

El piloto de las series de televisión: análisis de «Aída», primera «spin off» española

The TV series pilot: analysis of «Aída», the first spanish spin off

Pedro Sangro Colón
Salamanca (España)

RESUMEN

La comunicación se propone demostrar la importancia que se le debe otorgar al diseño y construcción del capítulo piloto de una serie de TV (entendiendo por tal el primer episodio producido completamente que le llega al público en emisión) puesto que presenta un universo narrativo que pretende prorrogarse de forma coherente ante su audiencia durante el mayor tiempo posible. Desde esta perspectiva, un piloto es un prototipo que garantiza el «continuidad novedosa» de una serie (repetición y respeto del universo ficcional propuesto, pero ofreciendo semanalmente nuevas tramas que matizan y abren nuevas lecturas de ese marco narrativo establecido).

Partimos de la idea de que, debido a la estructuración del mercado televisivo español, ningún nuevo producto televisivo se mantiene en antena si después de cuatro entregas su cuota de audiencia (*share*) está por debajo de la media de la cadena en la que se emite. Por ello, en el caso de las series de ficción españolas, es imprescindible conseguir una implicación e identificación del público en el primer episodio (piloto) para garantizar al menos la supervivencia, o bien posibilitar, a medio plazo, el éxito.

No es extraño, por tanto, el peso que adquiere en la producción la figura del creador o creadores de la serie (generalmente un grupo reducido de personas provenientes del ámbito de la producción ejecutiva, la dirección y el guión). Un equipo creativo que, partiendo de la nada debe tomar todas las decisiones capitales (narrativas, estéticas y de producción) que configurarán el material audiovisual del primer episodio. En el piloto, por tanto, se deben presentar todos los elementos claves que hacen de la nueva serie algo diferente a las demás: su concepto, tono, estructura narrativa, escenografía y decorados propios y su diseño de personajes.

Con todo, nuestro trabajo propone el análisis del piloto de «Aída» como un ejemplo de producción audiovisual de calidad, ya que al tratarse de la primera *spin off* española (es decir: una serie creada a partir del personaje de otra anterior), asume un reto aún mayor en el diseño del piloto: no crea su universo narrativo de la nada, sino que lo expande, partiendo del conocimiento que el público tiene de otro anterior (el de la serie «7 vidas»). Así, en el análisis propuesto del piloto de «Aída», comprobaremos su eficacia como auténtica radiografía que anticipa el futuro desarrollo de la serie, un manual de instrucciones para el goce del espectador.

ABSTRACT

This paper studies the importance of the design and construction of the pilot episode in a TV series (that is, the first completely produced episode that reaches the audience in a broadcast).

We work on the principle that, due to the structure of the Spanish TV market, no new television product stays on the air if, after four episodes, its share of audience is lower than the average rating of the channel. That is why, in the case of Spanish fiction TV series, achieving the audience's involvement and identification in the pilot episode becomes essential to guarantee, at least, its survival or make its success possible in the medium term.

Therefore, the weight the creator or creators figure (the ones that must take the key narrative, esthetical and production decisions) gains in the production should not be surprising. Their task is, basically, the developing of the elements that confer quality on the pilot: the «tone», the «narrative structure», the «characters design» and the «distinguishing elements».

As a practical case, our study proposes the analysis of the pilot episode of «Aída», as an example of a quality audiovisual production, as well as being the first Spanish spin off.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Piloto de televisión, mercado televisivo, cuota de pantalla (Share).

Television pilot, television market, share of audience.

La importancia que se le debe otorgar al diseño y construcción del capítulo piloto de una serie de TV (entendiendo por tal el primer episodio producido completamente que le llega al público en emisión) no siempre responde a los parámetros deseados. Y sin embargo, la función de un piloto es vital para la supervivencia de la serie, puesto que presenta a la potencial audiencia televisiva el universo narrativo que pretende desarrollarse durante el mayor tiempo posible en antena de forma coherente.

Desde esta perspectiva, un piloto es un prototipo que garantiza el continuidad novedosa de una serie, es decir: el respeto por el universo ficcional propuesto desde el comienzo, pero con posibilidades de sufrir cada semana una constante evolución dramática que garantiza (respetando el marco narrativo establecido en el primer episodio) el mantenimiento del interés y la expectación de su audiencia.

La *sitcom* es, como género (o si se prefiere formato) televisivo de ficción, un caso paradigmático de serialidad basada en el continuidad novedosa puesto que (al margen de las posibles tramas en continuidad) sus episodios tienden a la auto-conclusión y mantienen, más que ningún otro formato ficcional, unas reglas estrictas de funcionamiento interno que sirven al espectador como libro de instrucciones para su visionado. La sensación de «más de lo mismo, pero distinto» se hace más patente en la *sitcom* que en ningún otro lugar de la ficción catódica debido, fundamentalmente, a dos factores: a) su peculiar sistema de producción: grabación en bloques de tiempo real de forma teatral respetando el orden cronológico narrativo con asistencia de público en directo; b) sus limitaciones estructurales: reducido número de escenarios y personajes fijos, risas que participan en la diégesis cada minuto, etc.

Por todo ello, parece razonable otorgar una importancia extraordinaria al episodio piloto como principal

carta de presentación capaz de determinar el correcto planteamiento de cualquier comedia de situación.

En el caso de la serie «Aída» encontramos todos los elementos que permiten proponer su episodio piloto como un caso ejemplar de exposición del marco narrativo a desarrollar posteriormente. «Aída» nos interesa 1, además, porque encontramos en su gestación dos elementos distintivos que, muy probablemente, funcionan como catalizadores de su buen hacer en cuanto al piloto se refiere. Por ello, pasamos a contextualizarlos en la primera parte de este trabajo para, posteriormente, poder abordar con garantías el análisis de su primer episodio.

