

◀ LORENZO VILCHES, CHARO LACALLE, ROSA A. BERCIANO*

Informe sobre la ficción televisiva europea:

La ficción nacional en Europa planta cara a Estados Unidos



Eurofiction es un observatorio de la ficción europea patrocinado por el Observatorio Europeo del Audiovisual. Está integrado por la Universidad Autónoma de Barcelona (España), Fundación Hipercampo, Rai y Mediaset (Italia), British Film Institute (Gran Bretaña), Institut National de l'Audiovisuel (Francia), Universidad de Siegen (Alemania).

Eurofiction, fundado en 1995, analiza anualmente la ficción de producción propia en Europa, concretamente en España, Alemania, Francia, Gran Bretaña e Italia. A partir de 1997 se han incorporado también Suiza, Dinamarca y Rusia. *Eurofiction* promueve el conocimiento y la mejora de la calidad de la ficción televisiva. El observatorio abastece periódicamente al sector del audiovisual de datos y análisis sobre los rasgos principales en producción, oferta y consumo y valoración de las tendencias a través de una visión comparativa entre los siete países miembros de la organización. Los resultados de *Eurofiction* se presentan anualmente en el Mipcom de Cannes y en cada uno de los países miembros. *Eurofiction España* es miembro fundador del observatorio. Está formado por Lorenzo Vilches (coordinador), Charo Lacalle y Rosa A. Berciano. El equipo lo completan dos becarios colaboradores de posgrado: Sonia Algar y Sonia Polo.

► I. LAS BASES DE UNA NUEVA INDUSTRIA EN ESPAÑA

Al finales de la última década del siglo, España deja por fin de ser un país casi exclusivamente importador de series populares (de Latinoamérica y de Norteamérica) para convertirse en un territorio productor de ficción propia e, incluso, en un pequeño exportador de este género. La dependencia norteamericana del cine y la televisión es aún importante en el terreno de la ficción pero ya no es aplastante y, lo más novedoso, la ficción nacional se impone en términos generales en las horas de gran audiencia (*prime time*).

Este trabajo intenta proponer una mirada de conjunto sobre la producción de ficción nacional televisiva en España y Europa, valorando en todo momento los elementos comparativos del análisis y la identificación de las principales tendencias que pueden perfilarse en el futuro próximo.

▲ Panorama audiovisual del año 1998

Los medios de comunicación y especialmente la televisión pasan en España por ser un factor

importante del posicionamiento de estrategias económicas y políticas para los próximos años.

El panorama audiovisual español en este último año presenta una situación marcada por diversas tematizaciones políticas que enfrentan a diferentes sectores económicos y sociales. En primer lugar, una fuerte crítica de las televisiones comerciales a una televisión pública cada vez más endeudada y sin que la sociedad española perciba la función social que debería esperarse del concepto de servicio público. Entre las medidas adoptadas por la nueva dirección de RTVE destacan la retirada de la televisión por satélite *Via Digital* (menos de 400 mil abonados) para concentrarse en la reducción del déficit y en la producción de contenidos. Este año ha estado también bajo el signo de una guerra fría entre las plataformas digitales (*Via Digital*, con un 86% en manos de *Telefonica*, y *Canal Satélite Digital* del *Grupo Prisa* (con casi 800 mil abonados) que hace cada vez más difícil una fusión que en algún momento se dio por hecha.

Un tercer tema se refiere a la cuota del 5% de los ingresos de las cadenas públicas y privadas destinado al cine y televisión nacional y que tiene una fuerte oposición de las dos televisiones privadas en abierto, *Tele 5* y *Antena 3*. Finalmente, la enmienda a la ley de Televisión sin Fronteras de la Unión Europea con el fin de aplicar un mínimo de 51% del tiempo de programación a la producción europea.

El futuro de la televisión en España sigue manteniendo abiertas las estrategias de titularidad para las concesiones de nuevas cadenas. Tal es el caso de la ampliación del techo del 25% hasta el 49% que puede poseer un accionista en la televisión privada, o como sucede en el caso de la televisión digital que prevé la introducción de más cadenas en un mercado ya fuertemente saturado en relación con su población.

Fuera del campo político hay factores de avance en el ámbito industrial que hacen ver el panorama en forma más positiva que en el pasado reciente. Entre los más importantes, la inversión en renovación tecnológica, un nuevo empuje a la inversión económica en la producción de ficción televisiva (20 mil millones) por todas las cadenas, la exportación de formatos a Europa y Latinoamérica que invierte la tradición de un país fundamentalmente comprador, el incremento de la inversión publicitaria y el aumento de espectadores en las salas cinematográficas (más de 600 mil espectadores).

El futuro del audiovisual español se ve con optimismo por parte de la administración y el *Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales (ICAA)* que destacan la consolidación de un marco jurídico para la producción,

el aumento de los fondos públicos para las ayudas a la producción, mejora de las relaciones entre cine y televisiones —donde juega un papel destacado la *Federación Española de Productores Españoles (FAPAE)*— y las desgravaciones fiscales para el cine. Hasta el mes de septiembre se habían estrenado 176 largometrajes españoles con más de siete millones y medio de espectadores (una cuota de mercado que está en torno al 13%), datos que

han servido para aumentar también el optimismo de los exhibidores en un sector que, hasta esa fecha, había recaudado más de cuarenta mil millones de pesetas.

Las visiones menos optimistas, o más realistas, señalan la inestable situación de una industria que necesita de la televisión para

"Parece no estar en discusión que en España el futuro de la industria audiovisual pasa por las televisiones".

hacer posible un proyecto de producción. Así, una película que supere los 300 millones de pesetas difícilmente puede recuperar la inversión en el mercado español si no se vende en el extranjero. El enanismo del mercado español del cine tiene paralelamente su reflejo en el mercado de la televisión, especialmente en la ficción nacional, donde ya han pasado a la historia audiencias superiores a los diez millones de telespectadores. Para algunos existe una estrecha relación entre la reducción de nuestro mercado y la calidad de los productos de ficción. Se dice que es difícil, salvo excepciones, hacer una buena película por menos de 300 millones; también lo es para las series de televisión, de las que sólo siete españolas, en 1998, están por encima de los cuatro millones de espectadores. Aunque el caso de una miniserie de tres horas como *Blasco Ibañez*, dirigida por un director estrella de la vieja guardia como José Luis García Berlanga, que no alcanzó los tres millones de espectadores y cuyo coste fue de 650 millones de pesetas, demuestra que también existen otros factores, además del económico, que habrían de tenerse en cuenta para racionalizar una mejor inversión.

Parece no estar en discusión que en España el futuro de la industria audiovisual pasa por las televisiones. Desde los ámbitos políticos (después de una larga e incansable demanda de productores y profesionales del sector) se comienza a instar al sector financiero para que invierta en el audiovisual, cuyo actual volumen anual de negocios de 428 mil millones de pesetas podría alcanzar

los 700 mil millones. Por su parte, el *Instituto Catalán de Finanzas* y las asociaciones de productores de Cataluña se han comprometido a invertir 100 mil millones de pesetas en los próximos cinco años.

Mientras tanto, todo apunta a una alianza entre el cine y la televisión. En el terreno de la inversión, *Vía Digital* se ha comprometido a invertir un mínimo de 6 mil millones de pesetas en la adquisición de derechos de ficción y documentales españoles entre 1998 y el año 2000. *Sogecable (Grupo Prisa)* anunció la compra de los derechos de emisión de cine español por valor de 2800 millones de pesetas en un convenio firmado con *FAPAE*. *Televisión Española*, por su parte, ha anunciado mientras se redacta este informe, que invertirá 10 mil millones en ficción de cine y televisiva en los próximos años.

En el panorama general del mercado de la televisión en España se debe destacar la tendencia a un equilibrio en la cuota de mercado entre las televisiones generalistas. Es importante también el crecimiento de la audiencia (Resto Universo) que se ha volcado en las televisiones locales (3,3% en 1998). El consumo de televisión local, digital y *free-satellite* creció un 85% entre 1997 y 1998.

