

## Presentación: Programación y programas de televisión en España desde la desregulación: 1990-2020

Julio Montero Díaz<sup>1</sup>; Virginia Martín Jiménez<sup>2</sup>

En la primavera de 2014 *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* publicó un monográfico sobre estudios de televisión. Más en concreto sobre “Programación y programas de televisión en España antes de la desregulación (1956-1990)”. Constituyó un acto de confianza, por parte de una revista académica española de comunicación, en la madurez de los estudios de televisión en nuestro país. Es cierto que se habían publicado desde hacía tiempo aportaciones no solo interesantes, sino de calado en este ámbito. Pero la llamada de aquel monográfico fue un desafío y una prueba que serviría de indicador para hacerse una idea del volumen y la extensión de estos estudios en las universidades españolas. Daría cuenta de la actividad de los grupos de investigación sobre televisión y de las personas implicadas en ellos. El resultado fue bastante bueno. Estuvieron presentes una buena parte de los autores más destacados y se pudo comprobar que existía una sólida base en nuestra red universitaria, sobre todo, para confiar en la madurez de los estudios televisivos en nuestro país.

Seis años después la misma revista ha convocado otra llamada: “Programación y programas de televisión en España desde la desregulación: 1990-2020”. La idea era simple: dar continuidad a una línea de trabajo centrada en lo que el espectador percibe y en lo que los directivos del medio se afanan para conseguir sus propósitos empresariales o de función pública. Eso son justamente los programas y su ordenación en la parrilla por días, franjas y momentos.

La apertura cronológica tenía también sus razones. Una inmediata, el responder a un compromiso con la comunidad académica española y ofrecer algunos de los resultados parciales del proyecto *Historia de la programación y de los programas de televisión en España (cadenas de ámbito estatal: de la desregulación al apagón analógico, 1990-2010)* (CSO2015-66260-C4-1-P). La coordinación general de este proyecto ha correspondido a María Antonia Paz (Universidad Complutense de Madrid). Rosario Lacalle Zaldueña (Universidad Autónoma de Barcelona) y Julio Montero Díaz (Universidad Internacional de La Rioja) han sido los investigadores principales de los subproyectos integrados en el mismo. Es verdad que, como en el proyecto anterior (Montero, 2018), el pro-

ducto principal de estos esfuerzos será una publicación de envergadura que ofrezca una visión sistemática de la programación y programas de las cadenas nacionales españolas (públicas y privadas) de lo que podría llamarse la “Edad de oro de la televisión generalista en España”. Pero ese empeño produce también resultados de interés que no caben en una publicación de este estilo y que sin embargo han de darse a conocer a la comunidad académica por ser relevantes y de importancia.

La segunda razón que da interés a este periodo (1990-2010) es que la apertura del sistema televisivo español a las emisiones de las cadenas privadas abrió una época de especial importancia: la que transcurre entre la admisión de la iniciativa privada en las emisiones televisivas hasta el “apagón” analógico de 2010. Ambos extremos marcan con claridad una etapa bien específica. Todo cambió en 1990 con la aparición de las cadenas comerciales con nuevos modelos de negocio y programáticos como explican Bonaut-Iriarte y Vicent en “El origen de la televisión deportiva de pago en España: el caso de la lógica programática de Canal Plus (1990-2005)” o, como se refleja en “Evolución del *prime time* televisivo de Antena 3 (1990-2010): audiencia, macrogéneros y contenidos representativos” de García-Mirón, Torres-Romay y García-Crespo o en otro trabajo, incluido también en el monográfico: “La llegada de los canales privados en el imaginario de los espectadores: Recuerdos y nostalgia de aquella televisión (1990-2000)” de Chicharro y Gil. Y todo volvió a ser distinto con la apertura de una nueva era: la de la televisión digital en 2010. Durante este periodo se ensayaron planteamientos de programación y se emitieron programas muy diversos. Algunos constituyen continuidades que tuvieron la virtualidad de lograr que el ver televisión se percibiera sin rupturas. Otros presentaron ante los españoles espacios que no se concebían en una televisión estatal y que la búsqueda de audiencias exigía para conseguir publicidad. A su vez, con los años, el panorama televisivo nacional se llenó progresivamente de nuevos canales que ofertaron parrillas con señas de identidad propia (lo señalan “La Programación de La Sexta. De la variedad de contenidos al triunfo del *infoshow* (2006-2010)” de Ignacio Nevado y “La

<sup>1</sup> Universidad Internacional de La Rioja  
julio.montero@unir.net

<sup>2</sup> Universidad de Valladolid  
virginia.martin@uva.es

apuesta de Cuatro por la producción independiente (2005-2015)” de González-Aguilar.)