- «Aída» adquiere, como *sitcom* televisiva, una especial condición al tratarse del primer *spin off* (es decir, una serie creada a partir del personaje de otra anterior) que se realiza en España. Por ello, consideramos que la serie asume un reto aún mayor en el diseño de su piloto (al menos diferente a las demás), puesto que no crea su universo narrativo de la nada, sino que lo expande partiendo del conocimiento que el público tiene de otro anterior (en este caso, el de la serie «7 Vidas», en cuyo bar ficcional trabajaba como camarera el personaje de Aída).

- «Aída» es una serie creada empleando un sistema de trabajo creativo que pivota sobre la responsabilidad que se le atribuye a la figura del productor ejecutivo (exportada de la ficción televisiva norteamericana), lo que garantiza una exigencia de calidad en la presentación del proyecto ante el público en su primera entrega. Goza, por tanto de un método de trabajo para la construcción de su piloto.

1. Aída, el primer *spin off* español

El hecho de que existan únicamente tres canales generalistas que pelean por la audiencia en el *primetime* televisivo (además de la cuarta plaza que ocupa la televisión autonómica de turno) hace que la exigencia de público para sobrevivir en la parrilla en España sea mayor que en otros mercados. Como consecuencia de ello, en el diseño de las ficciones se buscan *targets* muy amplios, generalmente de espectro familiar. De hecho, cualquier profesional del medio sabe que ningún nuevo producto de ficción destinado al horario de máxima audiencia se mantiene en antena si después de cuatro entregas su porcentaje de audiencia (*share*) está por debajo de la media de la cadena (aproximadamente, en el mercado español, esto supone alzarse con un 21% de cuota de pantalla).

Partiendo de este contexto, el formato de *sitcom* (uno de los formatos estrella de las noches televisivas norteamericanas) estaría, en teoría, condenado al fracaso en nuestro país.

Y sin embargo, desde su estreno en 1998, la *sitcom* «7 vidas» permanece en antena como la serie más longeva de la historia de nuestra televisión gozando de excelente salud todavía a día de hoy. Este logro ha sido posible, a pesar de las dificultades para poder adaptar al mercado español su formato de comedia de situación que se ha visto obligado a sufrir algunas modificaciones: principalmente el estiramiento en su duración de los 22 minutos a los 45 como consecuencia de las exigencias de las cadenas (que consideran mucho más rentable contar con series que llenen al menos una hora de emisión bruta para poder incluir más cortes de publicidad); o bien la poca importancia que desde las televisiones se da a su *target* comercial, es decir, su audiencia de potenciales consumidores (mientras que en Estados Unidos este indicador es el principal y por ello el arco de audiencia medible va desde los 18-50 años, en España no existen limitaciones de edad para considerar a alguien audiencia de un programa).

Pese a todas las dificultades, durante los seis años de emisión, «7 vidas» ha roto con muchas de las ideas asentadas en televisión demostrando la viabilidad del formato y abriendo así el hueco para desarrollar su propio *spin off*, «Aída».

El *spin off* («esqueje», podríamos traducir en castellano) es una adaptación a la ficción audiovisual de lo que Genette (1989: 432) llamó, refiriéndose a los procesos de hipertextualidad en Literatura, «transvalorización»: un procedimiento de transformación temática a través del cuál un personaje tiene mayor importancia en el sistema de valores del hipertexto que pasa a protagonizar de lo que tenía en el hipotexto del que procede. Su fórmula básica, en la televisión, es la de tomar un personaje secundario de una serie de éxito y convertirlo en protagonista de una nueva serie (al igual que el doctor Crane de «Frasier» se traslada desde el bar que regentaba Sam Malone en el universo ficcional de «Cheers» a la ciudad de Seattle, Aída regresa a su barrio tras haber trabajado en el bar «Casikeno» que regentaba Gonzalo Montero en «7 vidas»).

Tal y como señala Álvarez (2003) el recurso de creación del *spin off*, comienza a experimentarse en Televisión en los años 50, cuando una de las piezas cómicas del programa de variedades «The Jackie Gleason show» (CBS, 1952-70) adquiere una popularidad que le conduce a independizarse como una auténtica telecomedia de media hora de duración bajo el título «The Honeymooners» (CBS, 1952-56). Desde entonces, esta estrategia de expansión diegética se ha venido repitiendo hasta la actualidad. Por poner algunos ejemplos cercanos al espectador español podemos citar, entre otros: «Un mundo diferente» (NBC, 1987-93) precedente de «La hora de Bill Cosby»; «Cosas de casa» (ABC, 1989-98) precedente de «Primos Lejanos» (ABC, 1986-93); el ya citado «Frasier» (NBC, 1993-2004) precedente de «Cheers» (NBC, 1982-93); o el más recientemente «Joel» (NBC, 2004), precedente de «Friends» (NBC, 1994-2004), etc. 2

Es muy probable que el recurso del *spin off* tenga, en el fondo, una determinación industrial de minimizar riesgos, apostando por un producto (en su caso un personaje) de éxito conocido por el público. Una ley no escrita en ninguna parte pero practicada religiosamente por los directivos de cadenas y productoras es que el riesgo debe quedar fuera del negocio de la televisión. Por ello, usar lo que ya ha funcionado es una cuestión de supervivencia. Algo así debió pensar Nacho G. Velilla (productor ejecutivo de «7 vidas» y creador de «Aída») cuando decidió que su siguiente proyecto iba a ser, justamente una *spin off* de una serie que había consolidado un formato en España (la *sitcom*) y que contaba con la fidelidad del público sin presentar, de momento, signos de resquebrajamiento. A la vista de los resultados, el esfuerzo mereció la pena: el episodio piloto de «Aída», emitido el 16 de enero de 2005 a las 22:00 horas en Tele 5, obtuvo un *share* del 35.8% (6.829.000 espectadores). Fue el programa de televisión más visto del día y del mes, y lanzó de forma eficaz la primera temporada de la serie (emitida ya en su totalidad hasta su regreso en septiembre de 2005) que se hizo con un media de más de 5,5 millones de espectadores semanales 3. Todo un hito en la historia de la

televisión en España en cuanto al formato de *sitcom* se refiere.