MARKET SHARE

	SHARE %		Tele5	Antena3	Canal +	Resto	Autonom Universo
	TVE1	La2					
1996	26,9	9,1	20,2	24,9	2,2	1,3	15,3
1997	25,1	8,9	21,5	22,7	2,5	1,8	17,4
1998	25,4	8,8	20,3	22,7	2,2	3,3	17,2
DIF.'98 VS '97	0,3	-0,1	-1,2	0,0	-0,3	1,5	-0,2

Fuente: Eurofiction España

Desde 1989 hasta 1996, España había tenido un crecimiento continuo del consumo de televisión. Pero por primera vez, entre 1997 y 1998 hay una disminución del consumo generalista (2,4%) y un aumento del consumo entre espectadores de televisiones locales, digitales y *free-satellite*. Estos resultados van acompañados de las nuevas estrategias de colocación de programas de ficción televisiva doméstica que comienzan a programarse en las plataformas digitales y que crean nuevas ventanas de estrenos y reposiciones.

La ficción televisiva y cinematográfica ha venido a ocupar la tercera parte de toda la programación (35,6%). Se trata de un reparto de géneros por cadenas que han hecho una apuesta por la renovación de los informativos y por la consolidación de la ficción doméstica. En el terreno de la ficción nacional e internacional

destaca *Tele 5* con un 49,8%. En el campo de la ficción doméstica, y a pesar de un descenso del tiempo de ficción en *Televisión Española* y *Antena.3*, este género se revela como el más importante en tiempo de programación y en resultados de audiencia.

Atrás quedan las temporadas televisivas dominadas por los concursos y los *reality show* (sin distinción entre sistema público o privado). Entre los productos de mayor éxito del año 1998, junto al fútbol se encuentra una serie española, *Médico de Familia*, que figura en numerosas ocasiones entre las cincuenta emisiones (esto es, compitiendo con todos los programas españoles) más vistos del año. El fútbol y las series domésticas ocupan, por otro lado, la mayoría del tiempo de *prime time*, haciendo que el cine norteamericano busque abrigo en otros horarios menos competitivos. Desde el año 1996, el fútbol y las series domésticas se reparten los primeros lugares entre las emisiones más vistas. La demanda de novedades, cada vez mayor entre la audiencia española, podría favorecer el incremento de títulos de ficción propia en un sector empresarial en el que finalmente se ha comprendido que la ficción nacional no es sólo una cuestión de rentabilidad económica inmediata sino también una cuestión de imagen corporativa.

▲ Análisis de la programación

Los valores de la ficción televisiva en el *prime time* —mucho menos aleatorios que los del *daytime* y *nighttime*— reflejan la creciente presencia de la producción do-

méstica (un 50% y un 62%) frente a los programas norteamericanos, prácticamente únicos competidores en esta franja. En el caso del cine, la presencia norteamericana es más abrumadora, aunque esto puede cambiar en un futuro inmediato dada la presencia del cine español en las próximas programaciones de las cadenas.

La política de adquisiciones y programación no favorece —como en lo relativo a la de ficción propia— la diversidad en las parrillas. Las compras en el exterior son más selectivas (menos acuerdos sobre *packages* y más compra 'al detalle'), pero también más conservadoras. La oferta se concentra casi exclusivamente en la producción doméstica y en la norteamericana, y puede decirse que es fiel a determinados géneros (la *sitcom* familiar o la serie de acción *light*). Aunque prosigue con menor ímpetu la telenovela latinoamericana con Delia Fiallo: *Leonela*, *Luz*

María, *Te sigo amando*. Por otro lado, y dentro de una estrategia enfocada a minimizar el riesgo, se ha mantenido en determinados casos ese sistema de programación a la defensiva que consiste en dar dos y hasta tres episodios de una misma serie (*Brooklyn South*, *Kommissar Rex* o *X Files*). Tampoco es rara la emisión, con pocos días de diferencia, de la misma película en una cadena autonómica y otra nacional (*Un testigo en silencio*).

Varios datos reflejan una ligera recuperación de la serie norteamericana, que muy bien pudiera ser pasajera, pero que en todo caso tiene más relación con la política de programación de las cadenas de pago que con la de las generalistas. Partiendo de la evidencia de su marginación creciente en la programación de estas últimas, lo cierto es que algunos títulos emitidos en la madrugada han ido ganando una aceptación que supera las expectativas de esa franja horaria. Uno de estos casos es *Nikita*, una serie de la televisión por cable norteamericana, que ha sido descubierta por un millón y medio de personas (29,2% share). En todos los casos, las series norteamericanas tienen un tope de audiencia, que, aun tratándose de un éxito (*X Files*) sólo excepcionalmente sobrepasa los tres millones de espectadores. De cualquier forma, proyectos de serie dramática como *El comisario* (estrenada ya, con buena respuesta, a la hora de este informe) podrían marginar aún más las importaciones norteamericanas en este formato. En las franjas del mediodía se mantienen con buenos resultados las comedias familiares, pero a costa de no introducir prácticamente ninguna novedad, de lo que es prueba la fidelidad a títulos como *Family Matters*.

Este tope de audiencia de las series norteamericanas que, salvo excepciones, las sitúa por debajo de los grandes éxitos nacionales, es la razón de su retirada del *prime time* de las cadenas generalistas y de su acogida en la cadena de pago *Canal+*. Series de calidad superior a la media y más novedosas como *Friends*, *Frasier*, *Seinfeld* o *Michael Hayes* han tenido en España una experiencia similar a la de otros países: con una exposición limitada en las cadenas de pago por cable y satélite, su emisión también en abierto (con publicidad) las ha convertido en un fenómeno no desdeñable de popularidad y, desde luego, en un atractivo para estas cadenas que, de este modo, se hacen más visibles a los ojos de un público más amplio. Sólo *Tele 5*, entre las cadenas generalistas, tiene un plan de 'optimización' del resultado de las adquisiciones norteamericanas. En primer término, comprando sólo aquello que verdaderamente puede encajar en la línea de programación de la cadena (sí a *X Files* y no a la muy cara y mucho más sombría *Millenium*), o que puede introducir novedad (*Ally MacBeal*). En segundo término, una pro-

moción y tratamiento en la programación que haga visible el programa al potencial espectador. En otras cadenas, costosas series norteamericanas como *ER*, *NYPD Blue* o *Profiler* se han perdido en la madrugada ante las protestas de algunos sectores del público.

El *TV Movie* norteamericano continúa siendo un ingrediente importante de la programación, pero con un comportamiento contrastado. Tiene una débil presencia en la programación diaria, si se tiene en cuenta que el programa con el que generalmente compite (o al que suple, si no lo hay), la *soap opera* de fabricación nacional, mantiene una mayor regularidad de convocatoria (cerca de los dos millones de espectadores). Un resultado en el que sin duda interviene el origen y el formato. Pero el fin de semana, junto a la miniserie corta mantiene un apreciable protagonismo. Son películas de televisión algunas de las que estrena también la cadena de pago. De cualquier forma, todo apunta hacia una mayor diversificación de la oferta, tanto por lo que pueda llegar de la producción europea de *TV Movies*, hacia la que se observa una mayor curiosidad, como por el interés de las cadenas españolas, declarado en numerosas ocasiones en los últimos tiempos, de pasar de ser un mero comprador de *telefilmes* norteamericanos a explorar el terreno de la coproducción con las compañías del otro lado del Atlántico.

Pasada la moda de la telenovela latinoamericana, ello no quiere decir que su presencia sea desdeñable (14% en la primera semana). Programada en la cadena pública a continuación de *Calle nueva*, *soap opera* de producción propia, *Leonela*, consigue idénticos o superiores *ratings*, lo cual hace dudar en cada temporada a los directivos de *TV1* sobre la continuidad de la serie española. Pero la demografía de su oponente Latinoamérica, 'mujeres mayores de la clase trabajadora', interesa mucho menos a los anunciantes que los seriales de producción propia cuya media de edad de la audiencia es más baja y con un nivel social más alto.