Con todo, desde 2005 había comenzado la preparación de la nueva televisión digital terrestre (aunque ya se había comenzado a emitir en 2000). Por eso, la llamada se amplió para los investigadores. Desde luego, la televisión, para los espectadores, son los programas que se ven. La organización de los mismos en las parrillas constituye la conversación que las cadenas mantienen con sus espectadores. Las continuidades, los éxitos, las novedades, los temas, los enfoques, las nuevas formas de producir... todo este tipo de estudios centrados en programas y programación no es extraño que sean los más abundantes, porque eran el objetivo principal del monográfico. Nuevos formatos (“Empujando los límites: la expansión de la intimidad en los *talk shows* (1990-2010)” de Cabeza y Casado-Linares), adaptaciones a la nueva programación de temas tradicionales y específicos de España (“Retransmisiones taurinas en Telecinco y Antena3 (1990-2010)” de De Haro de San Mateo; “Construcción de género en los telefilmes emitidos en la televisión generalista española (2005-2018): Análisis y propuesta de un código de buenas prácticas” de Tello-Díaz), cambios en los programas de siempre en la nueva televisión (“Desregulación y soberanía del público en la televisión española: el infoentretenimiento como alternativa al modelo de noticias clásico” de Valhondo y Berrocal; “La evolución del reportaje en televisión: infoentretenimiento y espectacularización de la realidad. Un nuevo género en el cambio de milenio” de Domínguez-Quintas y Arévalo-Iglesias; o “Los magazines matinales en la televisión pública española (1987-2019): las transformaciones de un formato dinámico” de Etura y Zapatero; “La programación de series internacionales en la televisión generalista española (1990-2010)” de Fernández-Ramírez y McGowan; “La producción de programas musicales en la televisión pública española (1990-2010): el auge del *talent show*” de Guerrero-Pérez y Diego; “La progresiva extinción del debate y su aparente resurrección vía formatos de telerrealidad en la programación televisiva española (2004-2019)” de Gutiérrez Lozano; “Las series documentales españolas (1990-2010): entre la divulgación y la concienciación” de Paz, Martínez y Mayagoitia; “Evolución de la programación televisiva de debates y entrevistas ante la liberalización audiovisual en España (1980-2010)” de Reguero-Sanz, Berdón-Prieto y García-Gil, “Los comienzos del periodismo de misterio en la televisión española: Más Allá (TVE1, 1976-1981)” de Rodríguez Gálvez; “Los programas informativos en la televisión generalista en España 2005-2010” de Román-Portas, García-González y Feijóo –Fernández), las nuevas realidades sociales en la televisión de cada momento (“Familias en la ficción televisiva ante el cambio de siglo: una comparativa entre producciones dramáticas y comedias” de Hidalgo-Marí y De la Cuadra-Colmenares; “Hermanas, amigas y compañeras en serie. La ficción coral

femenina española de las televisiones generalistas y plataformas VOD (1990-2019)” de Ruiz-Muñoz y Pérez-Ruffi; “La crónica rosa en la Neotelevisión española como formato del infoentretenimiento: análisis de Tómbola (RTVV, 1997-2004)” de Mercado-Sáez), la importancia aglutinadora de determinados programas en las parrillas de la nueva televisión (“La máquina de la verdad: paradigma de la telerrealidad de la primera televisión española en competencia (1992-1994)” de Mateos-Pérez; “Los concursos televisivos como estrategia de programación en España (1990-2010): transformación y formatos” de Moreno-Díaz y Medina-de la Viña; “Retransmisión de partidos de fútbol de Canal+ en España: 1990 - 2016. La innovación tecnológica como referente” de Sánchez-Cid, García-García y Cuevas-Molano).

