

Lorenzo Vilches, Rosa A. Berciano, Charo Lacalle , Sonia Algar y Sonia Polo

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

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

1. El panorama audiovisual

La década de los 90 se inicia con el fin del monopolio de la televisión pública y acaba con el fin del monopolio de Telefónica. Antena 3, Tele5 y Canal Plus cumplen diez años desde el inicio de sus emisiones. El año 2000 comienza su escenario televisivo con tres plataformas digitales. A Canal Satélite Digital y Vía Digital les acompañará una televisión nacida de la segunda liberalización del mercado de las telecomunicaciones: Quiero Televisión, cuyo socio mayoritario es Retevisión1.

Los años 90 terminan en los medios de opinión asomándose al futuro más que haciendo balance crítico de la década. La nueva dinámica del mercado global y las tecnologías avanzadas obligan a mirar hacia adelante en la lucha por un mercado de la televisión en un universo de más de 38 millones de personas mayores de 4 años y un consumo diario de 213 minutos, pero sin saber aún quienes serán los ganadores en un escenario cada vez más internacionalizado.

En 1998 fue noticia la industria de creación de programas y su presencia determinante y creciente en las parrillas de las cadenas españolas. En 1999 comenzaron a definirse, por un proceso de concentración y adquisiciones, los grandes grupos diseñados para competir en un mercado globalizado, aun a riesgo de concentrar en su seno más poder del que pudiera garantizar en el futuro la libertad de opción del consumidor. Un proceso de integración vertical que ha puesto a España en el mapa de los grandes operadores europeos. La "paz digital" entre las plataformas integradas en los grupos Sogecable (que acaba de sacar sus acciones a Bolsa) y Telefónica Media, después de acordar compartir los derechos de retransmisión del fútbol de pago, sólo ha sido un acto en un proceso de expansión e integración que para ciertos observadores llevará a un cambio paralelo en la escena de la producción y la difusión del entretenimiento. En pocos meses, Telefónica Media se ha convertido en el paradigma de un conglomerado mediático económica y tecnológicamente preparado para moverse en el campo de la televisión interactiva e Internet, al tiempo que un conflicto de intereses producía el distanciamiento de la empresa respecto al poder que gobierna hoy en España. Los intereses de Telefónica Media abarcan telecomunicaciones (básica, móvil, banda ancha), televisión analógica o digital (Antena 3, Vía Digital), satélite y cable, emisoras de radio (Onda Cero, Radio Voz), gestoras de derechos del fútbol; además de filiales de telefonía, operadoras de cable, acceso a Internet y emisoras de televisión en el mercado de habla hispana (100% de Telefe y 50% de la cadena Azul, en Argentina). La adquisición de Lola Films (un 70%), la primera productora cinematográfica por orden de recaudación en 1999 y una potencial firma de envergadura europea (acaba de abrir oficina en Londres y se propone rodar entre 10 y 12 films en inglés), introduce firmemente a Telefónica en el terreno de la producción. No es menos importante la reciente

absorción de Endemol (con la productora de televisión Zeppelin en el lote) por 900.000 millones de pesetas. El grupo holandés es uno de los grandes productores de entretenimiento en Europa, pionero del tráfico masivo de formatos, entre ellos el discutido Gran Hermano (Big Brother).

En diez años, por encima de los cambios cuantitativos de mercado de la televisión (ver Evolución del consumo de TV y cuota de cadenas 1990-1999) se han experimentado profundas transformaciones en el terreno audiovisual. Las televisiones privadas han terminado por ser rentables y se consolidan las televisiones autonómicas, se multiplican las televisiones locales y se anuncia el definitivo impulso de la televisión digital terrestre, los directivos de las grandes empresas de televisión muestran su optimismo frente a una industria de la comunicación multimedia que parece no tener límites y se emplaza como uno de los principales factores de la economía. Pero quizá la más significativa en términos nacionales sea la creación de una industria de ficción televisiva, sobre todo a partir de la segunda mitad de la década, coincidiendo con la creación de Eurofiction.

Evolución del consumo de TV y cuota de cadenas 1990-1999

SOFRES y Eurofiction. Ámbito: 1990-1997 Península y Baleares / 1998-1999 Península, Baleares y Canarias

(*)

Existe en España un cierto clima de difusa euforia. Pero los datos comerciales confirman en parte este optimismo. Por ejemplo, la inversión publicitaria de este año, con un crecimiento del 13.6 %, ha sido la más alta lograda en los años 90, donde la televisión alcanza el 16.2% de incremento. Entre las cadenas estatales, el mayor crecimiento corresponde a Tele 5, con el 18,5%. Las televisiones autonómicas también tienen motivos de optimismo publicitario con un incremento global del 18,4 %, cuyo mayor crecimiento se halla en TV3 con un 22,5% 2.

El cine español está de moda en España. Los ministros presentes en la concesión de los Oscar mostraron hasta qué punto el Gobierno está dispuesto a salir en la foto y reconocer la evidencia de una cuota de mercado en ascenso: un 15% en 1999, y una recaudación superior a los diez mil millones de pesetas. Las televisiones de pago se han convertido en la locomotora de la industria del cine español. Los acuerdos entre las televisiones y la asociación de productores han supuesto en total 40.000 millones, sumados, entre otros, el que ha suscrito FAPAE y Vía Digital para invertir 9.000 millones en cine por 4 años; el firmado con Sogecable, que ha supuesto 10.800 millones de inversión en cine para los próximos 3 años; o el que ha suscrito la FORTA, también con FAPAE, y que, con los anteriores, asegura el porvenir inmediato de la cinematografía española.

A pesar de los buenos resultados del cine español (82 largometrajes realizados en 1999, de los que 38 son coproducciones con otros países, 72 estrenos en salas y 40 películas en rodaje al cierre del año), la exportación a Europa continúa siendo su talón de Aquiles, pero pudiera beneficiarse de los acuerdos firmados con Latinoamérica y con cadenas hispanas de Estados Unidos, un mercado en el que se ha instalado firmemente Telefónica Media, pero hacia el que también miran las demás cadenas generalistas desde sus plataformas internacionales.

El paisaje de la televisión digital también se mueve y ya tiene en Quiero la primera televisión multicanal que utiliza la red terrestre y se activa a través de un descodificador sin antena parabólica, ni cableado. Esta televisión se estrena con una emisión en directo de Big Brother, que se estrena en Tele 5 en Abril del 2000.