2. La producción ejecutiva como proceso creativo

El famoso creador de series americanas Steven Bochco en una entrevista realizada por Levinson y Link (1986: 89) declaraba lo siguiente: «la televisión es un medio de los guionistas, y ésta es la razón por la que éstos se hacen productores». Efectivamente, el trabajo colectivo en televisión obliga a gestionar la creatividad desde la figura de un profesional (llegado desde el gremio de los guionistas o los directores) que se aleja bastante del tópico que presenta a los productores como tipos gordos que fuman grandes puros dedicados a que cuadre el presupuesto.

En el caso de una *sitcom*, el productor ejecutivo y su equipo son los responsables del control creativo que, partiendo de la nada, deben tomar todas las decisiones capitales: narrativas, estéticas y de producción. Para ello, dedicarán, aproximadamente un 80% de su tiempo a la actuación directa sobre el guión de la serie, el *casting* y la dirección, mientras que invertirán el 20% del tiempo restante en una supervisión de otros aspectos creativos importantes tales como la música de la serie, los decorados o las decisiones de inversión de gasto y el consiguiente control presupuestario.

Pero, sin ninguna duda, el trabajo más duro para el equipo de producción ejecutiva reside en la creación de una serie (generalmente un encargo) que, desembocará, de forma concreta, en la escritura y producción del episodio piloto. Durante los meses (e incluso años) que se pueden dedicar a este proceso de creación, se han de tener claros una serie de elementos que servirán, no solo para poder acudir a una televisión con una carta de presentación de la serie (se suele llevar un documento de trabajo con el que las productoras se acercan a las cadenas para su venta conocido como «Biblia» de la serie), sino también para tener muy claro qué es lo que se le va a contar semana tras semana al público y cómo se va a conseguir su fidelidad sin aburrirle.

Por tanto, lo que se juega en la elaboración de un piloto es el haber dado con un sistema para que funcione el continuismo novedoso (ofrecer «más de lo mismo pero distinto»), así como las señas de identificación de la serie, que la hacen única y diferente a las demás (lo que en algunos sectores profesionales se conoce como «franquicia»).

Esa franquicia de la serie, viene determinada por los siguientes elementos que utilizaremos en nuestro análisis posterior y que, ahora, pasamos a describir brevemente:

- El concepto de la serie: se trata de que el primer episodio deje claro «qué» es lo que vamos a contar cada semana. Esto implica transmitir de forma clara cuál es, en síntesis, el conflicto argumental sobre el que se estructura la serie en todos los episodios. Para ello, el espectador necesita, además, conocer cuál es el detonante de dicho conflicto (lo que motiva la situación dramática que sustenta la serie), así como el marco narrativo en el que transcurren los acontecimientos (el universo que habitan sus personajes con sus reglas de juego narrativas).

Para este proceso de creación del concepto de una *sitcom* los referentes serán fundamentales a la hora de conocer las distintas tipologías establecidas al respecto, de cara a inscribir la serie propia en una categoría ya existente, hibridar entre varias la nueva propuesta, o plantear algo absolutamente diferente y novedoso. Se pueden consultar, entre otras clasificaciones, las de Mitz (1988: 12) 4, o bien las de Vorhaus (2005: 95-116) 5, como guía para rastrear las posibilidades de concepto de *sitcom* existentes.

- El tono de la serie: se trata de que el primer episodio deje claro «cómo» vamos a contar cada semana las cosas. Kelsey (2004: 185) recoge en su libro sobre la escritura televisiva la siguiente frase: «hay tantas diferencias entre el trabajo de varios guionistas de comedia como lo hay entre las obras de los impresionistas y los surrealistas». Ciertamente, una *sitcom* puede trabajar con humor infantil, adolescente, blanco, negro, sociológico, de *gag* visual, intelectual, judío, ácido, inglés, paródico, satírico, etc. Puede definirse como transgresora, conservadora, innovadora, moderna, posmoderna, clásica, etc. En definitiva, todo lo que el espectador ve y escucha en el piloto está determinando el tono de la serie, que será fundamental para su reconocimiento al primer golpe de mando a distancia: desde las características de la puesta en escena (la cabecera, el ritmo de sus escenas, el empaque fotográfico, etc.), hasta las limitaciones de los tipos de conflictos que se pueden plantear, la forma de hablar de los personajes o la atmósfera mostrada en escenarios y vestuario.

- La estructura de la serie: el capítulo piloto debe ser, además, un prototipo estructural que ejemplifique el esqueleto de tramas de cada capítulo futuro, así como la modalidad que adoptan a lo largo de las posteriores temporadas. La estructura responderá a cuestiones tales como: ¿nos interesa que el espectador vea la serie por identificación, o más bien por curiosidad? ¿Trazaremos tramas auto-conclusivas en cada episodio, o procuraremos tender hacia tramas horizontales que se desarrollan estableciendo continuidad entre distintos episodios de temporada? ¿Cuántas tramas habrá en cada episodio? ¿Cómo se distribuirán dichas tramas? ¿Y cuántas escenas?, etc.