La producción europea sigue teniendo escasas oportunidades en las cadenas españolas. Es raro encontrarla en el *prime time*, si no se trata de una de las grandes coproducciones internacionales. Las series europeas están representadas en la primera semana de la muestra por la popular *Navarro*, bien entrada la madrugada (02.30h). Se confirma de alguna manera que, en el campo de la producción serial, viajará mejor en el futuro el formato adaptado que la producción original. De hecho, *El Comisario*, un proyecto de *Tele5* de 'family cop', resulta por su concepto y realización más próximo a fórmulas de series europeas (*Navarro*, *Julie Lescaut*) con algunos toques de *Hill Street Blues*.

Una atención especial merece la programación de cine, tradicionalmente mal cuidada por los programadores de la televisión española. El cine en la franja de *prime time* es mayoritariamente norteamericano: un 71% en la semana de marzo y un 88% en la de octubre. En el primer caso, la presencia del producto estadounidense es compartida con un 16% de cine español y un 13% de otras procedencias. En la segunda semana analizada, la presencia norteamericana abrumadora (un 88%) es compartida únicamente con un 12% de cine de importación europea; nula representación del cine español. Esta marcada diferencia —dentro de la abultada cifra en ambas semanas de la película norteamericana— guarda una estrecha relación con la muy variable presencia del cine español. Sólo una película que haya sido un éxito de taquilla o que cuente con un reparto internacional es considerada como objeto programable en el *prime time*. No es casualidad que la única película española de la semana analizada de marzo corresponda a *Two Much*, la película que rodó en Estados Unidos Fernando Trueba, con el internacional Antonio Banderas y Melanie Griffith en los papeles protagonistas. Como títulos taquilleros y repartos internacionales no abundan en la cosecha anual del cine doméstico, éste no suele aparecer en el *prime time*, franja en la que siempre se prefiere un título norteamericano (*film* o *TV Movie*) a un 'discreto', por más que cualificado, film español. En cuanto al cine europeo, es siempre más probable encontrarlo en las cadenas públicas, y más concretamente en la 'cadena cultural', La

2. Así que el cine español necesita ser un 'top ten' nacional para acceder al *prime time* que ocupan sin mayores problemas los mediocres *TV Movies*, pero que ofrecen una buena relación coste/rendimiento. El cine europeo o de otras procedencias, sin embargo, necesita coartada cultural, un pasaporte que no se exige al cine norteamericano.

▲ La ficción doméstica en ESPAÑA

La producción de series de televisión en España se presenta en un marco industrial con grandes desequilibrios. El gran esfuerzo de la incipiente industria española de ficción se halla en el incremento cuantitativo de una producción cuasi inexistente en los primeros años de la década del noventa, en la potenciación de la producción independiente y en una buena relación oferta y demanda, a pesar del relativo alto índice de fracasos de audiencia registrados en 1998. Pero si es muy importante el crecimiento de horas de producción sostenido e incluso espectacular respecto a los otros países europeos, la modestia de sus aspectos cualitativos queda en evidencia a la hora de analizar la diversidad de sus géneros y formatos.

En el mapa de las televisiones españolas analizadas por *Eurofiction*, los títulos de ficción propia en 1998 demuestran una desigual repartición de producciones que rompe el equilibrio del año anterior (siete producciones por canal). Este año, *Tele 5* ha programado once series, cuatro más que en el pasado año, las mismas

ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE FICCIÓN CINE Y TELEVISIÓN EN 1998

TOTAL DE FICCIÓN

	Marzo 1-7	Octubre 18-24
TV	144 h. 16 mn	140 h. 24 mn
Cine	98 h. 37 h.	98 h. 12mn
Total	242 h. 53 mn	238 h. 38 mn

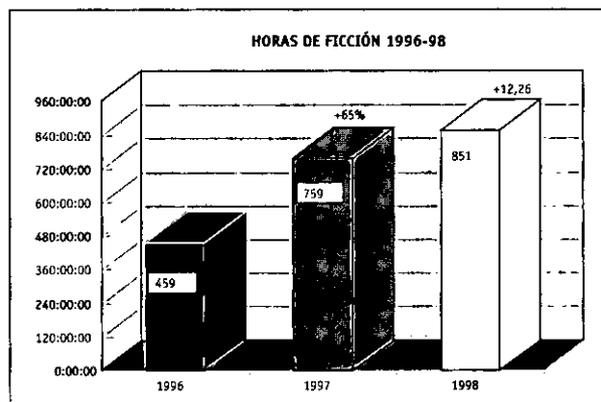
	MARZO 1-7				OCTUBRE 18-24			
	España	USA	Europa	Otros	España	USA	Europa	Otros
Day Tim	15%	68%			23%	65%	3%	9%
Prime Time	50%	50%			62%	38%		
Night Tim	15%	67%	5%	13%	2%	85%	13%	

FICCIÓN TELEVISIVA POR ORIGEN Y FRANJA HORARIA

Fuente: Eurofiction

que pierde la cadena pública *La 2*. *TV1* también programa un título menos, lo mismo que *Antena 3* y *TV3*. Aunque todas las cadenas aumentan el número de horas, es *Tele 5* la cadena que más apuesta por la ficción propia como había demostrado en la temporada 1996-1997 con una oferta de 444 horas. En 1998, *Tele 5* ha programado tantos títulos de producción española como las dos cadenas estatales de ámbito público.

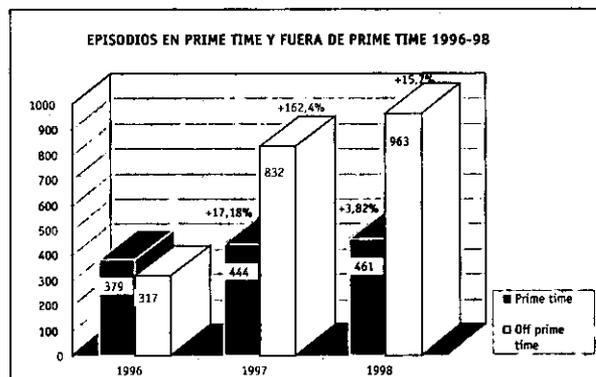
GRÁFICO No.1



El crecimiento de la producción española en 'horas de ficción televisiva' desde que empezó el observatorio de *Eurofiction* en 1996 ha sido de un 86% y la coloca en tercer lugar entre los grandes países europeos después de Alemania y Gran Bretaña. España es el país que más ha crecido en Europa en estos tres últimos años. Sin embargo, si se mira el número de títulos (33 en 1998), España se encuentra en último lugar, después de Italia que le dobla. Esto se debe a un alto índice de series de larga duración, reflejo tanto de una industria audiovisual todavía inmadura para la diversificación de proyectos como de la demostración de una cierta estabilidad en las programaciones. La concentración de la industria en pocas producciones supone un alto número de episodios (100 más que en 1996). España ocupa también el tercer lugar en producción de episodios entre los países analizados por *Eurofiction* que aumenta en 5% respecto al año 1997. Gran producción de episodios no sólo en teleseries dramáticas de frecuencia diaria como *Al Salir de Clase*, *El Super* de *Tele 5*, que pronto llegará a los seiscientos episodios, y *Calle Nueva*, la primera teleserie de sobremesa de *TV1*. Más importante es la producción de episodios para *prime time* donde se consigue un 14% más que el año anterior.

El incremento de la producción en los horarios de máxima audiencia, que desde 1994 hasta ahora ha crecido en más de un 30%, es sin duda un efecto de los

GRÁFICO No.2



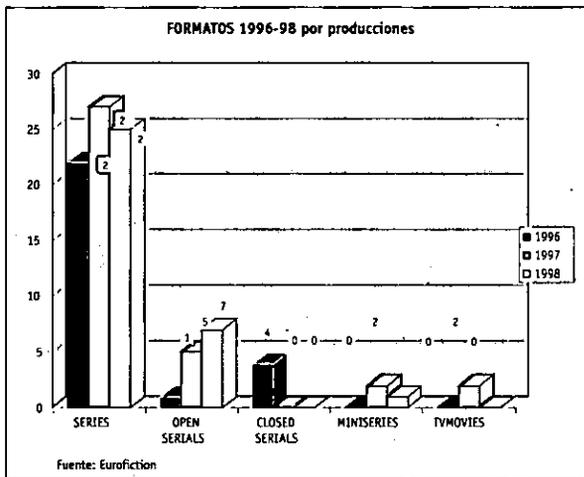
buenos resultados que se consiguen en una audiencia familiar cada vez más habituada a encontrarse con historias, escenarios y personajes cercanos allí donde hace algunos años estaban las series y películas norteamericanas. España lucha por un *prime time* de producción nacional. Es un dato incontestable que de los cinco países europeos analizados, España presenta el mayor porcentaje de programación de productos *made in USA* durante las 24 horas. Pero también es cierto que ocupa el tercer lugar, por encima de Francia y de Italia, en horas de producción propia en *prime time* con un 56% de su programación.