A la vista de los resultados del ejercicio de 1999, las plataformas Canal Satélite Digital (Sogecable) y Vía Digital (Telefónica) vuelven a plantearse la fusión. Aunque ambos grupos se hallan lejos de la rentabilidad, Vía Digital se ha hecho con el 53.8% de los nuevos abonados, viendo así revitalizada su clientela gracias a los acuerdos del fútbol con Canal Satélite, que creció menos en el mismo periodo (46.15%). La fuerte competencia que existe ahora entre ambas plataformas la convierte en una de las más baratas de Europa y con el mayor número de abonados, después de Francia.

El nuevo control de las plataformas digitales por parte de Estudio General de Medios (EGM), ha permitido valorar cómo las cuotas de mercado acumulado se reflejan en las tendencias del mercado: en Junio de 1999 el número total de abonados era de 1.034.000 para ambas plataformas.

Las previsiones para el futuro de la televisión digital son optimistas. El 11,7% de los hogares recibe televisión por satélite con un crecimiento de plataformas digitales más alto de Europa, según datos de Astra. Según Europay International, 3,8 millones de hogares españoles estarán abonados en el 2003 a las televisiones digitales, y en el año 2008 el 34% de hogares españoles tendrá este tipo de televisión, frente a un 8% de abonados a la televisión por cable (Zenit Media, Television in Europe 2008). Pero los operadores de cable por el momento sólo están iniciando sus actividades comerciales en España. Con una oferta totalmente homogénea en donde casi todos incluyen los mismos canales, tanto convencionales como Canal Plus y las cadenas autonómicas y temáticas internacionales, los operadores de cable acusan al Ministerio de Fomento de jibarizar el cable y apostar por otras tecnologías. Un escenario económico político en donde el más favorecido, Telefónica, ha sido el centro de las críticas también de la oposición al gobierno.

2. El origen de la ficción

Año tras año, las cadenas españolas parecen estancadas en un modelo de programación en el que apenas es noticia en la franja de hora punta la presencia creciente del fútbol (pública y autonómicas) y de las series de producción propia. El resto de la ficción, y si se exceptúan los seriales nacionales de sobremesa, no parece tener mayor responsabilidad que la de rellenar un hueco.

España y Estados Unidos, y más marginalmente Latinoamérica, se reparten la oferta de ficción televisiva de la semana que se analiza en la muestra, apenas diferente, por sus resultados, de la de los años anteriores. El desplazamiento de la telenovela, en la sobremesa de la cadena pública, por los seriales de producción nacional, no implica que el culebrón pase del todo desapercibido. Luz María, una creación de esa histórica de la telenovela que es Delia Fiallo, terminó su emisión (precisamente en la semana analizada) con una cuota del 40%, y más de tres millones y medio de espectadores, superando a la producción nacional Calle Nueva. La cadena privada Antena 3, en cambio, ha preferido adaptar el formato de una telenovela venezolana, el serial juvenil Nada es para siempre, que dirige un profesional del serial hispano, muy conocido por la realización de Cristal y La dama de rosa. Por otro lado, y junto a la coproducción (Isabella, mujer enamorada), pudiera haber en el futuro un impulso al intercambio, dada la propiedad del grupo Telefónica Media de cadenas de habla hispana y el interés general por ese mercado.

RESULTADOS SEMANA DE PROGRAMACIÓN

(del 28 de febrero al 6 de marzo)

TOTAL FICCIÓN TELEVISIVA SUMADAS TODAS LAS FRANJAS HORARIAS Y TODAS LAS CADENAS, INCLUIDA LA AUTONÓMICA CATALANA

8686 minutos = 147 horas 36 minutos

FICCIÓN TV EN EL PRIME TIME:

895 minutos = 14 horas 55 minutos

FICCIÓN TV POR FRANJAS HORARIAS:

FRANJA DIURNA: 6234 minutos = 103 horas 54 minutos / 72%

FRANJA NOCTURNA: 1557 minutos = 25 horas 57 minutos / 18%

PRIME TIME: 895 minutos = 14 horas 55 minutos / 10%

FICCION TV POR CADENAS Y FRANJAS HORARIAS

TVE-1:

FRANJA DIURNA : 995 minutos / 61%

FRANJA NOCTURNA: 494 minutos / 30%

PRIME TIME : 145 minutos / 9%

La2:

FRANJA DIURNA: 365 minutos / 61%

FRANJA NOCTURNA : 40 minutos / 7%

PRIME TIME: 188 minutos / 32%

TELE 5:

FRANJA DIURNA : 2000 minutos / 72%

FRANJA NOCTURNA: 455 minutos / 16%

PRIME TIME : 333' / 12%

ANTENA 3:

FRANJA DIURNA: 1532 minutos / 67%

FRANJA NOCTURNA: 568 minutos / 25%

PRIME TIME: 184 minutos / 8%

TV3:

FRANJA DIURNA: 1096 minutos / 96%

FRANJA NOCTURNA: = minutos / 0%

PRIME TIME: 45 minutos / 4%

CANAL 33:

FRANJA DIURNA: 246 minutos / 100%

ORIGEN DE LA FICCION TV:

TODAS LAS FRANJAS HORARIAS/TODAS LAS CADENAS:

ESPAÑA: 1445 minutos = 24 horas 5 minutos / 16%

ESTADOS UNIDOS: 6251 minutos = 104 horas 11 minutos / 74%

EUROPA: 100 minutos = 1 hora 40 minutos / 1%

OTROS : 890 minutos = 14 horas 50 minutos / 10%

ORIGEN FICCIÓN TV /TODAS LAS FRANJAS HORARIAS/POR CADENAS

TVE-1:

ESPAÑA : 224 minutos /14%

ESTADOS UNIDOS: 625 minutos /38%

EUROPA: 0 minutos / 0%

OTROS: 785 minutos / 48%

LA 2:

ESPAÑA: 75 minutos /13%

ESTADOS UNIDOS: 518 minutos / 87%

EUROPA: 0%

OTROS: 0%

TELE 5:

ESPAÑA: 350 minutos / 12%

ESTADOS UNIDOS: 2333 minutos / 84%

EUROPA: 0%

OTROS : 105 minutos / 4%

ANTENA 3:

ESPAÑA: 280 minutos / 12%

ESTADOS UNIDOS: 1904 minutos / 83%

EUROPA: 100 minutos / 5%

OTROS: 0%

TV3:

ESPAÑA: 366 minutos / 32%

ESTADOS UNIDOS: 775 minutos /68%

EUROPA: 0%

OTROS: 0%

CANAL 33:

ESPAÑA: 150 minutos / 61%

ESTADOS UNIDOS : 96 minutos / 39%

EUROPA: 0%

OTROS: 0%

ORIGEN FICCIÓN TV EN PRIME TIME

ESPAÑA: 383 minutos = 6 horas 23 minutos / 43%

ESTADOS UNIDOS: 512 minutos = 8 horas 32 minutos / 57%

EUROPA : 0 minutos

OTROS : 0 minutos

ORIGEN FICCIÓN TV EN PRIME TIME/ POR CADENAS

TVE1:

ESPAÑA: 59 minutos / 40%

ESTADOS UNIDOS: 86 minutos / 60%

EUROPA: 0%

OTROS: 0%

LA 2:

ESPAÑA : 0%

ESTADOS UNIDOS: 188 minutos / 100%

EUROPA: 0%

OTROS : 0%

TELE 5:

ESPAÑA: 95 minutos / 29%

ESTADOS UNIDOS: 238 minutos / 71%

EUROPA: 0%

OTROS: 0%

ANTENA 3:

ESPAÑA: 184 minutos / 100%

ESTADOS UNIDOS: 0%

EUROPA: 0%

OTROS: 0%

TV3:

ESPAÑA: 45 minutos / 100%

ESTADOS UNIDOS: 0%

EUROPA : 0%

OTROS: 0%

CANAL 33:

ESPAÑA: 0%

ESTADOS UNIDOS: 0%

EUROPA: 0%

OTROS: 0%

ORIGEN CINE EN PRIME TIME

ESTADOS UNIDOS : 566 MINUTOS = 9 horas 26 minutos / 100%

ORIGEN CINE IN PRIME TIME / POR CADENAS

TVE1:

ESTADOS UNIDOS: 120 minutos / 100%

TELE 5:

ESTADOS UNIDOS: 215 minutos / 100 %

ANTENA 3:

ESTADOS UNIDOS: 102 minutos / 100%

TV3:

ESTADOS UNIDOS: 129 minutos / 100%

La búsqueda de diversificación en la franja de hora punta (prime time) contrasta vivamente, en el plano de la ficción, con una tendencia al abuso de la reposición durante el resto de la jornada. El nuevo marco de competencia coloca a las cadenas generalistas en el último peldaño de la jerarquía de los difusores,

tanto para la serie como para el film. Así las cosas, cabe esperar en el futuro una programación de ficción con menos estrenos, más vieja y repetitiva no sólo en la franja diurna. Médico de familia se redifundió en las tardes de Tele 5 apenas tres semanas después de su conclusión. El film de Capra Qué bello es vivir (que tiene derechos de dominio público) se emitió en tres cadenas las pasadas Navidades. En cuanto a las series norteamericanas, las de estreno son cada vez menos, y los pases de los films realizados para televisión o TV Movies tienen ya su mote: ¡tócala otra vez, Sam!

La programación de las series españolas que compiten en la franja de máxima audiencia (un 43% en la muestra, que está con toda evidencia por debajo de la representación real de todo el año) es más complicada a medida que aumenta el número de series en juego y la necesidad contradictoria de reunir el máximo de audiencia y al mismo tiempo afinar el tipo de target (o targets) al que va dirigido el programa. La novedad es que las series españolas ya sólo compiten entre sí, o con una película taquillera norteamericana.

Atención especial merece la irrupción en el prime time del documental dramatizado, o docu soap (véase Bellvitge Hospital, en TV3), que han imitado primero otras televisiones públicas y más tarde también las privadas. Y atención también al incremento de las retransmisiones de fútbol y los espacios deportivos, que representan en la actualidad un 7,5% del tiempo de programación diaria.

La totalidad del cine en la franja de máxima audiencia o prime time es norteamericano. Supone un contraste con la pantalla grande, que abre tímidamente sus puertas a otras cinematografías (25 títulos franceses estrenados en 1999). En televisión, el cine europeo (13%) aparece en la programación con nocturnidad y alevosía, cuando todo el mundo hace horas que se ha ido a dormir, bien entrada la noche. La situación es parecida por lo que se refiere al cine español (15%), con el agravante, como en el caso del europeo, que no sólo tiene en general peor programación que el norteamericano (70%), sino que suele ser de promedio mucho más viejo por fecha de producción. Sólo La 2 rompe con esta regla en contadas ocasiones (Tengo una casa, por ejemplo, película española, de 1995, programada esta semana a las 22.45). Como entretenimiento, el cine, sea cual sea su procedencia, pierde valor en la programación de televisión, donde es sustituido por concursos o programas de variedades. Aunque paradójicamente estén de moda los espacios que hablan del cine (Versión española, Nuestro Cine, La Gran Ilusión, La claqueta, Primer Plano, Trailer). En general, las cadenas de televisión se concentran en aquellos títulos con garantizada respuesta, aunque se trate de reestrenos. En términos estratégicos y económicos vale más una película conocida que otra por conocer.

3. La ficción doméstica en 1999

La producción de ficción televisiva en España representa un terreno privilegiado para observar el papel que juegan las televisiones más allá del ámbito reductivo de la batalla por la audiencia diaria. En efecto, a las contradicciones surgidas en torno al terreno de lo público/privado, se ha de sumar el escenario de las televisiones autonómicas de propiedad pública que, sin escapar a los problemas económicos que vive Radio Televisión Española, constituyen, no exentas de crítica, una forma específica de expresión cultural y lingüística que se puede encontrar también en los formatos y contenidos de la ficción.

Estos y otros argumentos justifican que en el análisis de los datos de la ficción doméstica del año 1999, además de las cadenas estatales (TVE1, LA2, ANTENA 3, TELE 5), hayamos incluido a todas las cadenas de televisión autonómicas³. Hasta ahora sólo se habían tomado en cuenta los datos de TV3 como muestra representativa de la producción de ficción en las regiones autonómicas. La extensión del estudio de Eurofiction a todas las cadenas autonómicas se justifica por el hecho de que en España las cadenas de ámbito estatal y de ámbito autonómico (Canal Sur de Andalucía, TV3 y C33 de Cataluña, TVG de Galicia, Telemadrid de Madrid, ETB1 y ETB2 del País Vasco, Canal 9 de Valencia, y la recientemente incorporada Comunidad de Canarias) compiten entre sí en todos los horarios.

Este nuevo tamaño de la muestra de televisiones en España explica el importante aumento en horas de oferta de la producción propia.