Uno de los elementos que va a ayudar a fidelizar espectadores es, justamente, el ser fiel a la estructura que se plantea desde un principio. Por ejemplo, tal y como señala Álvarez (1999: 234-235) refiriéndose a la ficción televisiva norteamericana, fue la estructura la que determinó que la guerra establecida entre las dos grandes series de médicos «Chicago Hope» (creada por David Kelley) y «Urgencias» (creada por Michael Crichton y Steven Spielberg) terminara con una victoria de audiencia aplastante de la segunda ya que, aunque ambas son exquisitas en cuanto a su tono y su concepto, «Urgencias corre más, multiplica historias, conflictos, clímax». Es decir, estructuralmente es superior debido a que aporta una novedad al haber sido concebida por ser sus creadores como «un tren en marcha» al que cualquier espectador se puede subir en cualquier momento (siempre hay algo que está empezando o terminando en el interior de sus capítulos).

- Escenografía y decorados: el piloto debe mostrar los escenarios con los que el público ha de convivir en el universo narrativo que habitan los personajes, de tal manera que también estén contribuyendo a construir el concepto, tono y estructura de la serie. Lógicamente las limitaciones de producción determinan el

número de decorados posibles: fijos, multifuncionales (es decir, que se construyen y se destruyen para cada episodio), así como las grabaciones en exteriores, por lo que desde la génesis del proyecto en su fase de creación habrá que tener en cuenta dichas limitaciones.

- Personajes y casting: El éxito del piloto radica, sobre todo, en una buena presentación de personajes. En el caso de la *sitcom* su número es reducido, aunque es posible que no todos puedan aparecer, por cuestiones de tiempo (o bien como estrategia para dimensionar posteriormente la serie) en el piloto. Tomaremos, de cara a nuestro análisis, las siguientes herramientas de construcción de personajes propuesta por Vorhaus (2005: 75): a) la perspectiva cómica (visión singular del mundo del personaje); b) Los defectos (lo que le separa de ser un personaje real); c) la humanidad (aquello que lo acerca al público); d) la exageración (como fuerza que arrastra a los elementos anteriores).

3. Análisis del capítulo piloto de «Aída»

En esta segunda parte del trabajo realizaremos un análisis del piloto de «Aída» atendiendo a las cuestiones que tienen que ver con la correcta presentación de los elementos de franquicia de la serie explicados más arriba. Previamente aportamos, para un mejor seguimiento por parte del lector, una ficha técnica completa del capítulo, así como una escaleta-tipo de resumen argumental desarrollada escena por escena.

3.1. Ficha técnica (en orden de aparición en la pantalla)

Producción ejecutiva Estudios Picasso: Manuel Requena

Casting: Luis San Narciso

Ayudante de dirección: Blanca Pera

Estilismo: I-Vis-F

Maquillaje y peluquería: Ana Pompa, Gloria Sánchez y Cruz Puente

Sonido: Oscar Barros

Sintonía Cabecera: Bebe

Música: Guillermo Maestro

Dirección artística: Fernando González

Director de fotografía: David Arribas y Fran Romero

Realizadora: María Zarazúa

Montaje y Postproducción: Silvia Pizarro y José M. Mercellas

Director de Producción: Miky Irisarri

Jefe de Producción: Yolanda Guerrero

Productor ejecutivo: Nacho G. Velilla

Intérpretes: Carmen Machi (Aída), Paco León (Luis Mariano, hermano de Aída), Pepe Viyuela (Chema, el tendero), Melanie Olivares (Paz, vecina de Aída), David Castillo (Jonathan), Ana María Ruiz (Lorena, hermana de Jonathan), Marisol Ayuso (Eugenia, madre de Aída), Mariano Peña (Mauricio, dueño del Bar Reynolds)

Argumento y diálogos: Oriol Capel, Jordi Terradas, Roberto Jiménez, Antonio Sánchez y Nacho G. Velilla

Co-productores ejecutivos: Oriol Capel, Antonio Sánchez y Jordi Terradas

Director: Nacho G. Velilla

Una producción de Estudios Picasso y Globomedia

3.2. Escaleta del capítulo

Día 1: Mañana

01.01A- (PRÓLOGO) PASILLO CAPILLA DEL CEMENTERIO. INT. DÍA

Aída espera a su hermano Luisma ante la capilla donde están los restos de su padre. Luisma llega disfrazado de payaso por exigencias de su empleo.

01.01B- CAPILLA DEL CEMENTERIO. INT. DÍA

Llegan persiguiéndose Jonathan y Lorena (los hijos de Aída) y aparece también Eugenia (la madre de Aída) comunica a la familia que su difunto le ha dejado la casa en herencia a su hija Aída.

01.02- CASA AÍDA. INT. DÍA

Toda la familia se instala en la casa. Parece que la convivencia con la madre va a ser difícil.

01.03- BAR REINOLDS. INT. DÍA

Chema (que regenta una tienda en el barrio) ha organizado un partido de fútbol. Mauricio (el dueño del local y cacique del barrio) consiente patrocinar al equipo.

Día 1: Tarde

01.04- ASA AÍDA. INT. DÍA

Aída reconoce que su vecina es su amiga de la infancia Paz.

01.05A-B-C-D- CASA PAZ INTERIOR DÍA

Aída cree que Paz es enfermera, cuando en realidad ejerce la prostitución.

Día 2: Mañana

01.06- CASA AÍDA. INT. DÍA

Aída va a invitar a su madre a una revista para limar asperezas, pero Eugenia cree que le quiere llevar a una residencia de ancianos.

Día 2: Tarde

01.07A- CALLE EXT. DÍA

Aída y Chema recuerdan viejos tiempos al salir de su tienda.

01.07b- TIENDA CHEMA. INT. DÍA

Mauricio se apuesta el local de Chema a que su equipo patrocinado gana el partido.