Probablemente uno de los signos característicos de la industrialización en la producción de series televisivas en España sea su capacidad para producir teleseries diariamente, lo cual significa tener equipos de guionistas y de realización capaces de soportar el ritmo sostenido de una semana de trabajo durante una temporada entera. En 1998 se han producido once títulos de corta duración, con 25 minutos como media (un 20% más con respecto al año pasado), tres de los cuales logran entrar entre los *top 20*. En este sentido, España sigue la tendencia de los otros países europeos, especialmente de Gran Bretaña, que presenta el mayor número de este tipo de producciones breves.

Si uno de los índices que marca la calidad en la programación de la televisión de un país consiste en la diversidad de contenidos, España está aún muy lejos de conseguir un equilibrio entre sus formatos de ficción.

Con 25 series semanales y siete seriales diarios (dos más que en 1997) más un *TV movie*, la televisión española presenta la producción de ficción más homogénea de los cinco países europeos. Lo mismo ocurre en cuanto a la diversificación de los géneros. En la práctica existen sólo dos géneros, la comedia y el drama. Aunque bien podría decirse que en muchos casos, incluso esta

GRÁFICO No.3



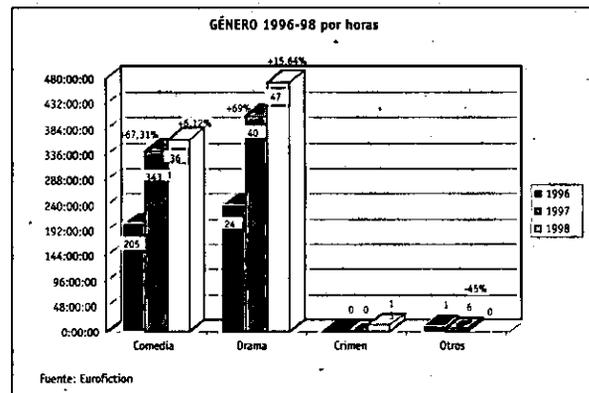
diferencia corre peligro de extinción, a juzgar por la preferencia de los guionistas para mezclar historias dramáticas con elementos de comedia en una misma serie. Por lo menos siete series semanales de una hora de duración, todas ellas en *prime time* y que aparecen entre las *top 20*, tienen un género híbrido entre comedia y drama. Ellas son: *Médico de familia* (comedia-drama), *Periodistas* (drama-comedia), *Compañeros* (drama-comedia), *Tío Willy* (comedia-drama), *Hermanas* (comedia-drama), *Querido Maestro* (comedia-drama), *Más que amigos* (comedia-drama).

La necesidad de llegar a una amplia audiencia familiar y de evitar la tentación del telecomando son las principales causas de este género mestizo o 'dramedia' en las pantallas españolas. Pero hay también otras causas, como la dificultad de hacer buenos guiones cómicos en los que el diálogo debe ser brillante en todo momento, evitar el tópico fácil y sobre todo buscar situaciones originales de comicidad y que sean aceptables por una audiencia familiar, entiéndase mayoría de mujeres y niños.

No se pierde el *genre* sin perder el *gendre*. Que la pérdida de la identidad del género en la serie española se confirma con la homogeneización de argumentos y estructuras narrativas se puede observar en la casi nula diferenciación de las series con relación al *protagonismo* por género sexual (*gendre*), convirtiendo a 1082 episodios de ficción televisiva en un género *mixed*. Las series españolas tienden a ser productos de gran consumo, sin grandes individualizaciones de protagonistas ni de grupos. *Hermanas*, la adaptación italiana que en España tuvo un discreto resultado, tenía como centro de la estructura narrativa la pertenencia de grupo a una comunidad, no el

hecho de que fuera un grupo de mujeres. Tampoco los escenarios de la ficción española se caracterizan por su diversificación. 977 capítulos están localizados en la capital, mientras que las otras ciudades quedan muy en segundo lugar junto al ambiente rural que este año ha disminuido en un 60% su presencia en la pantalla española.

GRÁFICO No.4



▲ Éxitos y fracasos

En 1998 se aprecian algunos cambios en el panorama español respecto a los años anteriores, a pesar de que todavía no pueda hablarse de modificaciones sustanciales. Por un lado, la ausencia de *Hostal Royal Manzanares* (TVE1) ha distanciado más *Médico de familia* (Tele5) del segundo programa más visto (*Manos a la obra*, de Antena3), pero la serie de Emilio Aragón ya no ha vuelto a batir los récords de audiencia de las temporadas anteriores y su capítulo más visto (48,3%) sólo se sitúa en el noveno lugar del *ranking* televisivo anual. Por otro lado, la comedia familiar ya no es la reina absoluta de las cadenas españolas, pues la moderada pero significativa pérdida de espectadores de *La casa de los líos*, uno de los programas estrella de Antena3, y el rotundo fracaso de algunas variantes del género que ha experimentado Tele5 (*Fernández y familia*, *Quitate tú para ponerme yo*) coincide con la consolidación de otras fórmulas (*Manos a la obra*, *Periodistas* —Tele5—, *Compañeros* —Antena3—) que, si bien no aportan novedades relevantes ni a la estructura narrativa ni al formato de las series, a nivel temático se distancian decididamente de los asuntos y los tópicos más recurrentes de la comedia familiar.

La relación entre los éxitos y los fracasos de los programas televisivos de ficción ofrece diferentes lecturas, en función de la perspectiva adoptada. En términos absolutos se puede decir que un 27% aproximadamente de los estrenos de ficción televisiva se situó muy por

debajo de las expectativas generadas, mientras que el índice de fracasos de *programas de no ficción* sobrepasó en las cadenas españolas el 80%. Pero los porcentajes pierden significación si se compara la inversión realizada en programas como, por ejemplo, *Tal como éramos* y *Una de dos*, ambos de TVE1. En el primer caso, se trata de un variedades nostálgico que se nutría, en buena parte, de imágenes de *NO-DO* (reportajes cinematográficos del franquismo) y de los propios archivos de la cadena. En la serie de Lina Morgan había que sumar al elevado *caché* de su popular protagonista el coste de los sofisticados efectos especiales que permitían a la actriz dar vida, simultáneamente, a dos hermanas gemelas. Por si fuera poco, buena parte de la ficción televisiva que fracasó este año estaba programada en *prime time*, con lo que la pérdida de espectadores se tradujo inmediatamente en un notable descenso de los ingresos por publicidad que conllevó, en algunos casos, la supresión del programa antes de llegar a emitir todos los episodios grabados (*Ni contigo ni sin ti*, de TVE1) o su desplazamientos hacia franjas publicitariamen- te menos rentables (*La virtud del asesino*, de TVE1, pasó a la noche y *Señor alcalde*, de Tele5, a la tarde).

Por el contrario, ha habido otras series que, sin llegar a ser rentables en términos de audiencia, han gozado de mayores oportunidades como, por ejemplo, *Tío Willy* (TVE1), cuya prórroga por trece episodios para 1999

se decidió a pesar de los más de cuatro puntos por debajo del *share* medio de la cadena en los que se ha situado a lo largo de este ejercicio. Por si fuera poco, *Tío Willy* ya le había dado quebraderos de cabeza a los directivos de la televisión pública incluso antes de su estreno, pues la *Agrupación de telespectadores y oyentes* no veía con buenos ojos que el personaje central fuese homosexual y exigía que no se magnificase su comportamiento.