La incorporación de las cadenas autonómicas a este Observatorio se justifica por diversos motivos, los cuales permiten dar una visión más ajustada de la situación de la televisión, más allá del criterio estrictamente comercial y económico. Entre ellos, representa en forma más objetiva el cambio de

mentalidad respecto de la producción de ficción verificado en España desde 1996, la generalización en todas las televisiones de la apuesta por la producción propia, su reflejo en las estrategias de programación donde se expresa la dura competencia por la audiencia de todos contra todos- uno de los signos distintivos del panorama televisivo dentro de Europa-, y finalmente, por el hecho de que esta importante experiencia de descentralización aporta una serie de informaciones sobre la realidad política y social de este país. A todo ello, se habría de añadir la posibilidad que tienen estas cadenas de programar sus series en las televisiones por satélite.

Sin embargo, y este es uno de los factores constantes del estado del arte de la industria televisiva española, las casi 600 horas que aportan las televisiones autonómicas que se incorporan al estudio en 1999 se concentran en 10 nuevos títulos y en apenas tres televisiones: ETB1-ETB2, TVG y CANAL SUR.

Oferta de Ficción TV

De todos modos, el crecimiento de la producción en España ha sido importante en relación con el año anterior, pero la producción sigue siendo endogámica a pesar de pequeños cambios. El 90% de los títulos son exclusivamente de producción española. Sólo encontramos 4 series de producción europea y una no Europea.

La renovación de las televisiones españolas es desigual, con un saldo favorable a las privadas. Las televisiones de ámbito estatal aumentan sus producciones, salvo Televisión Española que, en pleno declive de novedades, ha tenido además que sufrir el castigo de la audiencia en 3 de las nuevas series de comedia, logrando colocar tres títulos entre los 20 primeros. La línea de TVE1 es continuista, renovando a fondo, sin éxito, Una de dos, con la histórica Lina Morgan. Esta televisión sólo logra colocar entre los 20 primeros programas a dos comedias y un serial, todos ellos con más de un año de antigüedad. Muy diferente se presenta Tele 5 cuya política de inversión en ficción se halla confirmada en 1999 con 13 producciones anuales, 11 de las cuales logra colocar entre los 20 primeros. Esta cadena, que ha decidido centrar su oferta en la información y en la ficción, ha sido además la emisora que más películas logró colocar entre las 50 más vistas en 1998. Antena 3, que retoma su apuesta por la ficción, y dentro todavía de una programación conservadora en este género, logra colocar 6 de sus 9 series entre los 20 primeros títulos. Es, sin embargo, la cadena que obtiene la mejor relación entre oferta y consumo de ficción cine/televisión.

La ficción televisiva doméstica parece afirmarse también en relación a otros programas. En el caso de la clasificación anual de los 50 primeros programas, en 1999 son 18 (7 más que en el año pasado) las series que se colocan entre los primeros 50, y esta vez Médico de Familia comparte protagonismo con Periodistas y Compañeros. Con respecto a Compañeros, es la única serie que sigue el estilo de Tele 5 y que aporta algo nuevo al panorama de series del año en Antena 3.

En el ámbito autonómico, Televisión de Cataluña sigue siendo la más dinámica de las televisiones no estatales, logrando un gran éxito en comedia de situación (un género que es toda una novedad en TV3), con la que llega a obtener un millón de audiencia en un solo episodio, a pesar de las dudas que parecen existir en la dirección de las cadenas para mantener el actual nivel de producción de ficción propia.

Un caso interesante en la muestra de televisiones autonómicas es la del País Vasco. Esta televisión posee un canal en lengua propia (Euskera para ETB1) y otro en castellano (ETB2). Esta autonomía, que junto a Cataluña ostenta el más alto índice de consumo de televisión en todo el territorio español y un claro descenso de la presencia de Televisión Española, tiene una población de 2 millones de habitantes, de los cuales sólo unos 600.000 hablan el euskera. Aún así, mantiene en 1999 tres producciones en ETB1, una de las cuales (Goenkale) lleva seis años en antena y es el serial más largo de los años 90. Es de señalar también la componente socio-política de su programación, que este año aprovechó la primera tregua de ETA para producir una serie (Ertzainak) basada en una comisaría de agentes vascos situada en un ámbito que reproduce un escenario geográfico y social típico del País Vasco.

La introducción de los datos de las televisiones autonómicas, aunque importante en términos cuantitativos, no representa una distorsión en términos comparativos. La oferta de horas de ficción televisiva en las cadenas en horarios de prime time y fuera del prime time en 1999 continúa la tendencia

al equilibrio de años anteriores. Lo que resulta interesante es observar la importante presencia de producción en prime time por episodios por parte de las televisiones de ámbito autonómico, que supera ampliamente la oferta de las televisiones estatales.

Las tendencias en relación a la duración de los episodios demuestran que la mayor heterogeneidad de la producción en España se halla en los formatos cortos. El tiempo de antena de un serial puede fluctuar desde 20 minutos a 45. El caso más notable es el que se da, por ejemplo, en TV3 y en ETB1, donde seriales de 20 minutos pasan a 30 e incluso a 40 minutos de duración. Las estrategias de programación que tratan de mantener cautiva a su audiencia mientras esta responde, no significan necesariamente un aumento de presupuesto por parte de las cadenas. Lo cual, en algunos casos, genera una disminución de la calidad del programa. Otra observación digna de señalarse es la aparición de la duración larga que por primera vez es significativa gracias, en parte, a la programación de miniseries y una tímida apuesta por la película para televisión o TV Movie. De todos modos, el formato de la serie semanal de duración media sigue siendo la política más rentable para las cadenas en términos de audiencia. En el caso de series que tienen un buen rendimiento de audiencia, incluso se modifica la práctica de contratación de sólo 13 episodios por temporada por parte de las televisiones con las productoras (como en el caso de *Compañeros* con un contrato de 28 episodios para 1999).

Respecto a los indicadores culturales, el más importante se refiere a la introducción de la estética cinematográfica en las series de mayor presupuesto y con audiencia asegurada: sus actores, directores, guionistas, y sobre todo, los exteriores en el ámbito urbano: siguiendo la línea de *Periodistas* en 1998, el género policial en *Petra Delicado*, *El Comisario*, *Pepe Carvalho*, las escenas inspiradas en *Urgencias de Médico de Familia* y su salida a la calle, una tendencia que continuará en las series del 2000 con *Policías*, *Antivicio* y las películas para televisión.

