

La llegada de los canales privados en el imaginario de los espectadores: Recuerdos y nostalgia de aquella televisión (1990-2000)¹

Mar Chicharro-Merayo²; Fátima Gil-Gascón³

Recibido: 14 de febrero de 2020 / Aceptado: 31 de marzo de 2020

Resumen. El presente trabajo se interesa por la valoración que hacen los espectadores de la televisión de los años noventa. La calidad de la programación de entonces, el recuerdo de programas concretos, los valores difundidos, así como las prácticas culturales asociadas a su consumo son algunas de las cuestiones que se pretenden recuperar. El material de análisis utilizado serán los recuerdos de aquella etapa televisiva, que se han obtenido a través de un trabajo de campo propio, en el que se incluyen técnicas cuantitativas (la encuesta) y técnicas cualitativas (el grupo de discusión y la entrevista en profundidad). Los resultados señalan que en la memoria de ese periodo dominan las valoraciones positivas, aunque también se evidencian algunos claros que los espectadores suelen rescatar con benevolencia. El trabajo recupera hitos televisivos y señala algunas de las contradicciones en la valoración de los contenidos, lo que pone de manifiesto como el efecto nostalgia tiende a dulcificar el recuerdo.

Palabras clave: Televisión; años noventa; recuerdos; espectadores; telebasura

[en] The arrival of private channels in the imaginary of spectators. Memories and nostalgia of that television.

Abstract. The present research is interested in the appreciation made by television viewers of the nineties. The quality of the programming of that time, the memory of specific programs, the values they spread, as well as the cultural practices associated with their consumption are some of the issues that are intended to be recovered. The material of analysis material used will be the memories of that television stage, which have been obtained through their own field work, which includes quantitative techniques (the survey) and qualitative techniques (the discussion group and the in-depth interview). The results indicate that positive ratings dominate the memory of that period, although there are also some shadows that spectators tend to rescue with benevolence. The work recovers television milestones and points out some of the contradictions in the appreciation of the contents, which shows how the nostalgia effect tends to soften the memory.

Keywords: Television; nineties; memories; spectators; pool; depth interview; discussion group

Sumario. 1. Introducción. La llegada de las privadas al escenario televisivo español. 2. Valoración general de aquella televisión: los datos de encuesta. 3. Objetivos y metodología. 4. Recuerdos cualitativos sobre aquella televisión: grupos de discusión y entrevistas en profundidad. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Chicharro-Merayo, Mar y Gil-Gascón, Fátima (2020): “La llegada de los canales privados en el imaginario de los espectadores: Recuerdos y nostalgia de aquella televisión (1990-2000)”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26 (2), 461-472.

1. Introducción. La llegada de las privadas al escenario televisivo español.

“Si yo hiciera la televisión que quiero, estaría arruinado. No trabajamos para la gloria. Trabajamos por el éxito” (Fernández, 2015). Las palabras de Paolo Vasile, destacado directivo de Telecinco, encarnan muy claramente el espíritu comercial propio de los canales televisivos privados. Efectivamente, la llegada de las televisiones privadas (Antena 1989; Tele-

cinco y Canal+, 1990) supuso un punto de inflexión para canales y espectadores, iniciándose un nuevo modelo pensado para alcanzar las máximas cuotas de audiencia.

En el plano de la programación se impusieron formatos pensados para la evasión y el entretenimiento, predominando los géneros eminentemente lúdicos. En términos de estrategias, la competición entre cadenas se materializó en la imitación entre parrillas, el intercambio de estrellas televisivas de éxito, o las

¹ Investigación financiada en el marco del Proyecto I+D+I “Historia de la Programación y de los Programas de Televisión en España (cadenas de ámbito estatal): de la desregulación al apagón analógico (1990-2010)”. Ref. CSO2015-66260-C4-1-P, Ministerio de Economía y Competitividad, España. Grupo de Investigación Complutense “Historia y Estructura de la Comunicación y el Entretenimiento”. Ref. 940439

² Universidad de Burgos (España)
E-mail: mdchicharro@ubu.es

³ Universidad de Burgos (España)
E-mail: fatimagg@ubu.es

estrategias de contraprogramación. La necesidad de captar la atención del espectador dio lugar a la creciente integración de los mensajes publicitarios en el flujo televisivo, a la utilización de los recursos de ficción en contenidos informativos, o a la simplificación en los contenidos, entre otros. Al mismo tiempo, el uso del mando a distancia confería al espectador una capacidad de movimiento entre pantallas, inusitada.

Este momento también supuso un cambio cualitativo en la definición de lo que se podía mostrar. De hecho, algunos episodios televisivos de entonces permanecen en la retina del espectador, precisamente, por su carácter transgresor, en tanto que rompieron las reglas implícitas de lo que se consideraba legítimo televisar. El exceso de sentimentalismo, la sordidez, la utilización de simulaciones, la ficción o los enfoques propios del subgénero de la telerrealidad son algunas de las características que dan forma a esos contenidos que renuevan las parrillas, pero que, al mismo tiempo, ponen en cuestión la credibilidad de la pequeña pantalla y abren el debate acerca de la calidad y la moralidad de algunos de sus contenidos (Imbert, 2003).