Ambiciones, con guión de la popular y más vendida escritora en lengua española de novelas *rosas* Corín Tellado, representó la incursión de *Antena3* en los seriales y el único fracaso rotundo de una cadena que tiene bien apuntalado el resto de sus series. El ínfimo 15,1% de *Ambiciones*, que supera únicamente los dos fracasos más sonados de TVE1 y de la temporada (*La virtud del asesino* y *Ni contigo ni sin ti*), podría deberse en parte a su incapacidad de sustraer espectadores a los otros seriales del *day time* ya consolidados, *Calle Nueva* (TVE1), y *El Súper* (Tele5). Por cierto, la longevidad de este último (casi 600 capítulos), parece estar relacionada con la sensibilidad que manifiesta hacia su público, cuyas preferencias registra y plasma en los sucesivos golpes de timón que va experimentando su tortuosa trama. Junto con la saturación de formatos, la reiteración temática también ha determinado, en parte, el destino de series como *Compañeros* (Antena3) que inició un lento pero

TOP 20 EPISODIOS 1998

No.	TÍTULO	CANAL	S.T.	AUDIENCIA	SHARE	RAT
1	Médico de familia	Tele 5	22:01	8.606.900	48,5	23,4
2	Manos a la obra	Antena 3	21:58	5.764.000	33,7	15,7
3	Una de dos	TVE 1	21:57	5.293.300	32,1	14,4
4	Periodistas	Tele 5	22:01	5.023.300	29,1	13,7
5	Compañeros	Antena 3	22:00	4.889.400	30,5	13,3
6	La casa de los líos	Antena 3	21:36	4.579.000	30,3	12,5
7	A las once en casa	TVE 1	21:59	4.265.900	25,3	11,6
8	Tío Willy	TVE 1	22:02	3.932.100	22,9	10,7
9	Hermanas	Tele 5	21:57	3.856.900	23,5	10,5
10	Querido maestro	Tele 5	21:40	3.824.400	28,1	10,4
11	Todos los hombres	Tele 5	21:35	3.729.000	21,6	10,2
12	Menudo es mi padre	Antena 3	21:39	3.685.000	22,7	10,1
13	Señor Alcalde	Tele 5	21:39	3.334.000	19,2	9,1
14	Fernández y familia	Tele 5	21:34	3.016.900	20,3	8,2
15	Al salir de clase	Tele 5	15:30	2.989.000	25,0	8,1
16	Entre naranjos	TVE 1	21:59	2.946.000	19,6	8,0
17	Más que amigos	Tele 5	21:28	2.860.000	17,2	7,8
18	Kety no para	TVE 1	20:33	2.816.000	24,0	7,7
19	Arévalo y CIA	Antena 3	23:18	2.735.400	28,8	7,5
20	Quítate tú, para...	Tele 5	21:34	2.663.400	20	7,3

decidido ascenso hacia los primeros puestos del *ranking*, impulsado, sin duda, por el incremento de protagonismo de los jóvenes al marcharse Concha Velasco, la actriz principal a partir de la desaparición de *Querido maestro*. Esta última, una producción de *Tele5* con excelentes actores principales provenientes del cine pero con guiones por debajo de su calidad y argumentos excesivamente infantiles.

Los resultados de *Entre naranjos* (TVE1), el único programa de *formato noble* que se emitió este año, ponen de manifiesto que la inversión y la rentabilidad siguen sin ser proporcionales en la miniserie de los 650 millones de pesetas que costó la adaptación televisiva de la novela de Blasco Ibáñez. Las causas del fracaso son diversas, pero entre ellas se encuentra seguramente el desinterés en la producción y en la programación que debió sufrir esta miniserie por parte de la misma cadena pública.

Las diferencias de formato (series, seriales y miniseries), de género (comedia, policiaco, drama), de franja horaria (sobremesa, tarde, noche) o de recursos (*La virtud del asesino* costó más de quinientos millones de pesetas) de los programas que no han gozado del favor del público, no nos permite trazar un retrato robot de los *perdedores* en función de dichas variables. Sin embargo, se puede afirmar que algunas de las series que no triunfaron adolecen de una manifiesta debilidad estructural, que revierte en algunos casos tanto en la excesiva simplificación de la trama (*Más que amigos*), como en la complicación innecesaria de la misma (*La virtud del asesino*). En otras ocasiones se recurre a esquemas pasados de moda (*Ni contigo ni sin ti*) o se hace gala de un humor *ácido* que difícilmente sintoniza con la heterogeneidad del público de *prime time* (*Quítate tú para ponerme yo*).

El fracaso de series protagonizadas por famosos vuelve a poner de manifiesto que el recurso al *star-system* no constituye nunca una baza segura, ni aun cuando se trata de actores que cuentan en su palmarés con grandes éxitos televisivos recientes, como ha ocurrido, por ejemplo, con la ya citada comedia de Lina Morgan *Una de dos*, cuyos resultados están a años luz de *Hostal Royal Manzanares*. Paralelamente, el éxito de *Médico de familia* en los países que han importado su formato demuestra que Emilio Aragón no constituye la única clave del mismo. Sin embargo, los roles secundarios, pero de cierto relieve, que interpretan viejas glorias del celuloide o de la platea, que casi siempre brillan en sus papeles, suelen contar con la adhesión de los espectadores, sobre todo de los mayores y de los jóvenes, como se demuestra en *Médico de familia* (Pedro Peña, Luis Barbero, Gemma Cuervo), *El Súper* (Manolo Zarzo), *Periodistas* (María Jesús Valdés) e incluso en el serial juvenil *Al salir de clase* (Ana María Vidal).

En conjunto, el balance de la ficción televisiva ha registrado un claro superávit, aunque la rentabilidad de las distintas cadenas haya sido bastante desigual. *Tele5* ve compensada su apuesta por la innovación, que le ha llevado poner fin a *Querido maestro* y *Todos los hombres sois iguales* a los primeros síntomas de agotamiento, y amortiza sobradamente sus fiascos de la temporada, pues consolida *Periodistas* como uno de los grandes éxitos del año, además de reafirmar por cuarto año consecutivo la serie de Emilio Aragón (que sitúa 21 capítulos entre los 59 programas más vistos). La política conservadora de *Antena3* también ha dado buenos frutos en esta ocasión, al demostrar que no solamente siguen gustando las versiones refinadas de lo *typical spanish* (*La casa de los líos*), sino también las manifestaciones extremas de un humor cercano a lo vulgar como *Manos a la obra*, otro de los hitos de 1998.

Si algo se ha destacado en el año es la notable superación en calidad y en audiencia de dos series que tuvieron problemas de guión y de diseño narrativo en sus comienzos. El ascenso del serial juvenil de *Tele5* *Al salir de clase* y del drama de *Antena3* *Compañeros* constituye un aspecto novedoso de este período, pues hasta ahora parecían vanos los reiterados esfuerzos por atraer a esa franja de edad hacia programas específicamente diseñados para ellos (fracaso de *El joc de viure*, de TV3). Sin embargo, el destino de *La vida en el aire*, una comedia juvenil dirigida por Ignacio Mercero (inventor de *Farmacia de guardia*) que fue retirada de *La 2* cuando tan sólo se habían emitido tres de sus trece capítulos (a pesar de que su 8,8% no la situaba muy por debajo de la media de la cadena), demuestra una vez más que una buena política de programación puede ser tan decisiva como una buena estrategia de producción.

Mención aparte merece el caso significativo de la *Televisión de Cataluña* (TVC). El balance global de TVC, la mayor productora de ficción dentro del panorama autonómico, sigue siendo muy positivo. Aunque en 1998 empeoran los ya débiles resultados de la serie dramática *Dones d'aigua* (escrita e interpretada por mujeres) y no se consigue consolidar la comedia *Laura*, protagonizada por la actriz y *vedette* catalana Lloïl Bertran, el serial de sobremesa *Nissaga de poder* (cuya continuación en formato semanal está prevista para 1999) ha batido sus propios récords de audiencia y ha concluido con un aplauso unánime del público, de los críticos e incluso de intelectuales. Su sucesor, *Laberint d'ombres*, no sólo mantiene la media de *Nissaga*, sino que incluso la supera a lo largo de su primera temporada en antena.