Este año aumentan los escenarios rurales en las producciones de mayor audiencia de todas las televisiones autonómicas: a través de producciones del País Vasco (*Goenkale*, *Señorío de Larrea*, *Ertzainak*); un pueblo costero en Galicia (*Mareas Vivas*); un pueblo de viñedos en Andalucía (*Plaza Alta*); en Cataluña, más viñedos en la continuación de *Nissaga de poder* y en la coproducción catalano/francesa *La tramuntada*. El tratamiento de las tradiciones, la lengua propia, sus tipologías de personajes y escenarios locales, son un importante acercamiento de la televisión a la compleja y variada red de culturas en España. Pero en la mayoría de los casos se ha logrado una simbiosis entre fórmulas de éxito de la televisión internacional y las nuevas generaciones de guionistas y productores, conscientes de que la primera obligación de la televisión es entretener a su público y luchar contra el fútbol sin fronteras.

4. Éxitos y fracasos

La consigna "innovación" que ha presidido la producción española de ficción a lo largo de 1999 ha terminado por diseñar un nuevo sistema de equilibrios, que contrapone todo un abanico de posibilidades al panorama mucho más monocolor de las temporadas anteriores, cuando los grandes colosos de la comedia familiar "actual" (*Médico de familia*, *Todos los hombres sois iguales*) o "popular" (*Hostal Royal Manzanares*, *La casa de los líos*) determinaban irremediamente géneros, formatos y estilos del panorama español. El balance de la cuenta de explotación de la ficción doméstica se ha cerrado en este ejercicio con un saldo decididamente favorable a las cadenas privadas, que han visto premiada su mayor diversificación con unos excelentes resultados de audiencia. A pesar de que TVE1 ha mantenido su liderazgo, en términos de share, en la mayor parte del Estado Español, *Tele 5* y *Antena 3* superan a su rival en el terreno de la ficción, tanto en el número de producciones que han sido bien acogidas como en la audiencia acumulada por las series favoritas de los espectadores españoles. Algunos éxitos de los nuevos formatos (*Siete vidas*, *Camino de Santiago*, *La familia treinta años después*) y géneros (*El Comisario*, *Camino de Santiago*) de las televisiones privadas contrasta con el rotundo fracaso de la mayor parte de las nuevas pero poco innovadoras propuestas de TVE1 (*Puerta con puerta*, *Famosos y familia*), que ni siquiera ha visto premiada su producción más ambiciosa (*El secreto de la porcelana*) con el favor de la audiencia.

El final de *Médico de familia*, el programa de ficción que más récords ha batido en España, ha marcado de un modo indeleble el comienzo de una nueva era, en la que se va acortando progresivamente la distancia entre las primeras series del ranking (*Periodistas*, *Compañeros*, *Manos a la obra*) y todas aquellas que se mantuvieron en los alledaños de un aceptable, pero poco rentable, 20% de share (*La casa de los líos*, *Mediterráneo*, *A las once en casa*). La definitiva conformación de una oferta cada vez más

extensa y polarizada y el coste creciente de la serie media del prime time (en torno a 50 millones de pesetas por capítulo) favorece la consagración de nuevos actores que utilizan la televisión para ganar dinero, promocionarse y poder pasar después al cine. En la situación actual, ni el carisma de algunas figuras emblemáticas (Ana Belén, Àngels Gonyalons, Carmen Maura) ni el star-system de los viejos dinosaurios de la pantalla española (Lina Morgan, Carmen Sevilla, Juan Luis Galiardo) han sido capaces de amortiguar estrepitosos fracasos como Petra Delicado, Condenadas a entenderse, Famosos y familia, Una de dos o Puerta con puerta.

En medio de la diversidad que caracteriza por primera vez el panorama de la ficción doméstica española, tradicionalmente volcada a capitalizar y reiterar todo aquello que se perciba como un posible ingrediente de éxito, los éxitos y fracasos del año determinan el irremediable ocaso de la comedia familiar. Junto con el progresivo desgaste de productos que en temporadas anteriores proporcionaron a las cadenas excelentes resultados de audiencia (A las once en casa, La casa de los líos), el típical spanish de corte clásico (Una de dos, Ada Madrina) o supuestamente actualizada (Puerta con puerta) desaparece definitivamente de la faz del televisor y ni tan siquiera la inexplicable persistencia de TVE1 ha logrado salvar al controvertido Tío Willy de Andrés Pajares del decidido abandono de sus espectadores.

Como contrapartida, el ascenso meteórico de la acción en las series españolas penetra formatos y géneros, hasta convertirse en el eje estructural de la mayor parte de nuestros relatos aunque, eso sí, con fortuna desigual. La consolidación del género policiaco (El Comisario), que ha servido para espolear y estimular las carteras de producción de las cadenas, constituye tan sólo una expresión particular de la tendencia a sustituir el entramado familiar de los dramas españoles por una compleja red de relaciones personales y laborales en la que el individuo, desprendido de una vez por todas del caparazón familiar, se enfrenta, rodeado de amigos y de enemigos, con un mundo violento y hostil. Los policías, periodistas, alumnos o profesores de nuestra ficción doméstica se sitúan ahora en un marco profesional y urbano en donde los padres, los hermanos o los hijos ya no constituyen más que meros referentes anacrónicos. Ni siquiera el hogar de los Martín (Médico de familia), que puede jactarse de haber abandonado la arena sin haber perdido nunca el primer puesto de la clasificación nacional (excepto en Cataluña), ha podido escapar a la inevitable zozobra del bastión familiar, en ese mundo en el que las relaciones familiares son, cuando se representan, tan sólo un obstáculo para las emergentes y exigentes relaciones laborales y sociales (los protagonistas de El comisario tienen padres con alzheimer o con pensiones insuficientes para vivir).

La trama policiaca, que ha ido tiñendo de misterio y sangre las viejas pasiones del serial, ha permitido reforzar la inconsistente trama de Laberint d'ombres (TV3), pero no ha logrado evitar que se fuese extinguiendo la atención por los seriales El Súper, ni frenar la progresiva pérdida de espectadores que ha experimentado Calle Nueva en la última temporada del período analizado. En las series dramáticas, la constante introducción de temas delictivos y de violencia ha contribuido a revitalizar las ya exitosas Compañeros y Periodistas, únicas candidatas por el momento a competir por el primer puesto que ha dejado vacante, Médico de familia, otra serie que también se ha decantado por la acción en su último período, mediante el traslado (forzoso) del doctor Nacho Martín a los servicios de urgencias de un centro hospitalario. El ingenio del celebrado escritor Arturo Pérez Reverte ha convertido, por primera vez, a una miniserie de misterio (Camino de Santiago) en un producto estelar, cuyos espectaculares resultados de audiencia no comparte, sin embargo, El secreto de la porcelana, otra miniserie de intriga (esta vez de época) cuya espectacular y elaboradísima puesta en escena no supo granjearse el interés ni de los amantes del drama histórico ni de los seguidores del policiaco. El rejuvenecido Carvalho que interpreta Juanjo Puigcorbé no ha obtenido la resonancia esperada en la fastuosa coproducción de Tele 5, que también ha visto fracasar la adaptación literaria de las novelas de Alicia Giménez Barlett, Petra Delicado, a la que ni siquiera su glamurosa protagonista Ana Belén pudo salvar de una vertiginosa caída en picado a partir del segundo capítulo de la serie.

