2005-2008).

Los estándares de producción que se están perfilando en la industria nacional presentes en la comedia de *stand up*:

1. Duración: 60-90 minutos
2. Soporte: vídeo betacam
3. Nº episodios emitidos por temporada anualmente: 13
4. Nº episodios producidos anualmente: 26
5. Programación: semanal
6. Localizaciones: un 100% de grabación en plató
7. Decorados: normalmente uno
8. Personajes: humoristas, actores o gente anónima

Por último recogemos los programas de *stand-up* producidos por las cadenas nacionales tanto generalistas como temáticas o de pago.

4. Tabla de programas *stand-up* (monólogos) (2000-2010)

Título	Año emisión	Cadena	Productora
<i>El club de la comedia</i>	1999-2002 2001 2003 2004-2005	Canal + Telecinco La 2 Antena 3	<i>Globomedia</i>
<i>El show de Flo</i>	2006-2007	La Sexta	<i>Globomedia</i>
<i>Nuevos cómicos</i>	2001-	Paramount Comedy	<i>Paramount Comedy</i>

Fuente: elaboración propia

c) Formatos de comedia creados para Internet y el móvil: Por ejemplo, basada en el fenómeno de los videoblog se encuentra la serie *Qué vida más triste* (La Sexta, 2008) nacida a partir del videoblog de sus protagonistas, Borja Pérez (Rubén Ontiveros) y Joseba Caballero (Natxo del Agua). El origen fue la propia bitácora personal en la que contaba a cámara, en clave de humor, cómo le había ido la semana, sus problemas, relaciones con sus amigos, pareja, etc. La serie ha renovado en La Sexta una nueva temporada que contará con un total de 22 capítulos con una duración aproximada de 23 minutos cada uno. La serie está producida por K-2000. Otros productos de ficción creados para Internet son *Bec@rios* (Tele 5, 2008), *Sexo en Chueca* (Tele 5, 2009) o la reciente *Diarios de la webcam* (Antena 3, 2010). Los websodios tienen una duración aproximada de 3 minutos. Producidas por la propia cadena utilizando exclusivamente recursos internos. Realización y cabeceras sencillas, pocas localizaciones y reales, y con actores desconocidos.

En cuanto a la ficción para móviles, *Supervillanos* (Globomedia, 2006) se convirtió en la primera serie española hecha en exclusiva para terminales de Amena (3G). La formaban 40 episodios de 3 minutos, sobre las alocadas peripecias de una familia de extraterrestres que, tras un accidente estelar, cae en una extraña ciudad (Madrid). Su producción estaba condicionada por las características de recepción de la serie en las reducidas pantallas de los móviles. Se opta por el predominio de planos cortos frente a los generales y grabaciones en interior frente al uso de exteriores. En abril de 2006 La Sexta programó la serie al completo (40 capítulos) concentrándolos durante una semana y programándolos a las 21:00 horas.

Los estándares de producción que se están perfilando en la industria nacional presentes en este tipo de nuevos formatos de comedia para estos nuevos soportes:

1. Duración: websodios de 2 a 6 minutos por capítulo
2. Soporte: vídeo betacam
3. N° episodios emitidos por temporada anualmente: 13
4. N° episodios producidos anualmente: 26
5. Programación: semanal
6. Localizaciones: un 100% de grabación en localizaciones reales interiores.
7. Decorados: entre 1 y 4
8. Personajes: protagonismo coral basado en grupo de actores anónimos o *amateurs*

La siguiente tabla recoge las comedias nacionales producidas para Internet y móviles. Se especificará en la tabla el origen ya que algunas nacen en la red para luego pasar a las páginas *web* de las cadenas o la parrilla convencional, como es el caso de *Qué vida más triste* que más tarde analizaremos.

5. Tabla de formatos de comedia producidos para Internet y móviles (2000-2010)

Título	Año emisión	Origen	Emisor	Productora
<i>Supervillanos</i>	2006	Móviles	Móvil (Amena)	Globomedia
<i>Bec@rios</i>	2008-	Cadena	Tele 5/Web	Tele 5
<i>Qué vida más triste</i>	2008-	Intenet	La Sexta	K-2000
<i>Sexo en Chueca</i>	2009-	Cadena	Tele 5/web	Tele 5
<i>Con pelos en la lengua</i>	2009	Internet	Tele 5/web	MVM Producciones
<i>Desalmados</i>	2010	Internet	Antena 3/web	Thelookfilms
<i>Diarios de la webcam</i>	2010-	Cadena	Antena 3/web	Make My Day Films

Fuente: elaboración propia

3. Innovación versus clasicismo en la comedia. El caso *Aída* y *Qué vida Más triste*

Una vez expuesto el panorama general de producción de comedia en España, se observa como conviven en la parrilla de nuestras televisiones telecomedias clásicas con otras apuestas cómicas más cercanas a las nuevas tendencias de la *sitcom*. Es por ello que se considera interesante analizar dos ejemplos actuales de estas dos aproximaciones a la comedia española en televisión, y que demuestran dos maneras completamente distintas de producir comedia y, además, cómo el clasicismo y la innovación no tienen que aparecer, necesariamente, enfrentados. Nos centraremos en el caso de *Aída* y *Qué vida más triste*.