En pleno *boom* de la ficción doméstica, emisores y productores saben que, además de afrontar la compe-

tencia entre cadenas y verse obligados a renovar algunas fórmulas caducas, la apuesta por la innovación ya les está siendo dictada por las propias reglas del sistema televisivo. En Estados Unidos, la televisión por cable (*CNN, Bravo, American Movie Classics*, etc.) ha elevado al 9% la pérdida de espectadores de las otrora infranqueables *ABC, NBC* o *Fox* y en España la televisión digital ya suma un 2% de audiencia; una cifra destinada a aumentar sin que, por el contrario, se prevea que aumenten los 209 minutos consumidos por habitante este año. El crecimiento de la oferta, la progresiva atomización de la recepción y la emergencia de otros géneros (*docussoap, shock-documentary*, etc.) han convencido a los ejecutivos de las televisiones de que las audiencias millonarias han tocado techo también en nuestro país.

De cualquier modo, el horizonte de la producción televisiva de ficción en España aún aparece muy despejado, pues aunque se verifique el descenso del número de espectadores, los 284.016 millones de pesetas que se invirtieron en publicidad televisiva en 1998 van a tender, con toda probabilidad, a aumentar, a la vez que se perfilan nuevas fuentes de ingresos que sin duda contribuirán a contener los costes de producción, cuando no a reducirlos sensiblemente. Por ejemplo, las ventas del formato de las series de éxito (*Médico de familia, Todos los hombres sois iguales, Periodistas, A las once en casa...*) o la cesión de los derechos de transmisión a *Paramount Comedy*, un canal de la *Paramount Pictures* dedicado a la comedia, que los abonados de *Canal Satélite Digital* recibirán a partir de marzo de 1999 y que contará con un 50% de productos nacionales, entre lo que figuran *Médico de familia, Todos los hombres sois iguales, Periodistas, Hermanas, Querido maestro, Más que amigos, Pepa y Pepe*, etc. Finalmente, cabe esperar que las nuevas alianzas entre colosos, como la inminente Kirch-Berlusconi, a la que *Mediaset* aportará el 28,5% de las acciones de *Gestevisión Tele5* y *Publiespaña*, también representen nuevas salidas a la creciente producción de ficción en Europa.

▲ Tendencias

El aumento de la producción y de la inversión en las cadenas puede traer como consecuencias una mayor especialización de la *fiction TV* y que puedan crearse mayores espacios para la creatividad. Si en los últimos tres años han dominado las comedias familiares, en 1999 se podrán ver por fin nuevos formatos, tales como *TV movies* o nuevos géneros tales como policiales (con adaptación de novelas del escritor Manuel Vázquez Montalbán). Si la cantidad trae calidad esto puede suceder en las futuras

producciones que incorporan más escenarios externos y tienen un mayor cuidado en la escritura de guiones, en la dirección de actores y en recursos técnicos.

El *Tv movie*, a pesar de los diferentes intentos de lanzar este formato en España, se halla prácticamente paralizado debido a las restricciones a la publicidad que impone la normativa europea a los formatos cinematográficos.

La inversión en ficción televisiva ha crecido en forma importante en estos últimos cuatro años. Actualmente, los principales problemas de la industria de ficción se encuentran en un reducido número de empresas audiovisuales que operan en el mercado: 16 empresas realizan el 70% de programas.

Se trata de una industria reciente que en gran parte trabaja aún con métodos artesanales. Las productoras especializadas en ficción son escasas y deben luchar contra algunos factores que caracterizan la situación española: las productoras dependen de la demanda puntual y sin que las *broadcaster* tengan estrategias a largo plazo, pues se hallan muy dependientes del día a día de los índices de audiencia. Esto impide que las series aún inmaduras tengan un plazo de consolidación entre los espectadores. Y por ello se tiende a productos seguros, sin riesgos ni experimentaciones.

Las productoras independientes de ficción se encuentran trabajando en un mercado aún inmaduro, y con inversiones de alto riesgo.

La producción de ficción tiende, en todo caso, a encontrar una cierta estabilidad no sólo frente a los acuerdos con las televisiones sino también en la implantación del tejido industrial en las distintas regiones del estado español. Dado que en España existe un régimen de televisión pública muy descentralizado en televisiones autonómicas, también la producción de ficción televisiva refleja características diferentes al resto de Europa. Cataluña, de El País Vasco, Galicia y la Televisión de Andalucía se han convertido en un importante motor de la serialidad televisiva y han creado un modelo de producción modernizado y muy eficaz que les permite tener los índices más altos de rentabilidad. La peculiar situación de la televisión en España permite que existan dos *prime time* de ficción propia. Las televisiones autonómicas asisten a un ascenso social del *culebrón made in Spain* y lideran los horarios de *day time* con series dramáticas de larga duración (telenovelas). Las televisiones generalistas (*TV1, Antena 3, Tele 5*) dominan el *prime time*. Entre las series de difusión estatal en la franja de sobremesa destaca *Al Salir de clase*. Esta serie diaria de *Tele 5*, creada en 1997 y protagonizada por un grupo

de estudiantes de liceo, se ha convertido en uno de los ejemplos más interesantes de renovación de género y de audiencia. Se trata de la primera serie juvenil con una audiencia que tiene el 25% de jóvenes entre los 13 y 25 años y el 30% de 4 a 12 años, que viven en zonas urbanas y poblaciones de más de 50 mil habitantes. Esta serie, que en la primera temporada de 1999 habrá alcanzado los 400 episodios y cuyos argumentos juveniles se cruzan con temas sociales como el SIDA y la integración de la diferencia, ha sido vendida a *Mediaset*, cuya producción comenzó en agosto de 1999.

Pero las series que suelen obtener mayor éxito de audiencia en *prime time* son aquellas sin *target* definido, dirigidas a un público de clase media-media, entre 35 y 54 años, compuesto por hombres y mujeres en forma equilibrada.

En el año 1998 hay dos hechos nuevos que demuestran el cambio que se está experimentando en la industria televisiva y en la opinión pública. En el terreno de la programación por primera vez se ha asistido a la experiencia de la 'contraprogramación' en el terreno de las comedias familiares tanto con públicos diferenciados en los domingos como con públicos pertenecientes a un mismo *target*. Este enfrentamiento es seguido como un *derby* por la prensa especializada, que ofrece gráficos de la competición, además de publicidad gratuita. Por fin, la crítica de televisión comienza a valorar la producción propia. Este cambio de actitud viene apoyado por los éxitos comerciales de las ventas de formatos al exterior y la respetabilidad que van logrando algunas series que incorporan actores del *star system* cinematográfico e incluso algún filósofo muy popular.

Una serie de temas pendientes quedan todavía por resolver en la industria audiovisual española. Entre ellos, la cuestión de los derechos de propiedad entre las televisiones y las productoras independientes, un todavía bajo nivel de creatividad en el campo de los guiones, y en consecuencia, la necesidad de una formación en el campo de la producción y la escritura, especialmente en el género de humor donde se hallan los fracasos más importantes de las nuevas apuestas. La escasa voluntad de experimentación en otros géneros y formatos, como sucede en otros países europeos, la inexistencia de coproducciones europeas y el alto índice de precariedad de empleo en la empresa audiovisual son otras tareas urgentes que seguramente no podrán acabarse antes de terminar el siglo. Se debería aprovechar la bonanza económica internacional y el tirón de las nuevas tecnologías digitales en el campo de la distribución audiovisual.

► LA EUROPA COMPARADA: LA HETEROGENEIDAD NACIONAL

A primera vista, el análisis comparativo de las políticas de producción de ficción en cada uno de los países que se analizan en el observatorio *Eurofiction* refleja más diferencias que afinidades. Con la excepción del auge y protagonismo de la producción propia, la circulación de unos pocos —muy pocos— programas que logran atravesar fronteras, y la disminución de la dependencia del producto televisivo norteamericano, que es lo que compartimos, la Europa televisiva aquí analizada revela no sólo las diferencias culturales y económicas, cuya importancia nadie pone en duda, sino las que son atribuibles a las características de los propios sistemas televisivos (inseparables, por otro lado, de los parámetros anteriores), resultado de una historia pero también de una determinada previsión de futuro.