Día 2 Noche

01.08- CALLE EXT. NOCHE

Lorena, harta de obedecer a su madre y quemada con el cambio al nuevo barrio, decide irse con su novio Charly a Marbella.

Día 3 Mañana

01.09- BAR REINOLDS. INT. DÍA

Mauricio y Aída hablan del interés que está despertando el partido en el barrio.

01.10- TIENDA CHEMA. INT. DÍA

Luisma se entera de que Paz es prostituta.

01.11A- CASA AÍDA. INT. DÍA

Eugenia echa de casa a Aída pensando que la quiere llevar a una residencia.

01.11B- DESCANSILLO CASA AÍDA. INT. DÍA

Aída no comprende y piensa que su madre está loca. Acaban peleadas.

01.12- CAMPO DE FÚTBOL SALA EXT. DÍA

Mauricio, ante el temor de perder el partido, destituye a Chema como entrenador del equipo de fútbol.

Día 3: Tarde

01.13- CALLE EXT. DÍA

Lorena, al descubrir que la abuela se ha atrincherado en la casa, amenaza otra vez con irse con Charly a Marbella.

01.14- 01.14- CASA PAZ. INT. DÍA

Luisma trata de acostarse con Paz chantajeándola con contar su secreto, pero no lo consigue / Aída le pide a Paz que le deje pasar a su terraza.

01.15- CAMPO DE FÚTBOL EXT. DÍA

Mauricio confiesa a Chema que se ha apostado su local mientras su equipo pierde.

01.16A- BALCÓN CASA PAZ. EXT. DÍA

Aída, muy asustada, no se atreve a saltar a su terraza.

01.16B- CALLE EXT. DÍA

Lorena ve a su madre en apuros y decide no irse con Charly a Marbella.

01.17- CAMPO DE FÚTBOL. EXT. DÍA

El partido va empatado. Chema está hundido y Mauricio preocupado... pero de repente se le ocurre algo.

01.18A- BALCÓN CASA AÍDA. EXT. DÍA

Aída, finalmente salta con éxito y alcanza la terraza de su casa.

01.18B- CALLE EXT. DÍA

Lorena y Jonathan respiran cuando ven que su madre lo ha conseguido.

01.18C- CASA AÍDA. INT. DÍA

Aída y Eugenia se echan en cara cosas del pasado en una fuerte discusión. Eugenia se desmaya.

01-19- CAMPO DE FÚTBOL. EXT. DÍA

Mauricio trata de sobornar a Luisma para ganar el partido. Se produce un alboroto y Luisma sale huyendo.

01.20- CASA AÍDA. INT DÍA

Aída Descubre que Paz no es enfermera; entonces ella misma pincha a su madre salvándole la vida.

Día 4: Mañana

01.21- PORTAL. INT. DÍA

Aída perdona a Paz que no le haya contado la verdad y la acepta tal y como es.

Día 4: Noche

01.22- (EPÍLOGO) BAR REINOLDS / CALLE. INT. / EXT. NOCHE

Mauricio explica que el partido se suspendió / Aída agradece a Lorena que se haya quedado con su familia.

3.3. Concepto

¿Qué es lo que vamos a ver cada semana? El piloto ha desarrollado dos de sus cuatro tramas para delimitar de forma clara dos conflictos utilizados posteriormente en la serie:

- La convivencia entre una hija y una madre mayor que se llevan mal: desarrollado a través de la trama principal del episodio. En este caso, se ha usado para ello lo que en términos guionísticos se llama un «malentendido» propio de las comedias de enredo clásicas (la madre cree que Aída la quiere llevar a una residencia cuando en realidad quiere integrarla en casa y hacer que se distraiga yendo a ver un revista). Este conflicto (inspirado en el concepto que detona «Fraisier») será uno de los motores de toda la temporada.

- La dificultad de comunicación entre una madre y sus hijos: Aída, intenta que su familia sea una

familia normal, pero sabe que no tiene mucho que ofrecer a sus hijos para conseguirlo, pues ella misma fracasó con su propia madre como hija al escaparse de casa embarazada siendo menor de edad (otros conflictos anteriores del personaje como su adición al alcoholismo o su condición de mujer maltratada por su exmarido ya son conocidos por el público seguidor de «7 vidas»). El piloto presenta una trama en la que Lorena está tentada de irse con su novio a Marbella, aunque finalmente decidirá apostar por su familia, entendiéndolo que su madre la necesita y la quiere.

Otras dos tramas son utilizadas en el piloto para desembalar el marco narrativo en el que, a partir de entonces, sucederán los acontecimientos dramáticos característicos de la serie:

- La convivencia y la integración de la gente en un barrio obrero de la periferia: perfectamente contado con la trama del partido de fútbol que enfrenta al cacique (Mauricio) con el humanista (Chema), y da pie a la entrada de otros personajes pertenecientes a ese mundo como Luisma (el hermano de Aída ex toxicómano que trata ahora de rehacer su vida y recuperar su dignidad).

- La necesidad de ganarse la vida como sea: de alguna forma, este es quizás, desde el punto de vista de la franquicia que desarrolla el piloto, el conflicto más débil en su presentación. Esta cristalizado en la trama en la que Aída acaba descubriendo que su amiga Paz, aquella niña que todo el mundo creía que llegaría lejos, ejerce la prostitución para ganarse la vida. Es muy posible que no fuera necesario meter en el piloto más referencias al conflicto de la dificultad económica (no llegar a fin de mes) referido a Aída, porque el personaje ya lo trae de su serie de origen. En ese sentido todo el mundo sabe ya, por ejemplo, que Aída está también muy preocupada por la educación de su hijo Jonathan (conflicto horizontal de la serie) y que va a necesitar varios trabajos para poder salir adelante cada fin de mes (otro conflicto horizontal que se presupone que el público conoce).