Aída es una comedia de situación española producida por Globomedia para la cadena Tele 5 y que surgió como un *spin-off* de la serie *7 vidas* (Tele 5, 1999). Se estrena en enero de 2005 y actualmente (2010) sigue en emisión en su sexta temporada. Durante estos años la serie se ha mantenido como uno de los espacios de mayor audiencia de la cadena durante las 5 temporadas emitidas:

Temporadas y capítulos	Share	Espectadores
Primera (1-13)	31,2%	5.775.000
Segunda (14-27)	29,8%	5.334.000
Tercera (28-40)	27,6%	3.908.000
Cuarta (41-56)	27,7%	5.079.000
Quinta (57-82)	30,7%	5.700.000
Sexta (83-109)	22,3,7%	4.281.000

Fuente: elaboración propia con datos de Formulativ.

La serie arranca cuando el personaje de Aída García, mujer de la limpieza y camarera en la serie *7 vidas*, interpretada por Carmen Machi, recibe la herencia de la casa familiar al morir su padre. Esta decide volver al barrio de su juventud con sus dos hijos. En la temporada sexta la protagonista abandona la serie y la sustituye la actriz Miren Ibarguren, que interpreta a la hija mayor de Aída, Soraya, que se va a vivir con su familia para hacerse cargo de ella.

Su proceso de producción sigue los mismos estándares que su precedente, *7 vidas*. Esta se originó en 1999 con la idea de convertirse en la primera *sitcom* propiamente dicha de la ficción nacional que adoptara su estructura narrativa y su proceso de producción. Aunque la estructura narrativa se alarga en el caso español ya que los capítulos oscilan entre los 50 y los 55 minutos, a diferencia de los 22 de la Americana. De esta manera, el *teaser*, primer acto, segundo acto, desenlace y *tag* quedan alargados de manera a veces un poco forzada (Grandío y Diego, 2009)

El proceso de producción es una réplica del estándar americano aunque planificado en 9 días. A continuación ofrecemos el método de trabajo aplicado por la productora:

Tabla 1. Proceso de producción de los capítulos de *Aída*

1º día:	9:30	Lectura de guión: el director señala las necesidades de cada secuencia del guión a los diferentes jefes de área implicados en la producción de la serie.
	10:30	Mesa italiana: los actores junto con el director y la producción ejecutiva realizan una lectura del guión.
	11:30 a 14:30	Puesta en escena I: Ensayo leído en decorados: se organiza una puesta en escena de los actores, el director marca sus posiciones y movimientos. Este ensayo se realiza de manera cronológica y sin la presencia del equipo técnico. El equipo de realización va planificando las escenas.
	15:00	Ensayo del episodio para la producción ejecutiva: se ensaya el capítulo con texto y movimientos para que el productor ejecutivo otorgue el visto bueno y proponga cambios. Después se visiona el capítulo para comprobar que los <i>gags</i> que funcionaban en el texto lo siguen haciendo o bien necesitan cambiarse o reescribirse.
2º día:	9:00 a 14:00	Puesta en escena II: los actores ensayan las posiciones definitivas. Se van marcando y puliendo las intenciones y los <i>gags</i> tanto textuales como visuales. Se realiza sin vestuario ni maquillaje.
3º día:	9:30 a 18:30	Ensayo técnico: ensayo completo por decorados o <i>sets</i> , no cronológico, con todos los equipos técnicos y actores. Si hay escenas complicadas para realizar en directo o para descargar de trabajo el día de grabación se graban en este

		ensayo. Se denominan escenas “pregrabadas” y los actores tienen que tener el vestuario, maquillaje y peluquería correspondientes.
4º día:	10:30 a 14:30	Ensayo general: se reproduce el capítulo cronológicamente como si se estuviera grabando pero sin público delante. Los actores están maquillados, vestidos y peinados y todos los elementos de atrezzo están correctamente ubicados.
5º día	16:30 a 22:00	Grabación del capítulo con público: unas 100 personas, situadas en unas gradas enfrente de los <i>sets</i> , asisten a la interpretación de los actores.
6º día:	8:00 a 16:00	Premaster: Edición del capítulo. Se visiona el premaster con la producción ejecutiva. Se proponen los cambios o mejoras sobre el capítulo.
7º día:	8:00 a 16:00	Master: Se realiza el master definitivo de las imágenes.
8º día:	8:00 a 16:00	Sonorización I: se limpian los diálogos y los sonidos de ambiente.
9º día:	8:00 a 16:00	Sonorización II: Se sincronizan las músicas y se hace la mezcla. El capítulo está terminado.