La existencia de una determinada línea de actuación no puede ser ajena así a factores como el grado de implantación de las nuevas tecnologías de distribución (satélite, cable, televisión digital); al equilibrio entre el sector privado y público o al tipo de financiación predominante (canon, publicidad, mixto, suscripción). Pero también al nivel de consolidación y particularidades de la industria audiovisual, a las políticas de programación (estrechamente ligadas a tradiciones y hábitos culturales) y, forzosamente, a la especial tensión que cada país mantiene entre tradición e innovación. Baste citar como ejemplo la distancia existente entre la industria de producción de ficción televisiva del sector privado en el Reino Unido y la de su equivalente en España o Italia. O comparar el desarrollo de la televisión de pago en Francia, donde *Canal+* ha operado hasta ahora como cadena complementaria de las generalistas, con el de Alemania, donde por la fuerte implantación del satélite y el cable, a la primera cadena de pago, *Premiere*, le costó cinco años conseguir un millón de suscriptores.

De forma unánime en los países analizados, la televisión digital ha acaparado la atención de los medios este último año, tanto por las especulaciones sobre las perspectivas que abre respecto a contenidos y nuevas formas de consumo, como por las incógnitas aún no despejadas de su diseño accionarial y empresarial. La forma en que la revolución digital pueda afectar en el futuro a la producción de ficción es hoy por hoy objeto de especulación. La fuerte inversión económica que ha supuesto la puesta en marcha de las plataformas digitales puede estar hipotecando de alguna forma, al menos a corto plazo, esta inversión en ficción. Más aún cuando

conseguir las exclusivas del deporte (fútbol en Europa) y del cine, las dos grandes bazas por ahora de la nueva televisión (y de la del cable y del satélite en su momento), ha implicado reventar los precios de un mercado en el que se enfrentaban dos o más operadores.

Es verdad que si bien muchas cadenas especializadas (por cable o por satélite) se han dedicado en tiempos pasados a estrenar o reponer series norteamericanas o propias, la televisión de pago de nuestros días, analógica o digital, tiene previsto iniciar o incrementar su inversión en la producción de ficción para televisión, muy concretamente de series y películas para la pequeña pantalla. Dos factores condicionan de momento la política de producción de estos operadores: de un lado, el presupuesto, que no se plantea, hoy por hoy, llegar a las cotas de las grandes cadenas tradicionales en abierto; del otro, la necesidad de innovar para ofrecer un producto distintivo acorde con la imagen más sofisticada de la cadena.

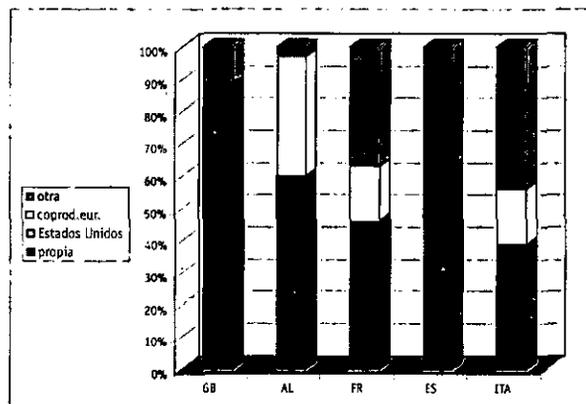
Pero no hay que olvidar que en el umbral de la revolución digital, los programas de ficción que sobresalen en los puestos de cabeza responden a fórmulas tradicionales que vienen explotándose, a veces durante décadas, en las cadenas generalistas. Hay programas en Alemania, como *Derrick*, que se han retirado después de veinticinco años en antena, pero sólo por imperativos de la edad del protagonista (*Horst Tappert: 75 años*). En el Reino Unido, los seriales *Coronation Street* (más de treinta años en antena) y *East Enders* son una cita ineludible para millones de espectadores. En esta línea de conservación, las cadenas generalistas herzianas mantienen una fuerte presencia en estos países, y en el seno de ellas, las públicas continúan luchando —con éxito en muchos casos— por permanecer en el grupo de cabeza. Ahora bien, la multiplicación de cadenas está rebajando inevitablemente el *share* de las emisoras líderes, con el impacto que esto puede tener, rebasado un límite, en los ingresos por publicidad de las que no viven de un canon. Valga el ejemplo de la privada alemana *RTL*, que en 1996 consiguió tan sólo un 17,1% de partes de mercado, cuando en otros países las cadenas en cabeza pueden llegar a sobrepasar el 25%.

▲ Volumen de la producción

El volumen de producción de ficción representa cifras bien diferentes en los cinco países analizados, aunque en conjunto se refleja un incremento significativo del 16%. Entre las 1.815 horas de Alemania y las 397 de Italia, en 1997, hay un salto notable que explica la preocupación en este segundo país por darle un impulso a una industria audiovisual que sólo muy recientemente

ha empezado a recuperar el espacio perdido. Es Italia precisamente, impulsada por esta política de recuperación, la que ofrece un mayor incremento de ficción propia entre 1996 y 1997: exactamente un 79% (de 221 a 397 horas). También España mantiene de forma sostenida esta tendencia al alza, con un incremento de un 65% (de 459 a 759 horas), frente al 7% de Alemania, un mercado más estabilizado. El balance negativo de Francia -17%, es una llamada de alerta que tal vez no debieran desoír las televisiones de otros países, porque evidencia la vulnerabilidad de la cifra de negocio sobre las variables de la aportación fluctuante de las cadenas y los costes que la competencia dispara. Valga citar que en Francia el coste horario medio ha pasado de 3,2 a 4,9 millones de francos.

GRÁFICO No.5



El volumen horario es un buen dato de partida, pero al que es necesario cualificar con otros resultados que nos ayudan a precisar el significado de estas cifras. Como primeros indicadores, el número de títulos y el de los episodios a los que corresponde el volumen horario indicado para cada país resultan altamente iluminadores. De estos dos datos se obtiene el índice de serialidad, que da cuenta de la periodicidad del programa, de su permanencia en antena, pero también del tipo de infraestructura y capacidad de manufactura de una industria que ha de responder a una continuada demanda de las cadenas. Resulta así que Alemania, el más alto productor en volumen horario, tiene un índice de serialidad de sólo 7,9 (relación episodios/títulos), frente a España, que se coloca a la cabeza con nada menos que un valor de 35,4%, a distancia también de Francia (3,4) y Reino Unido (11,1). O dicho con otras palabras: en España hay mucha menos variedad de títulos porque cada uno de ellos o mantiene una fuerte periodicidad o se alarga en antena, mientras que en Alemania, el otro extremo, se consigue

la misma fidelidad con títulos de mucha menor cadencia y menor número de entregas.

La producción en serie sobre el *know how* de autores y creadores norteamericanos —la única manera conocida de establecer un fuerte ritmo de producción— tiene diferentes grados de implantación en Europa. Hay comportamientos mixtos, como el de la industria de Reino Unido, que compagina su serial *manufacturado* (*Coronation Street, East Enders, Emmerdale*) con telecomedias que en su mayoría suelen proponer pocos episodios por temporada y escasa permanencia en antena, al ser la obra de uno o dos guionistas. En Francia, donde ya hay una tradición de taller de *sitcom* de bajo presupuesto (ahora en crisis), la serie de débil periodicidad y entregas de 90' (el formato película) intentan dar paso a la serie dramática industrial, con mayor cadencia y con la duración estándar norteamericana de 52'.

Por otro lado, la relación entre tipo de formato y coste de la inversión por título varía enormemente. El esfuerzo económico —y tiende a creerse que también el creativo: la distinción entre formatos nobles y formatos populares— de una película para televisión es muy superior, por ejemplo, al de una *soap opera* diurna.

▲ Programación de la ficción doméstica en Europa

El tipo de programa de ficción que cada país considera adecuado para las distintas franjas horarias difiere, en algunos casos de forma radical, de unos países a otros. La telecomedia que en España se programa en la franja noble del *prime time* resultaría totalmente llamativa en ese mismo lugar en la parrilla francesa o alemana, reservada para el *TV Movie* o la serie dramática. La *sitcom* francesa es colocada habitualmente en la programación de tarde, pero es que el coste puede ser hasta diez veces menor que su equivalente español. El ejemplo expuesto refleja tradiciones culturales-televisivas diferentes que traducen tanto el apego hacia ciertos géneros, como arraigados hábitos. Valga de ejemplo, entre los franceses, la cita ritual con la 'película' de la noche, sea ésta verdadero cine o algo que se le asemeja y que puede ser un *TV Movie* o la serie dramática nacional de episodios de hora y media.