Frente a la decidida y apreciada apuesta de El comisario por una más que aceptable versión española de Hill Street Blues, ETB no ha conseguido que cuajara Ertzainak, una serie sobre la policía vasca que constituye la primera incursión de una cadena autonómica en un género específicamente de acción. Aunque importante por su significado en la producción audiovisual y sus connotaciones culturales, como el caso de Goenkale que se emite desde 1994, ninguna de las apuestas de Euskal Telebista (forzada a dividir a su audiencia entre los vasco hablantes del primer canal y los monolingües del segundo) ha tenido hasta el momento un éxito comparable al de los seriales de Canal Sur (Plaza Alta) y TVC (Laberint d'ombres) o de las series de TVG (Mareas Vivas). En el marco de las televisiones autonómicas, la comedia de situación de TV3 Plats bruts se presenta como la revelación indiscutible de la temporada,

hasta el punto de haber llegado a superar en número de espectadores en Cataluña al otrora imbatible Médico de familia. A la espera de que el Gobierno autorice la libre difusión por todo el Estado español de los canales que integran la FORTA, cada vez que un programa de ficción producido por una televisión autonómica traspasa su propio territorio, la experiencia se salda con un rotundo fracaso de audiencia en la comunidad receptora, como ha ocurrido recientemente con la serie gallega Mareas vivas, que Telemadrid ha visto forzada a eliminar de su parrilla al cabo de unas pocas emisiones.

A pesar del aumento en la cantidad y variedad de la producción doméstica respecto a los años anteriores, aún es posible trazar un perfil general de la nueva oferta televisiva. Más allá de las diferencias específicas determinadas por las propias características del formato o del género, nuestra ficción de prime time se decanta mayoritariamente por un protagonismo coral, más adulto y urbano que en el pasado, que ha sustituido la cocina y el cuarto de estar por el entorno laboral o el bar más próximo al trabajo. Las nuevas series de ficción relatan, engrandecidos por la subjetividad del punto de vista que siempre detectan los propios personajes, los acontecimientos más sobresalientes de la vida profesional y social de sus protagonistas (Periodistas, El comisario). Junto con las series dramáticas de más éxito, también se encaraman hasta los primeros puestos de la clasificación las actuales alternativas a la clásica comedia familiar (Plats bruts, Siete vidas) en las que, entre viejas risas enlatadas, los conflictos personales han sustituido definitivamente a los generacionales. Quizás se pueda explicar en estos términos el (¿sorprendente?) éxito de Manos a la obra, una mezcla caricaturesca y desafortunada de todos los ingredientes que acabamos de mencionar, sazonada con una rocambolesca puesta en escena de sainete español que se mantiene entre los top españoles en su tercer año de vida

En un contexto tan profundamente competitivo como el nuestro, en donde las series se ven obligadas a enfrentarse entre sí (Siete vidas contra La casa de los líos; Manos a la obra contra Petra Delicado), con el fútbol (Mediterráneo) o con el gran cine de acción norteamericano, la diversificación y la exploración de territorios explotados en otros países, pero vírgenes en España, no bastan para frenar la creciente amenaza de los canales digitales ni para contrarrestar el auge de los formatos de entretenimiento. Entre los inevitables problemas que la televisión generalista (pública o privada) va a tener que afrontar a medio plazo, la amortización de su producción de ficción figura entre las prioridades del sistema. La moderada exportación a Latinoamérica y a Europa del Este, la venta de formatos (Médico de familia, Periodistas) a otros países europeos y la redifusión de los programas en algunos canales temáticos, no son suficientes para garantizar durante mucho tiempo el imparable crecimiento de una producción de ficción que en 1999 presenta, por fin, amplias credenciales de una bien lograda madurez.

4.1. El éxito de El Comisario

El policiaco era, hasta el estreno de El comisario el 26 de abril de 1999, la asignatura pendiente de la producción doméstica de ficción. El convencimiento generalizado de que el éxito de las series americanas de acción se debía fundamentalmente a su espectacularidad y los excelentes resultados de audiencia cosechados por la comedia familiar durante los últimos cinco años, retrasaron el advenimiento de un género que siempre se había considerado como de difícil arraigo en España. La ausencia total de policías autóctonos en la televisión franquista y las escasas incursiones que la pequeña pantalla llevó a cabo en el género detectivesco forjó en el imaginario colectivo español la idea de que el policiaco tenía que ser de importación. La ambiciosa Brigada central que Pedro Masó rodó para TVE en 1989 amortizó, entre el mercado español y las ventas a Europa, los 800 millones de pesetas que costaron sus 14 primeros capítulos, pero el público no apreció una segunda entrega cuyo único nexo con la primera parte era el personaje del comisario gitano Flores, interpretado por Imanol Arias.

En el terreno baldío del policiaco español, el proyecto de la serie de Tele 5 se planteó inevitablemente, en un primer momento, como un programa de transición. De hecho, el coordinador de guiones inicial era Joaquim Oristrell, un reconocido autor de comedias televisivas (Todos los hombres sois iguales) y cinematográficas (El amor perjudica seriamente a la salud) de éxito, y el propio director de la serie, Jesús Font, presentó el proyecto de lo que en un primer momento se bautizó como Las calles de San Fernando (en una clara alusión a la serie de Karl Malden y Michael Douglas Las calles de San Francisco) como un dramedy, una mezcla de casos policiales dramáticos, basados en hechos verídicos, aderezados con ingredientes cómicos. En el proyecto original, que destacaba el papel de Tito Valverde por encima del resto de los protagonistas, el comisario Gerardo Castilla a quien interpretaba mantenía una relación secreta con su secretaria Lupe y el joven policía Julio Ponce, sobrino de la asistente de Castilla y amante de su hija Sonia, se veía obligado a hacerse cargo de una sobrina de 9 años.