El piloto presenta también, de forma impecable, un detonante para el arranque de la serie:

- Tras la muerte de su padre, Aída hereda la casa de éste y con ello, decide trasladarse a vivir allí con sus hijos. Es la única oportunidad que la vida le ha brindado para darles un verdadero hogar y no va a desperdiciarla. Este detonante, que lanza al personaje principal hacia un objetivo, permanece a lo largo de toda la temporada.

Queda claro, en la presentación, que Aída es un *spin off* de «7 vidas», y los guionistas se encargan de hacer un guiño al espectador para entrelazar, aunque sea en un parlamento del personaje, la relación existente entre ambos universos. Ejemplo:

paz

... Pero bueno, cuéntame qué es de tu vida. ¿Qué haces ahora?

aída

Nada, ir de fiesta en fiesta con mi amiga la Preysler. (La mira) Pues limpiar escaleras como una loca, ¿qué voy a hacer? Ah, y estuve de camarera en un bar del centro, el Casikeno. Tendrías que ver las cosas que pasaban ahí, para hacer una serie... 6

Las ventajas de una *spin off* que se emite simultáneamente a su serie de origen, como sucede en el caso de «Aída» y «7 vidas», es que te permite experimentar con cruces ficcionales en los que los personajes de una serie visitan la otra para relanzar conflictos de la propia. Así sucedía, por ejemplo, con la visita de Diana Freire (personaje de «7 vidas») en el último episodio de la primera temporada de «Aída», cuando llega a visitarla para invitarla a una boda y relanzar así la nueva temporada de la serie de origen.

3.4. Tono

Se trata, de una serie en formato de *sitcom* que apuesta por transmitir verdad: es decir, sus personajes sienten y padecen conflictos interiores y en ese sentido, el tono respeta los límites de verosimilitud que impone el concepto referido. Pero si «7 vidas» era una serie que se podía considerar transgresora en su tono llamado «inteligente», «Aída» va más allá, presentando una acidez en el humor que no tiene ningún precedente en la historia de las tele comedias españolas de ficción. Por utilizar un adjetivo, se podría decir que «Aída» presenta un tono de humor negro. Es, desde esta perspectiva, una serie adulta, agrídulce, casi cruel, pero que al tratar todos los conflictos duros de un barrio de la periferia desde una perspectiva cómica, permite que su propuesta se dirija a todo tipo de públicos, puesto que por encima del marco narrativo de barrio urbano español en el que vive una clase social baja (perfectamente dibujado en la cabecera que se acompaña con la música de Bebe), «Aída» es una serie de alcance universal en cuanto que su tono de comedia clásica apunta conflictos universales reconocibles por todos los estamentos de la audiencia. Ejemplo:

AÍDA le da la jeringuilla a PAZ que mira a AÍDA y a la jeringuilla sin entender.

aída

(Histórica) Pero, ¿qué haces? Pónsela. (Paz duda. Aída le da en el hombro) Rápido, que se está poniendo azul, que ya lleva así cinco minutos...

PAZ mira la jeringuilla. Está acojonada. AÍDA le da en el hombro otra vez.

aída

Venga, ¿no ves que se está ahogando? (*Le da otro toque*) Rápido, que no puede respirar. (*Le da otro toque*) ¡Pero a qué esperas?! ¿Qué te pasa?

paz

(*Histórica*) Que no soy enfermera, ¿vale? ¡Soy puta!

PAZ le da la jeringuilla a AÍDA que flipa. Silencio. EUGENIA respira agónica. AÍDA está muy agobiada. Se santigua, cierra los ojos y se la clava. Silencio.

aída

(*Acojonada*) Mamá, ¿estás bien? (*Silencio*) Pero, dime algo, por favor, idime algo!

eugenia

(Con un hilo de voz) Japuta...

paz

(*Acojonada*) Pues parece que está mejor 7.

3.5. Estructura

Como comentamos anteriormente, la serie de «Aída» opta por una duración (por exigencias del la cadena) de 45 minutos.

Nº de Tramas auto-conclusivas: 4

- Trama Aída-Eugenia: Malentendido: Eugenia cree que su hija la quiere meter en una residencia de ancianos cuando en realidad quiere llevarle a ver una revista.

- Trama Aída-Paz: Paz hace creer a Aída que es enfermera para no decepcionarla. Finalmente será descubierta aunque su amistad permanecerá intacta.

- Trama Chema-Mauricio: Chema organiza un partido de fútbol benéfico para integrar a los chicos del barrio. Mauricio se apuesta su local a que ganen. Finalmente el partido se suspende y la apuesta queda abortada.

- Trama Aída-Lorena: Lorena choca con su madre constantemente y amenaza con irse a Marbella con su novio Charly. Finalmente, cuando ve a su madre en apuros, decide quedarse.

Nº tramas horizontales: 1

- Trama: Aída, su hermano y sus hijos deben convivir con Eugenia en la casa del barrio. No será fácil ser una familia normal.

Nº de escenas: 21

La trama horizontal disparada (concepto de la serie) se prolongará bajo la vigilancia del continuismo novedoso a lo largo de todas las emisiones de la serie. Las tramas auto conclusivas han servido, fundamentalmente, para presentar a los personajes a los espectadores. El único de los nuevos que no lleva trama es Luís Mariano (probablemente porque los creadores consideraron suficiente tenerle únicamente de apoyo para conseguir una rápida empatía con el público debido a que es uno de los personajes más redondos de la serie y mejor interpretados en *casting* y optaron por potenciar al resto).