El primer dato a retener respecto a la colocación de la producción propia en la parrilla es el aumento del número de episodios programados fuera del *prime time* (33%) entre 1996 y 1997, superior al aumento en el número de episodios (20%). Traduce los avances de la producción doméstica sobre franjas horarias antes resueltas con productos importados. En cuanto a su volumen, hay que tener en cuenta que es en esas franjas

horarias donde se programa el serial de múltiples entregas semanales, generalmente en formato de media hora, razón por la cual hay entre 1996 y 1997 un incremento de mil episodios en programas de esta duración.

El formato predominante de la producción de ficción en los países escrutados es claramente el *TV Movie*, que representa el 48% del total de nuevos títulos estrenados (388 de 802). El desequilibrio en la oferta, comparando las cifras de cada país, es llamativo. Alemania, con 213 títulos, y Francia, con 115, reflejan su afición incuestionable al *teletfilme* local. En parte por los costes en alza del cine de Hollywood, y en parte por la carencia de series de periodicidad fuerte. La 'nobleza' del formato afecta también a la preferencia franco-alemana. Por otro lado, la película de televisión presenta dos ventajas: es más fácil de exportar, y está compitiendo ventajosamente —y éste es un fenómeno general— con la de la pantalla grande. Existen informes sobre el mercado de la televisión europea que colocan al cine, por resultados de audiencia, detrás del deporte, los programas de entretenimiento, las series de televisión y los informativos. Una realidad que se comprueba en países en los que la oferta es mínima sólo si se considera la producción propia (dos títulos en España) pero no la oferta del *teletfilme* importado.

Las series representan un 25% de la oferta total de ficción propia, pero sólo es un género en alza en España. Decrece en Alemania (de 72 a 65), en Reino Unido (de 65 a 47) y en Francia (de 54 a 48). Aunque estos son datos que necesitarían fuerte matización. De entrada, en el formato serie, tanto de serie dramática como de telecomedia. Las cifras de 1997 parecen contradecir el interés declarado por parte de las televisiones europeas hacia este tipo de producción. Sí es cierto, sin embargo, que en el terreno de la serie dramática (*crime series*, policiaco, acción), aparte de su alto coste, no acaba de encontrarse en Europa una alternativa a la alta calidad de la producción norteamericana. Al mismo tiempo, la capacidad de atención del telespectador, armado del mando a distancia, es cada vez menor y está forzando cambios en las formas narrativas, factor que podría estar influyendo en la crisis de esta oferta también en Estados Unidos.

El auge del serial tiene en cambio indudables razones económicas. Resulta coherente que sea Alemania, el mercado más competitivo de Europa, el que arroja un mayor crecimiento en este formato de bajo coste, que han promovido con fuerza en los 90 las cadenas privadas y que constantemente amplía sus públicos. Reino Unido (35 títulos) no está muy lejos, pero no puede compararse por significación cultural y tradición televisiva el fenómeno de

la *soap* opera británica con el más reciente fenómeno en Alemania. España, Italia y Francia no cubren la demanda con la oferta propia, que complementan con la importación de Estados Unidos o de Latinoamérica. Sin embargo, no hay que olvidar que son series —programadas en el *prime time*— las que congregan al mayor número de telespectadores en España, en Francia (*Navarro, Julie Lescaut*), o en Alemania (*Der Alte, Derrick*), países en los que se están produciendo tentativas serias de renovar el formato, como es el caso de la serie de acción para audiencias jóvenes en Alemania.

Alemania (29% de la ficción propia) y Francia (28%) muestran la misma adhesión al género policíaco y de acción que España (un 45%) a la comedia. Sin embargo, los resultados sobre los géneros preferidos necesitarían una aclaración previa sobre las muy diferentes declinaciones de aquello que se categoriza como drama, *action/crime* o comedia en esta oferta. La tendencia creciente a contaminar los géneros —un fenómeno que comienza a intensificarse a finales de los años setenta en Estados Unidos— es una complicación añadida a la catalogación de los diferentes títulos. Por otro lado, sólo una segunda caracterización por subgéneros puede arrojar luz sobre aspectos fundamentales de esta producción. La mayoría de los títulos (seis de cada diez) se encuadran en el género drama, predominante en todos los países excepto en Francia (35%), resultado sobre el que pesan de forma sustancial las aportaciones del serial. Es difícil extraer conclusiones sobre tendencias claras en la preferencia genérica, ya que la mayor o menor oferta en cada categoría depende de factores múltiples y heterogéneos, entre los que no son los menos importantes aquellos establecidos por la inercia de las diferentes tradiciones creativas y la inversión económica en juego.

▲ *La ficción doméstica europea en su contexto: origen de la ficción*

El peso que la ficción doméstica tiene en el conjunto de la oferta de ficción (primeros pases y reposiciones) varía de un país al otro de forma contundente. Con todas las precauciones que merecen estas cifras, producto de una muestra que abarca una semana (representativa) del año, los resultados más aclaratorios son los referentes al grado de dependencia de la oferta norteamericana y la capacidad de circulación de la ficción europea. Hay pocas diferencias en la cantidad y características del producto importado de Estados Unidos en las parrillas de Alemania (60%), Francia (58%), Italia (64%) y España (62%), aunque sí en el volumen horario de ficción propia. Son los británicos, precisamente los únicos que no tienen

la barrera de la lengua, los más autosuficientes respecto a estas importaciones: un 36%, si bien conviene anotar la fuerte presencia en este país del serial australiano.

El predominio de la ficción norteamericana comienza, sin embargo, a tener una significación diferente de la que tuvo en años precedentes. El auge de la producción propia no sólo está erosionando sus partes de mercado, sino que está derivando esta oferta hacia franjas horarias de menor responsabilidad. Todo y a pesar de que conserva una alta valoración entre los profesionales europeos, para los que es un referente, si no a imitar, sí a adaptar.

Por inercia sigue comparándose una televisión 'popular' norteamericana con una televisión 'de calidad' europea, evidenciando los prejuicios inveterados respecto a la primera, y pensando la segunda como reducto de imponentes y solemnes adaptaciones literarias. Por los resultados de nuestro análisis sabemos que los europeos no ven la televisión europea, cuando precisamente ésta hace años que está embarcada en una producción comercial y popular. Excepto unos pocos títulos (*Derrick, Rex, un policía diferente*), la ficción del continente cruza difícilmente las fronteras. No existe representación alguna en Reino Unido, lo que se puede explicar por las resistencias al doblaje y un —justificado— sentido de superioridad creativa de los profesionales británicos. Pero es que las importaciones europeas representan tan sólo un 5% de las 250 horas de ficción en oferta en Alemania, en la semana analizada. En Italia y España, los porcentajes son parecidos: un 2% y un 5% respectivamente. Francia, el país que desde los años veinte (con el cine) ha estado en la vanguardia de la introducción de cuotas para frenar los avances de la industria norteamericana, es el país donde más producción europea se puede ver. Viajan mejor los *TV Movies*, formato de emisión puntual, que las series (véase el policíaco familiar francés *Navarro* en las madrugadas de la cadena pública *TVE*).

El resultado es que el fuerte impulso a la producción nacional no le ha abierto a ésta (Reino Unido aparte) otras puertas que no sean las propias. De hecho, la oferta de ficción es hoy por hoy un reparto entre lo que aporta la producción local y lo que se compra a Estados Unidos. La concentración de proveedores viene agravada por hechos que están en la misma dirección de homogeneización de la oferta, como es el uso abusivo de las reposiciones (hasta seis de algunas series), la programación en bloques de dos o tres episodios, y una fuerte inclinación a rechazar lo nuevo y adquirir más de lo experimentado (comedia familiar, humor blando, series de acción baratas); fenómeno que está llevando determinadas series a las cadenas de pago.