Los malos resultados del test que se realizó con el programa piloto, los primeros síntomas de desfallecimiento de la comedia familiar y el enorme interés de los publicitarios por un público de jóvenes adultos forzó al proyecto de Oristrell a dar un giro de más de 180 grados, que se saldó con la marcha del guionista y la incorporación de José Ramón Paino, que se alternaría con Font en la dirección de la serie. En la versión que finalmente vería la luz con el título de El comisario se abandonan definitivamente los elementos cómicos y se definen de nuevo los protagonistas principales, que ahora forman parte de una composición coral en la que el personaje que da nombre al programa ha ganado en profundidad lo que ha perdido en protagonismo a favor del grupo. La secretaria de Castilla no parece que pueda llegar a consumir su enamoramiento platónico con el jefe, ya no hay niños en la serie y van cobrando cada vez más relieve Charly y Pope, dos policías horteras pero indispensables que siempre resuelven los casos que se les presentan.

A la excelente acogida de los espectadores, que han permitido al Comisario cerrar los 9 capítulos de su primer año de vida con una audiencia media por encima de los 4 millones de espectadores (26,5% de share), se unen los elogios de una crítica entusiasta con la interpretación de los actores principales y con el carácter semidocumental de las escenas rodadas en la Comisaría. La asesoría continua de la Dirección General de Policía contribuye, sin duda, a incrementar el tan bien logrado efecto de realismo que destilan personajes y situaciones narrativas, cuya adecuada proporción de humanidad y profesionalidad casi consiguen eclipsar la presencia de la cámara. Pero la referencia inevitable de la serie, tanto en su estética como en su estructura es, sin duda alguna, Hill Street Blues, cuyo esquema narrativo emula capítulo tras capítulo. Como su referente norteamericano, las diferentes historias –personales y profesionales- que se entrecruzan en El comisario, componen un rompecabezas en el que no todas las piezas encuentran un lugar idóneo, aunque, a diferencia de la mítica serie de Bochco, el mosaico de Font i Paino dibuja con mucha más precisión los diferentes focos de interés.

Generalmente, cada capítulo se estructura en torno a la investigación de un caso grave (preferentemente uno o varios asesinatos) que no siempre se resuelve en el arco de un único capítulo. Paralelamente se plantean otros problemas delictivos de menor envergadura, que se intercalan a modo de zig-zag con la historia principal y que sirven de marco a las relaciones de los diferentes personajes entre sí y con su entorno. A medida que avanzaba la serie decrecía progresivamente la importancia de las situaciones personales de los protagonistas, como contrapartida del creciente relieve que han ido adquiriendo las relaciones entre policías, víctimas y delincuentes, hasta que el espacio personal (casa) y las relaciones afectivas fuera del contexto sociolaboral han acabado convirtiéndose en elementos, además de ornamentales, esporádicos. Los colores cálidos, los primeros planos, el contraste entre figura y fondo, la extremada fragmentación de las tomas y los frecuentes picados y contrapicados de los diálogos, determinados por una perspectiva que siempre mantiene una proporción real entre los objetos y el encuadre, nos lleva a identificar el cambiante punto de vista del relato con el de los diferentes personajes de la escena, acentuando la impresión de veracidad de la cámara subjetiva y el dramatismo de una serie que cuenta con una audiencia en la que dominan sistemáticamente las mujeres (el 55,3%).

5. Tendencias y desarrollo

Si hubiera que resumir en una palabra lo sucedido a la ficción desde 1999, esta no podría ser otra que "¡acción!". De repente las series decidieron abandonar el claustrofóbico plató y salir a la calle para descubrir el aire libre, el mundo profesional y temáticas algo más crudas. Tal decisión ha implicado probar con nuevos géneros, nuevos escenarios, y desde luego con un mayor riesgo creativo y económico. En años anteriores se había descubierto la comedia familiar y el serial, y los mundos profesionales del periodismo (Periodistas) y la enseñanaza (Compañeros). Los policías eran todavía de Nueva York (NYPD Blue), y la serie puramente dramática, made in Usa. Pero con El Comisario, la industria de ficción ha descubierto al policía local, que ya no se llama Eddie Sipowick, sino Gerardo Castilla, Héctor Ferrer o Lucía Ramos. En busca de acción y exteriores, hasta pudo verse a Nacho Martín, el protagonista de la inefable Médico de familia, abandonar su papel de padre y convertirse en médico de urgencias.

Pese a la prácticamente nula tradición de cine policiaco en España, la pequeña pantalla se ha llenado de series (El Comisario, Pepe Carvalho, Petra Delicado, Policías, Crims, Ertzainak, Antivicio) que comienzan a hacer notorios en la ficción española al personaje del especialista, los técnicos de efectos especiales y los directores de las líneas de acción. Un tercio de las escenas de Policías se rueda en exteriores, y en la publicidad se incluyen ya el número de disparos, persecuciones y bajas por accidente en el rodaje. El miedo al desgaste de la gallina de los huevos de oro, y el agravio comparativo con las

nuevas producciones y sus promesas de endurecer contenidos y buscar el impacto, ha empujado a las productoras a explorar nuevos terrenos. Los policías han precedido a los médicos (Hospital Central) y a los abogados (La ley y la vida), que no tardarán en hacer su aparición. Con lo que es previsible una marginación aún mayor de las series norteamericanas del prime time, si se exceptúa el TV Movie.

En el transcurso de las nuevas series está el magisterio norteamericano (de Hill Street Blues y NYPD Blue a X Files o Nikita), pero también series europeas que se están analizando en los talleres de guión: desde la producción de acción alemana (Helicops) a los policíacos franceses, de cine y televisión. El ambiente y estética futurista de la recientemente estrenada Crims, a la que precedió un lanzamiento a través de una página de Internet, utiliza una escenografía high-tech y detectives en la frontera de los replicantes de Blade Runner. Es una operación arriesgada, destinada a darle la alternativa a la crónica cotidiana y costumbrista de las series de éxito españolas, y de paso llevarse al público más joven de la generación del vídeo-juego. No podemos olvidar que más de cuatro millones de personas tienen ya acceso a Internet y que, según una encuesta realizada por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), más de la mitad de los internautas afirman que el uso de la red resta tiempo al visionado de la televisión.