Pero la continuidad, por el inicio y por el final del periodo, también tenía –y tiene– interés. Se abrió por ese motivo el monográfico a estudios –más allá de los límites cronológicos de los extremos del periodo– sobre programas, formatos, géneros, recepción, influencia, o sobre publicidad; como es el caso del trabajo “Tendencias en formatos publicitarios en la programación televisiva” de Rom-Rodríguez, Fondavila-Gascón y Polo-López. En el contexto de una televisión abierta tenían sentido igualmente hacer una llamada a las aportaciones que compararan programación y programas de televisiones europeas o sencillamente transnacionales en una época en la que la reproducción y adaptación de formatos se ha convertido en práctica común. Eso permitiría igualmente situar en un contexto internacional los resultados y fundar juicios sobre la semejanza o diferencia en las producciones de los diversos países (Martín y Montero, 2019). Un ejemplo de ello es “La televisión sensacionalista y hábitos de consumo en España e Italia”, De-Casas, Vizcaíno-Verdú y Aguaded o el trabajo de Rúas-Araújo, Campos-Freire y Carlos López-López “Historia, evolución, audiencia y agenda temática de los debates electorales televisados en España dentro del contexto europeo”.

Una tercera razón que justifica esta convocatoria tiene que ver con los estudios de televisión mismos en nuestro país. Si amplia fue la respuesta de los investigadores en 2014, la de ahora puede calificarse verdaderamente de masiva: más de medio centenar de aportaciones. Este crecimiento de la investigación sobre televisión es un indicador múltiple. Da cuenta de muchas realidades. Queremos atender primero a una de gran interés: el peso progresivamente mayor de la investigación sobre televisión en las facultades y centros universitarios en los que se imparten estudios de comunicación. Más aún: la centralidad de estos centros en el desarrollo de los *Television Studies* en España. Si los estudios filmicos arraigaron tanto en los departamentos de historia del arte como en los de comunicación; si las expresiones y los experimentos creativos con el audiovisual y su análisis se han desarrollado frecuentemente tanto en las facultades de bellas artes como en las de comunicación; los estudios

televisivos han sido mayoritaria y casi exclusivamente ocupación de los departamentos o facultades de comunicación. Esta especificidad tiene importancia porque habla igualmente de la capacidad científica de todo un grupo amplio de investigadores que se incrementa progresivamente: que suma nuevas tesis, que dirige con constancia Trabajos de Fin de Máster cada vez más consistentes, aunque con muchas diferencias de calidad aún, que solicita y obtiene proyectos competitivos de investigación a nivel europeo y estatal, que ensaya el diseño de otros desde proyectos de las universidades y de las comunidades autónomas, etc.

En la proyección hacia el futuro inmediato de los estudios de televisión en España conviene tener en cuenta las exigencias que impone el propio medio. La primera es la abrumadora cantidad de información que hay que manejar en la mayoría de las investigaciones. Incluso los estudios de corte más clásico, por ejemplo, de análisis de contenidos sobre la ficción seriada, de relacionar esta con la asunción de identidades, establecimiento de estereotipos, definición de personajes, seguimiento de tramas, etc. implica manejar cifras que multiplican por diez, como poco, el metraje del cine cuando son semanales (entre 10 y 12 episodios) y que se hacen desbordantes cuando se intentan aplicar a series de emisión diaria (5 episodios semanales durante 40 semanas al año). Y lo mismo puede decirse de los informativos diarios o programas de cualquier estilo. Los grandes proyectos de investigación sobre televisión, incluso los medianos, exigen trabajo en equipo para avanzar sobre lo anecdótico; para superar la aportación periférica que supone trasladar trabajos internacionales a casos españoles en pequeña escala. Es un aspecto clave además para que nuestros trabajos puedan entrar en las revistas más exigentes y que implican ganar la etiqueta de internacional para lo español: en realidad para la televisión en español, porque Iberoamérica constituye el frente más importante para que lo internacional en los estudios televisivos –y en otros muchos de comunicación y de ciencias sociales en general– no se limite a lo anglosajón.

Una vía que comienza a ofrecer resultados de interés son las valoraciones y las construcciones desde internet y redes sociales de grupos de seguidores de determinados programas que emite la televisión o de determinadas cadenas. Por ejemplo: “Las televisiones autonómicas públicas en Facebook. Análisis de la situación de TV3, Aragón TV, TVG y Canal Sur en 2015” de Díaz-Campo y Fernández-Gómez y “Estrategias de activación de la audiencia social en Twitter de los programas más populares de la televisión generalista en Europa” de Coromina, Delgado, Prado, y García-Muñoz.