Encontramos, como seña de identidad de la franquicia de la serie, un rápido ritmo narrativo (son 21 escenas, lo que supone una media cercana a los 2 minutos por escena), así como un uso de la secuencia de montaje de estilo cinematográfico, destinado a subrayar pensamientos, ensoñaciones o recuerdos de los personajes. Ejemplo:

aída

Ay, ay, no me lo digas. Ay, no me lo puedo creer. (*Emocionadísima*) ¡Eres enfermera!

paz

(*Desconcertada*) ¿Enfermera?

CORTE A:

01. 05B. HABITACIÓN DE PAZ. INT. NOCHE.

PAZ está al borde de una cama donde vemos los pies de ALGUIEN. Está vestida de enfermera, marcando y con un fonendoscopio.

CORTE A:

01. 05C . HABITACIÓN DE PAZ. INT. NOCHE.

PAZ está al borde de una cama donde vemos los pies de ALGUIEN. Está vestida de colegiala, marcando y chupando una piruleta.

CORTE A:

01. 05D. HABITACIÓN DE PAZ. INT. NOCHE.

PAZ está al borde de una cama donde vemos los pies de ALGUIEN. Está vestida de dominatrix, marcando y con una fusta.

CORTE A:

01. 05A. CASA PAZ. INT. DÍA.

PAZ, algo desorientada, está delante de AÍDA que le sonríe.

paz

Eh... la verdad es que intento que la gente que está en cama... se sienta lo mejor posible 8.

3.6. Escenografía y decorados

Los escenarios de «Aída» están contruidos con gran amplitud y permiten la movilidad de la cámara dentro y entre ellos, de tal manera que en ocasiones hemos visto en el piloto cómo una *steady cam* sigue a un personaje del bar a la calle y viceversa.

- 5 Fijos: *Casa Aída* (incluye: Descansillo, Portal, Balcón); *Bar Reynolds, casa Paz, calle, tienda Chema*.
- 1 Multifuncional: *Capilla del cementerio* (Pasillo).
- 1 Exterior: *Campo de fútbol*.

Los escenarios contribuyen notablemente al tono que define la serie (el barrio) de tal forma que parecen viejos, desgastados, o cuando menos, usados. Se destila, del visionado del piloto, un cierto mimo en el cuidado de este extremo.

3.7. Diseño de personajes

Probablemente la gran baza de «Aída» radica en una excelente y trabajada construcción de personajes. Por falta de espacio y empeñados en no desbordar los límites de este trabajo, no podemos emprender un análisis exhaustivo de los mismos. Sin embargo, tras consultar la descripción que de ellos dan los creadores de la serie (en la página web de Tele 5 dedicada a la misma) 9, la ofrecemos de forma literal por considerarla idónea para definir los roles de cada uno de ellos en el piloto.

Apuntamos, únicamente, que de forma inteligente, el piloto se ha esforzado en presentar a los nuevos personajes de la serie utilizando a Aída (que es el único que ya conoce el espectador) como comodín para esta tarea. En cualquier caso, el piloto sí revela alguna información vital para entender cuáles van a ser las relaciones de la protagonista del *spin off* con el cartel de nuevos personajes con los que va a convivir. Así: se hacen alusiones a su estancia en el barrio al lado de Chema, su amistad de la infancia con Paz, el pasado junto a su madre, la relación con su hija, la consideración hacia su hermano, etc.

- Aída: «Sufrida, luchadora. Noble, honesta. Persona frágil con la autoestima muy baja. Es una mujer separada, no muy atractiva, sin estudios y ex-alcohólica. Se levanta cada mañana pensando en dos cosas: si conseguirá algún día al hombre que la quiera a ella y a sus hijos, y si podrá llegar a fin de mes sin tener que recurrir a un prestamista».

- Jonatan: «Rebelde y gamberro. De inteligencia maquiavélica. De fondo honesto y noble como su madre. Es el hijo pequeño de Aída, un chaval de 13 años, con pinta de angelito pero con actitud de delincuente juvenil. Capaz de lo mejor y de lo peor, valora la amistad por encima de todo y adora a su madre, aunque con su actitud diaria parezca todo lo contrario».

- Lorena: «Frívola. Egoísta, irresponsable y mentirosa compulsiva. Soñadora. La hija de Aída es una chica dominada por los ídolos televisivos y de las revistas del corazón. Su gran ambición es ser famosa y haría cualquier cosa para conseguirlo. Sin embargo, al igual que sus ídolos, es una persona superficial que no tiene ninguna intención de trabajar para llegar a su meta».

- Eugenia: «Rencorosa y amargada. Cínica e hiriente. Mujer de carácter. Es la madre de Aída y un mal bicho. Culpa de todas las desgracias de la familia a su hija, pero en especial le acusa de cortarle todas sus aspiraciones artísticas. Eugenia se quedó coja a raíz del parto de Aída y por ello tuvo que dejar su trabajo como vicetiple».

- Luis Mariano: «Buscavidas. Descerebrado. Simpático. El hermano de Aída es un crápula, un vividor

que se dedica a sobrevivir con pequeñas estafas y chanchullos. Con un innato don de gentes, es una persona querida en el barrio, pero nadie se fía de él, ni siquiera su propia familia».

- Paz: «Soñadora y ambiciosa. Contradictoria y ciclótica. Generosa. Es la vecina del rellano de Aída y su mejor amiga. Es simpática y puta y no duda en ayudar a sus amigos si está en su mano. Es una persona frágil e insegura, pero con una visión optimista y positiva de la vida aunque, de vez en cuando, su mundo se desmorona y choca con la cruda realidad».

- Chema: «Gafe y torpe. Neurótico, obsesivo. Con poco carácter y manipulable. Tiene 36 años. Es culto, sus gustos y su manera de expresarse chocan con la manera de ser del barrio. A Chema, todo en la vida le sale mal y aunque está Aída, se casó con Marisa, una bruja castradora».