Sin embargo, esta clara vocación por buscar las diferencias, no deberá olvidar -como se ha demostrado en los índices de audiencia- que la pirotecnia vuela y la historia y los personajes quedan. Tímidas iniciativas como la de hacer participar en los guiones, a través de la red (Al salir de clase, Crims) apuntan a una creciente importancia de la serie también como juego comunicativo. Y desde luego como mediador social: las series que abordan las cuestiones sociales más candentes, o mediáticamente más relevantes, van a continuar jugando su papel.

La opulencia de medios de la producción de las últimas series, que ambicionan llegar "a un público consumidor de cine", tiene su contrapunto en un tipo de programa de bajo coste que está siendo ya una alternativa a esta ficción. El llamado docu-soap, que utiliza las técnicas narrativas de la ficción para explorar personajes y situaciones reales, ha tomado en las cadenas públicas caminos que se dirigen más hacia el conocimiento que hacia el entretenimiento. Y con un resultado sorprendente, como ha podido comprobarse con la serie de TV3 Veterinarios, una crónica del papel de los animales en la sociedad actual que ha conseguido en esta cadena superar a cualquier serie o serial ficcional. En las cadenas privadas un nuevo tipo de programa de realidad, o reality show, representado por el formato internacionalmente establecido Gran Hermano, abre un nuevo ciclo que afectará ciertamente a la ficción.

Economía y deseos de abrir nuevas vías al humor ha inspirado también otra salida en las cadenas temáticas: el descubrimiento del humorista (stand up) autóctono (El club de la comedia). Pero el humor parece alojarse mejor en los magazines o talk shows de la noche (Crónicas marcianas, Malalts de tele, La cosa nostra) y en ciertas experiencias de lejanas referencias montypythonescas (Dinamita).

El descubrimiento reciente de la comedia de situación (Siete vidas, Plats Bruts, 24 Horas) ha representado un desafío que los productores se sienten orgullosos de haber superado con éxito. Como alternativa a la comedia doméstica, parece más propicia a albergar un humor más fresco y una mayor reflexividad sobre el género y el medio. Su duración (media hora) es lo más inédito en un prime time que acostumbra a ser solucionado de una vez con programas más largos.

La explotación de las series en una primera ventana de pago comenzó a paliar hace un año las limitaciones de su amortización en un mercado pequeño y en el que ni siquiera circulan bien las producciones de las cadenas autonómicas (Telemadrid retiró de su programación Mareas Vivas, un éxito en la televisión gallega). La venta de las series (escasa), y sobre todo, la de los formatos (Médico de familia, Periodistas, Compañeros, El club de la comedia), es otra forma de recuperar la inversión. El mercado de Latinoamérica suple a veces la inexistencia del nacional. Es el caso de Ada Madrina, la fracasada serie protagonizada por Carmen Sevilla, que se dejó de emitir en Antena 3 tras el cuarto episodio, pero que se siguió grabando porque funcionaba al otro lado del Atlántico, a través del canal internacional. Conviene precisar que esta exportación requiere a veces un gasto adicional, como ha sucedido con Compañeros, que necesitó ser doblada a un español menos "ibérico".

Compartir gastos será la salida más inmediata. Los acuerdos entre empresas de televisión, entre organismos nacionales e internacionales que pueden beneficiar a los productores han comenzado a concretarse. Por ejemplo el de Vía Digital con Tele 5 para estrenos en exclusiva (Petra Delicado, El

Comisario, Pepe Carvalho); los de RTVE, RAI y France Television para colaborar en proyectos comunes y la distribución de películas y series de ficción.

La coproducción nacional, entre cadenas de pago, y televisión en abierto, se verifica en el campo de la ficción (tv movie, miniseries, series), del documental y del dibujo animado (la exportación más importante). En el plano internacional hay cadenas que, como Tele 5, han normalizado la participación en grandes producciones con socios a uno y otro lado del Atlántico.

Como ha sucedido en el resto de países europeos, en España el debate sobre el futuro de la televisión pasa por una mayor definición de las tecnologías digitales, la entrada de las telefónicas en el negocio televisivo y sobre todo en los contenidos, y la relación entre Internet y televisión.

Mientras, ya se habla del nuevo concepto de Web TV versus TVWeb. La tercera plataforma (Quiero Television) creada en España con participación mayoritaria de Retevisión, ya anuncia insistir en la ficción y en el concepto de servicios vía Internet para sus abonados.

Al tiempo, se toman posiciones sobre Portales verticales y horizontales. TERRA, el gran portal descendiente de Telefónica prepara mientras tanto un canal de televisión. Las empresas y usuarios se hallan pendientes del ancho de banda prometido que permitirá una mayor velocidad en las comunicaciones y la posibilidad de ver sus series favoritas a través de Internet. Está claro que los nuevos conceptos de la globalización que afectan por igual a todos los medios, modificará sustancialmente la oferta y la demanda de ficción a corto plazo. Las tres grandes cadenas generalistas en España (TVE; Antena3, Tele 5) ya han comenzado a moverse en el campo de la digitalización de los fondos de archivos y la interactividad. Ya existen casos, como la digitalización de los informativos en Tele 5, en que las nuevas tecnologías han modificado los procesos de producción. Se trata de un efecto dominó que afectará directamente tanto a los proveedores como a los distribuidores de contenido, en cuyo campo de visión queda claro que las coproducciones serán una de las formas obligadas del futuro para enfrentarse al mercado global. En este sentido, serán tan importantes las grandes inversiones en multimedia como la adaptación de la creatividad a la nueva situación. Una situación que estará marcada por un mercado que se moverá por la calidad de los consumidores y menos por la cantidad de audiencia que marcó la televisión del siglo pasado. Pero incluso las televisiones de pago pueden fracasar como afirma Pierre Lescure, presidente de Canal Plus, si no cuentan con contenidos propios en el mercado europeo de la televisión. España parece apuntarse en todas las direcciones del negocio de las telecomunicaciones, al mismo tiempo que refuerza la industria tradicional de contenidos.

Notas

1. Quiero está participada por Retevisión (49%), Media Park (15%), Sofisclave-98 (15%), Carlton (7,5%), Cajas de ahorros(resto).

2. Datos de Infoadex

3. Las cadenas autonómicas se hallan asociadas en un organismo llamado FORTA con el fin de lograr acuerdos comerciales de conjunto. Tiene una dirección rotatoria cada seis meses, lo que impide tener una política común a medio plazo para la producción, haciendo que, por ejemplo, intentos aislados de concursos de guión para tv-movies, no consigan su objetivo

Informe Eurofiction 1999: "Menos familia y más policía"**ArtículoResumen**