El análisis de foros de series ya mostró su interés en algunas investigaciones hace años sobre la implicación de las audiencias incluso en el desarrollo de algunas tramas o los deseos de concluir de modo distinto al previsto. Ahora las comunidades *fan* aspiran –y tienen– un protagonismo mayor y más directo.

También los análisis de Twitter pueden facilitar este tipo de estudios sobre audiencias activas. Todo ello no debe llevar al olvido el análisis de los reflejos de la televisión en los demás medios de comunicación: las páginas dedicadas a televisión no han sufrido demasiado recorte en la crisis de la prensa escrita. Bastará considerar que tanto *El Mundo*, como *El País* y *20 Minutos* tienen un apartado de televisión en la primera línea de su oferta temática, al mismo nivel que nacional, internacional o deportes, por señalar solo algunos de los temas de apertura de cualquier web de los periódicos. Un ejemplo de estudio de estas características es el artículo de Herrero-Izquierdo “Sobre el cuadrilátero audiovisual. El País y la batalla por la televisión durante las citas electorales del acoso y derribo a Suárez (1979-1981)”. Sin dejar de lado también el peso que la programación televisiva tiene también en el debate político como presentan Martín-Quevedo, Antona-Jimeno y Navarro-Sierra titulada “Contradicciones y veleidades en el debate parlamentario sobre la Televisión pública en España (1990-2010)”

Otro paso de interés en este ámbito consistirá en la apertura a las metodologías basadas en el *big data*, la minería de datos y la inteligencia artificial. Urge la puesta en marcha de un diálogo continuado con expertos en informática y en matemáticas interesados en colaborar con grupos de analistas sociales, incluidos los de comunicación y en este caso de quienes trabajan en estudios de televisión. El establecimiento de corpus documentales para el análisis de contenidos televisivos lo facilitaría enormemente el poder disponer de las transcripciones que ofrecen los teletextos en TVE, por ejemplo. A este material se debería dar acceso a los investigadores. Un papel similar podrían jugar los subtítulos de series para los análisis de contenidos. Eso sin contar con las posibilidades que se abren con el seguimiento de las páginas de Facebook de las emisoras de televisión, que ofrecen –entre otras muchas– grandes posibilidades en el análisis de unas audiencias cada vez más activas e integradas como protagonistas en los procesos comunicativos que activa la televisión. Igualmente, los visionados desde las webs de las cadenas de determinados programas nos pueden poner sobre la pista de nuevas formas de consumo, quizá más selectivas y que puedan servir para valorar la calidad de algunos de los programas, además de otras realidades relacionadas o no con la publicidad.

La programación, los programas, las emisiones, son para las audiencias. Y las audiencias, ya se ha dicho, han cambiado muy notablemente: habría que decir que de un modo paralelo a la televisión que se les ha ofrecido, en un entorno de cultura popular cada vez más difícil de definir y cada vez más mediatizado por las tecnologías (a las que solo los despistados siguen llamando nuevas) de comunicación. El análisis de las audiencias revela por eso siempre aspectos de interés. Lo muestra Marta Roel en “Hacia una caracterización de los modelos de programación y audien-

cia de las televisiones generalistas locomotora en el umbral del apagón analógico (2005-2010): análisis del caso español”; González-Neira y Quintas-Froufe en “Preferencias televisivas de la audiencia española (2005-2019): programas, formatos y cadenas”; o “Nuevas formas de consumo de los contenidos televisivos en España: una revisión histórica (2006 - 2019)” de Elena Capapé,

Es preciso, por tanto, constituir grupos interdisciplinarios alrededor de proyectos de investigación amplios. Los resultados, hasta ahora, son escasos en el ámbito de los estudios televisivos españoles. Y, sin embargo, hay millones de datos acumulados, por ejemplo, sobre audiencias. Los de carácter “histórico”, ya sin interés comercial, los de un año de antigüedad por ejemplo, podrían ponerse a disposición de los investigadores, para valorar tendencias a medio y largo plazo y, sobre todo, poderlas poner en relación con otras fuentes de datos de carácter social, cultural, etc. Es preciso destacar que Kantar Media ha mostrado una excelente disposición en este sentido y ha facilitado para el proyecto de investigación mencionado en el inicio de esta presentación, todos los datos que se le han solicitado. En buena parte se han beneficiado de ellos varios de los artículos de este monográfico. En términos generales las cadenas comerciales han colaborado razonablemente también ante peticiones de los investigadores. Queremos agradecer este compromiso con la academia que lamentablemente no es tan fácil encontrar en instituciones estatales que hemos financiado (y financiamos) todos los españoles desde los presupuestos generales del estado: sean para cadenas de ámbito nacional, sean de ámbito autonómico. Este tipo de estudios sobre audiencias, si

se hicieran de modo transnacional podrían tener interés para obtener conclusiones sobre el sentido de la cultura popular en ámbitos nacionales distintos, incluso sobre qué se considera popular en unos lugares o en otros.