Fuente: Elaboración propia con datos de Globomedia.

El presupuesto medio de los capítulos de la serie oscilaba entre los 230.000 y los 250.000 euros, al menos durante las primeras temporadas.

Como comentábamos anteriormente, el éxito de la *sitcom* clásica en España se combina con apuestas como la de *Qué Vida Más Triste* (La Sexta, 2008). Podemos considerar a esta serie como la primera comedia *online* española. El proyecto surgió de Rubén Ontiveros, quien quiso contar en un videoblog las peripecias de sus amigos de Basauri: Borja Pérez, Josefa Caballero y Nuria Herrera. Prácticamente sin presupuesto, el propio Ontiveros escribía los guiones, grababa los vídeos y los colgaban en *Youtube*, algo que dotó al producto de gran frescura (Diario Vasco, 2009). Como él mismo comenta, el proceso de producción era totalmente *amateur* (Vaya Tele, 2009):

“Llego a casa de Borja, porque se graba en su casa. (...). Nos metemos en el cuarto. Llega Joseba o Nuria. Les reparto los guiones. Se los leen. Monto la cámara. Comenzamos a grabar y a repetir hasta que sale bien. Que suele ser pronto, ciertamente. Después el proceso de montaje es también muy simple. Todo se planteó para que tanto la escritura del guión, el rodaje y el montaje fuera algo muy sencillo...pero claro, luego ya empezamos a ser más ambiciosos, a querer hacer capítulos mas largos, que si efectos especiales, maquillajes, capítulos en *flash*”.

En esta primera etapa *online* de la serie, consiguieron alcanzar las 50.000 visitas a la semana. La productora K2000 apostó por este videoblog y decidió ofrecérselo en formato televisivo a La Sexta (Diario Vasco, 2009). Para la producción televisiva, los estudios de esta productora de Galdakano (Vizcaya) albergan una réplica exacta de la original casa de Borja. Diez personas se encargaban cada día de grabar unos diez ó 15 minutos de la serie en localizaciones 100% en interiores. El formato televisivo respetó la esencia de la narración *online*. De esta manera, cada episodio dura unos 23 minutos y estaba compuesto por 4 *sketches* sobre la vida de los protagonistas. Se estrenó un domingo 19 de octubre a las 21:30 alcanzando un millón de espectadores para empezar a programarse semanalmente en horario de tarde. Su éxito en televisión también es destacado y, tras dos temporadas, se ha renovado una tercera. La importancia en la Red nunca dejó de regir el destino de esta serie. Incluso creativamente. Muchos de los *sketches* de *Qué vida Más Triste televisiva* tuvieron un gran efecto viral en Internet. Son muy conocidos los *sketches* de la comedia como “Mi Vida es como Facebook” o el homenaje que hicieron a Youtube en el *sketch* titulado “Be Kind Youtube”.

4. Conclusiones

Este análisis de la producción de comedia televisiva española entre los años 2000 y 2010 pone de manifiesto cómo el clasicismo y la innovación conviven dando gran vitalidad al mercado nacional que posee una fuerte influencia americana pero también contiene propuestas creativas propias. A lo largo de los años se observa una profesionalización y americanización del género de la comedia clásica en España, que contrasta con la producción casi *amateur* de las nuevas apuestas creativas en Internet.

En el mercado nacional destacan dos géneros clásicos como los más producidos: la telecomedia, con una clara presencia de la *sitcom clásica*, aunque alargada en cuanto al tiempo de duración de los capítulos, y los programas de *sketches* humorísticos ligada a comediantes españoles como Cruz y Raya o los Morancos. Estos programas suelen programarse en horario de máxima audiencia con una duración media-larga (entre 45 y 75 minutos) siguiendo una programación vertical (una vez por semana). En esta primera tipología de géneros tradicionales hay que incluir también esa nueva generación de programas de *skeches* centrados en un humor más absurdo y que tiene como mejor representante a la productora Hill Valley con programas como *Muchachada Nui* que, respetando el formato clásico, recrea un humorismo más ácido y satírico.

Si se sigue la senda marcada por la comedia de situación o *sitcom* en España, de interés creciente en *prime time* se presenta el género de la *shortcom* que, con su breve duración y fácil consumo, es un buen producto para ubicarlo en la franja del *access prime time* (de 20:00 a 21:00). Otro género genuinamente americano como es la *stand-up comedy* también ha sufrido un proceso de adaptación o “españolización”, aunque en la actualidad existen pocos programas centrados exclusivamente en la comedia en vivo como es el caso de *Nuevos Cómicos* (Paramount Comedy, 2001-). Aunque, como se ha mencionado anteriormente, la presencia del monólogo es fuerte en programas de entretenimiento y humor de gran éxito en los últimos años.