- Mauricio: «Es el dueño del bar Reynolds y propietario de algunos locales más en el barrio, entre ellos el de Chema y algunos pisos del edificio de Aída. Es una especie de cacique que cree que es un gran humorista y que tiene una mente privilegiada pero en ambos casos se equivoca».

Apuntamos, por último, que se nombra a futuros personajes que aparecerán en la serie en capítulos venideros, como por ejemplo Fidel (Eduardo Reina), el hijo de Chema y su ex mujer que aparecerá en el Cáp. 3 y que es descrito por los creadores de la serie de la siguiente manera:

- Fidel: Afeminado, dicharachero, fiel... Tiene catorce años, le gusta mucho hablar y es el mejor amigo de Jonathan. Es un chico sonriente y risueño, pero también un gran incomprendido entre la gente que le rodea. El gran misterio del barrio es confirmar si es gay.

4. Conclusiones

«Aída», el primer *spin off* español ha sido elaborado prestando una especial atención al diseño de su piloto, de tal manera que gracias al trabajo de un equipo de producción ejecutiva dedicado a desarrollar los elementos clave de la franquicia de la serie, se ha conseguido una presentación de la misma en el primer episodio, que despliega todas las instrucciones que el espectador necesita para su posterior visionado sin privarle, simultáneamente, de la posibilidad de la novedad. Se hace patente, por tanto, en el piloto, el funcionamiento del continuismo novedoso: aparecen todos los elementos que la serie va a desarrollar a lo largo de su, hasta ahora existente primera temporada, a la par que se anticipa información referida a la incorporación de personajes y desarrollo de futuros conflictos que se mueven dentro de los límites impuestos en el concepto inicial.

En el competitivo mercado español saturado de series familiares generalistas, la introducción de una nueva *sitcom* que por vez primera llega en forma de *spin off* supone un reto superado que demuestra la calidad del trabajo realizado, así como las posibilidades de trabajar el proceso de creación de una serie con un método encaminado a asegurar la calidad de la ficción española.

Referencias

- ÁLVAREZ, R. (1999): «Series americanas, la fórmula del éxito», en VILCHES, L. (comp.): *Taller de escritura para televisión*. Barcelona, Gedisa.
 ÁLVAREZ, R. (2003): *La comedia enlatada*. Barcelona, Gedisa.
 GENETTE, G. (1989): *Palimpsestos, la literatura en segundo grado*. Madrid, Taurus.
 KELSEY, G. (2004): *Escribir para la televisión*. Barcelona, Paidós.
 LEVINSON, R. y LINK, W. (1986): *Off Camera: Conversations with the makers of prime time television*. New York, Plume Books.
 MITZ, R. (1988): *The Great TV sitcom Book*. New York, Perigee Books.
 VORHAUS, J. (2005): *Cómo orquestar una comedia. Los recursos más serios para crear monólogos y narraciones cómicas más desternillantes*. Barcelona, Alba.

1 Agradecemos toda la información y comentarios que sobre «Aída» nos ha facilitado su equipo creativo representado por Nacho G. Velilla (creador, productor ejecutivo y director del episodio piloto) cuyas aportaciones en innumerables conversaciones con el autor han ayudado a la elaboración de este trabajo.

2 Véase al respecto el extraordinario trabajo desarrollado por Concepción Carmen Cascajosa acerca de las posibilidades de la *spin off* en su Tesis doctoral *El espejo deformado: Procesos de Hipertextualidad en la Ficción Audiovisual Norteamericana*, Universidad de Sevilla, 2004 (inédita).

3 Datos sacados de <http://www-qeca.es>

4 Rick Mitz habla de; a) *Domcoms*: historias centradas en la vida doméstica y en el entorno familiar «Los problemas crecen»; b) *Kidcoms*: la vida cotidiana vista a través de los ojos de los niños y adolescentes «Salvados por la campana»; c) *Couplecoms*: conflictos de pareja, matrimonios, hermanos, amigos, padres e hijos «Loco por ti»; d) *Scificoms*: ficción científica cómica con presencia de brujas o extraterrestres «Aladina»; e) *Corncoms*: El mundo rural en la ciudad «Mis adorables vecinos»; f) *Ethnicoms*: las minorías raciales «Los Ortega»; *Carecoms*: conflictos profesionales «Juzgado de guardia», etc.

5 John Vorhaus propone la siguiente tipología: Centro y excentricidad: muchos personajes (excéntricos, cómicos) «7 vidas», «Friends», o bien un solo personaje cómico central «La casa de los líos»; Un pez fuera del agua: personajes cómicos en un mundo normal, o personajes habituales en un mundo peculiar «Doctor en Alaska»; Comedias corales: todos los personajes tienen igual peso en el conflicto «Seinfeld»; Conflicto de personajes: diseño de personajes antagonísticos que mueven el conflicto principal de la serie «Luz de Luna»; «Poderes mágicos»: comicidad con introducción de fenómenos sobrenaturales «Alf»; Comedia Slapstick: sin conflicto interno «Manos a la obra»; Sátira y Parodia «Los Simpson»; Vehículo estrella: todo el conflicto gira en torno al protagonista «Frasier».

6 Diálogo extraído de la escena 1.5A.- CASA PAZ. INT. DÍA

7 Diálogo extraído de la escena 1.20.- CASA AÍDA. INT. DÍA

8 1.5A CASA PAZ INT. DÍA; 1.5B, 1.5C y 1.5D HABITACIÓN DE PAZ. INT. NOCHE

9 Personajes de «Aída» descritos en <http://www.aida.telecinco.es/>

Pedro Sangro Colón es profesor titular de «Lenguaje y Narrativa Audiovisual» en la Facultad Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca (España) y director del «Master en guión de ficción para TV y cine» que se imparte en la misma (sangro@upsa.es).