Queda por último agradecer a los editores de *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* su buena disposición. Quizá la revista acabe asumiendo el papel de escaparate de académico de los estudios sobre televisión en España. Como cualquier medio, la televisión cambia al compás de la sociedad que amalgama y la recibe y de la tecnología que avanza. No sabíamos que la televisión naciente sería la *Paleotelevisión* hasta que las cadenas comerciales inauguraron lo que se llamó triunfalmente *Neotelevisión*. La *Hipertelevisión* parece haber abierto una nueva etapa... No parece que los estudios televisivos lleven camino de encerrarse en la arqueología de la comunicación. La historia de la comunicación como factor explicativo es cada vez más necesario (Montero y Rueda: 2001, 143 y ss). Desde luego EMP se mantendrá abierta como hasta ahora a todo tipo de estudios sobre esta área del conocimiento, la comunicación. Pero que la revista se convirtiera en una referencia académica sobre televisión facilitaría la difusión de resultados de investigación en un ámbito que pone de manifiesto de manera plena esa confluencia de información, entretenimiento y persuasión que es la comunicación en todos sus niveles: como medio, como programa de actuación (programación y rejillas), en cada formato y en cada emisión (Montero y Rueda: 2001, 34 y ss). Quizá entenderíamos mejor entonces que estos elementos no conforman partes de una mezcla (la famosa hibridación) sino las dimensiones de todo proceso comunicativo.

## Referencias bibliográficas

- Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (2014), 20 (núm. especial), “Programación y programas de televisión en España antes de la desregulación (1956-1990)”.
- Martín Jiménez, Virginia y Montero Díaz, Julio (2019). *La televisión en Europa: la historia de sus orígenes*. Madrid: Tirant.
- Montero Díaz, Julio (Dir.) (2018). *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)*. Madrid, España: Cátedra.
- Montero Díaz, Julio y Rueda Laffond, José Carlos (2001). *Introducción a la Historia de la Comunicación Social*. Barcelona: Ariel.

Julio Montero Díaz. Catedrático de Universidad (actualmente en la Universidad Internacional de La Rioja). Autor de varias monografías sobre cine, televisión e historia de la Comunicación. Director de seis proyectos competitivos estatales y uno europeo de investigación. Editor y coordinador de varias obras colectivas, la última: *Una televisión con dos cadenas. La programación en España (1956-1990)*. Ha publicado más de una veintena de artículos en revistas de internacionales primer nivel y colaborado en publicaciones internacionales sobre historia del cine y de la televisión. Director de veinte tesis doctorales a lo largo de su carrera académica. Director y creador con la profesora Paz, desde 1995, de las *Jornadas Internacionales de Historia y Cine*. ORCID: 0000-0002-4145-7424

Virginia Martín Jiménez. Profesora de Periodismo de la Universidad de Valladolid (UVa\_España) y experta en la Historia de la Televisión en España. Forma parte del proyecto de investigación *Historia de la Programación y de los Programas de Televisión en España (cadenas de ámbito estatal): de la desregulación al apagón analógico, 1990-2010*, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (España).

Además de haber publicado numerosos artículos en revistas científicas y capítulos de libro, es autora del libro *Televisión Española y la Transición democrática: la comunicación política del Cambio (1976-1979)* (2013) y entre sus últimas obras destaca el trabajo que dirige junto a Julio Montero, *La televisión en Europa. La historia de sus orígenes* (Tirant, 2019), *Textos periodísticos españoles para la historia* (Cátedra, 2019), publicado junto a las profesoras De Haro de San Mateo y Etura Hernández y su colaboración en el libro *Una televisión con dos cadenas* (Cátedra, 2018). ORCID: 0000-0002-7099-1060