Por su parte, Internet se presenta como el soporte más utilizado para la concepción de nuevas apuestas cómicas que provienen de Estados Unidos y Reino Unido. Son productos viables con poco presupuesto y la accesibilidad del medio deja hueco a las creaciones de jóvenes promesas, fuera de las grandes productoras independientes. Con una estética todavía *amateur* y más cercana al falso documental es un formato que todavía no está del todo estandarizado pero que cuenta con un tipo de producción rápida y sencilla. A pesar de su escasez en el número de producciones *online* que han dado el salto a la pequeña pantalla, han reportado un aire renovado a la comedia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DUNLEAVY, Trisha (2008): "Hybridity in TV Sitcom: the case of Comedy Verité". *Flow TV* en <http://flowtv.org/?p=2244>. Consultado el 10/06/09.
- MARRA, Agnese (2005): "Alienígenas en el móvil". Suplemento Crónica. El Mundo. Publicado el 28 de agosto de 2005, nº 515. Disponible en Internet (20.10.10) <http://www.elmundo.es/suplementos/cronica/2005/515/1125180010.html>.
- BONAUT, Joseba; GRANDÍO, María del Mar (2009); "Transgresión y ruptura en la creación del humor en la nueva sitcom". En FERNÁNDEZ, P. (Coord.), *Rompiendo moldes. Discurso, género en hibridación en el siglo XXI*, Comunicación Social, Sevilla, 2009, pp. 32-50.
- DIEGO, Patricia (2010), *La ficción en la pequeña pantalla. Cincuenta años de series en España*. Eunsa, Pamplona.
- DIEGO, Patricia y PARDO Alejandro (2008), "Estándares de producción de "dramedias" familiares en España: El caso de *Médico de familia, Cuéntame cómo pasó* y *Los Serrano*". En Medina, M. (Coord.): *Series de television*, Yumelia, Madrid, pp. 45-74.
- FRAZER, June. (1993); "Father Knows Best and The Cosby Show: Nostalgia and the sitcom tradition". *Journal of Popular Culture*, 27 (3), 163-172.
- GRANDÍO, María del Mar; DIEGO, Patricia (2009): "La influencia de la sitcom americana en la producción de comedias televisivas en España". En Ámbitos, Vol. 18, Universidad de Sevilla, 2009, pp. 83-97.
- HOLMES, Su, JERMYN Deborah (2004); *Understanding reality television*. Abingdon-New York: Routledge.
- MILLS, Brett (2004). «Comedy Vérité: Contemporary Sitcom Form». *Screen* (45)2, 63-78.
- MUÑOZ, David (2009). «De *La hora Chanante* a *Noche Sin tregua*: La cantera de humor de la Paramount Comedy». En SANGRO P.; SALGADO A. (eds.); *El entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España*. Barcelona: Laertes.
- PIERSON, David (2004). «A show about nothing: Seinfeld and the modern comedy of manners». *The Journal of Popular Culture* 34(1), pp. 49-64.
- RODRÍGUEZ, Mercedes. "Qué vida más triste da el salto de Internet a la parrilla de La Sexta". Disponible en: <http://www.diariovasco.com/20081015/tv-comunicacion/vida-triste-salto-desde-20081015.html>. Consultado el 16/06/2009.
- SANGRO P.; SALGADO A. (eds.); *El entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España*. Barcelona: Laertes.

Referencias online

“Entrevista a Rubén Ontiveros, creador de *Qué Vida más triste*”. Vaya Tele. Disponible en Internet (20.10.2010): <http://www.vayatele.com/ficcion-nacional/entrevista-a-ruben-ontiveros-co-creador-de-que-vida-mas-triste>.

“Nuevas Celebrities y nuevos personajes en la tercera temporada de *Muchachada Nui*”. En Formula TV. Publicado el 17 de febrero de 2009. Disponible en Internet (20.10.2010): <http://www.formulatv.com/1,20090217,10417,1.html>.

“Qué vida más triste alegra la televisión”. El Mundo. Disponible en Internet (20.10.2010): <http://www.elmundo.es/elmundo/2008/10/16/television/1224188668.html>.

“Así se hace *Qué vida más triste*». En Fórmula TV. Publicado el 24 de abril de 2009”. Disponible en Internet (20.10.2010): <http://www.formulatv.com/1,20090424,11126,1.html>.

“*Museo Coconut* se convierte en la emisión más vista en la historia de Neox”. En Fórmula TV. Publicado el 2 de noviembre de 2010. Disponible en Internet (02.11.2010): <http://www.formulatv.com/noticias/17005/museo-coconut-emision-mas-vista-historia-neox>