Conscientes de los potenciales efectos desculturizadores de la televisión, los años noventa se caracterizaron por un intenso debate en torno a la calidad de los contenidos emitidos. De ahí que el fenómeno de la “telebasura” se convirtiera no sólo en objeto de debate periodístico, sino también, en motivo de reflexión para intelectuales y académicos (Palacio, 2007). Buena parte de esta polémica se articuló en torno al concepto de “responsabilidad social”. ¿Son los públicos quienes demandan contenidos “masificadores”? o por el contrario ¿es la empresa televisiva la que impone una dinámica poco culturizadora? ¿tiene la televisión una “misión social” que deber prevalecer sobre sus intereses comerciales? La televisión privada ¿tiene “responsabilidad corporativa”? Estas son algunas de las preguntas que pretenden resolver los intelectuales que protagonizan estas preocupaciones.

En este sentido, especialmente ilustrativa de esta posición crítica es la aportación de Gustavo Bueno, referente intelectual del debate social que sobre la calidad de la televisión. Como el filósofo señalará en sus textos, y retomando en buena medida el testigo tendido por los teóricos de las masas (Le Bon, Ortega y Gasset, Freud, Tarde), la televisión del momento obedece a la demanda de la sociedad democrática. “Cada pueblo tiene la televisión que se merece” sentencia el autor (El País, 2000). En este sentido, hay una galería de formatos dispares, a modo de subproductos basura que alimentan la tolerancia pasiva de los espectadores y el mantenimiento del *status quo*. Van desde las tertulias o los debates televisivos que fomentan la falsa sensación de pluralismo político; hasta los concursos de telerrealidad que ahondan en la idea de que el éxito es fácil y tiene poco que ver con el mérito o el esfuerzo, y más que ver con el juego sucio, o la incompetencia. Desde aquí, su ya clásica

diferenciación entre “basura desvelada” y “basura fabricada” en tanto que ambas estrategias responden al *modus operandi* televisivo de mostrar/fabricar la obscenidad y convertirla en valor social. Entre tanto, la televisión limpia y de calidad pierde terreno frente a estas propuestas revestidas de aparentes valores democráticos y en las que se da cabida a la “participación ciudadana” (Bueno, 2002).

El presente trabajo recupera este interesante período televisivo (1990-2000) en el que se va forjando un nuevo modelo, en el plano empresarial, en términos de programación, así como de cultura del consumo (Chicharro y Rueda, 2006). Etapa rompedora, cargada de innovaciones que, en ocasiones, conviven con las malas prácticas e “infracciones periodísticas”. La reconstrucción que se propone tiene la particularidad de realizarse utilizando el punto de vista del espectador. Es decir, se explora la memoria y el imaginario televisivo, a través de los recuerdos, tanto desde una perspectiva cuantitativa (a través de datos de encuesta) como su formulación más cualitativa y etnográfica (discursos de grupos de discusión y entrevistas en profundidad). Los objetivos concretos, así como la metodología y técnicas de investigación utilizadas se detallan en las líneas que siguen.

2. Objetivos y metodología

El período al que se refiere esta investigación comienza con la llegada de los operadores privados y se cierra en 2010, momento en el que se emite el *Gran Hermano*. Como tendremos la oportunidad de señalar, y así lo recuerdan los propios espectadores, este formato pone un punto de inflexión en la narrativa, los personajes, e incluso la estrategia de explotación de los relatos televisivos.

Desde estas claves, se articula este trabajo, que utilizando un diseño propio de las investigaciones abiertas y emergentes, recurre menos a hipótesis de trabajo y más a preguntas de investigación, como manera de efectuar el problema investigable (la televisión y su recuerdo) (Vallés, 1997). En este sentido, se entiende que la formulación de preguntas de investigación permite trabajar con la flexibilidad y libertad necesarias, siempre y cuando no sean tan amplias que no sean operativas, ni tan estrechas que impidan la incorporación de datos no esperados (Strauss y Corbin, 2002: 45-46).

Así, este trabajo pretende dar respuesta a varias cuestiones:

- ¿Cómo se recuerda este período de la historia de la televisión? ¿Qué tipo de valoración general hacen los espectadores y por qué? ¿Qué tipo de balance global hacen cuándo la comparan con la televisión contemporánea?
- ¿Qué programas concretos se recuerdan? ¿Cómo se valoran esos títulos emblemáticos? ¿Qué características, positivas y negativas tenía aquella televisión?

Para ello se ha optado por un diseño metodológico de corte triangulado en el que se combinan fuentes bibliográficas y hemerográficas, con datos primarios de corte cuantitativo y cualitativo. Esta combinación de técnicas pretende superar enfoques descriptivos, tan habituales en los trabajos estrictamente cuantitativos. La complementariedad de las fuentes permite incluir consideraciones subjetivas de los espectadores (Cubelles, 2006) siempre interesantes para entender la naturaleza, matices y alcance del recuerdo.

La primera fuente de datos primarios corresponde a los obtenidos a través de la administración de una encuesta, que permitirá cuantificar algunos indicadores generales de la memoria televisiva para este período. Resulta especialmente adecuado analizar variables como la “valoración de la programación del período”, las “razones de la valoración”, la percepción del “medio como fuente de aprendizaje” o el “recuerdo de la llegada de las televisiones privadas”. Con una muestra de 1000 entrevistados, el cuestionario, elaborado por miembros del proyecto de investigación, fue administrado telefónicamente por Sigma2 en marzo de 2018. Su universo es el de los españoles que fueron espectadores en el período estudiado (con una edad de 35 o más en 2018), con un error posible de $\pm 3,16\%$ para un nivel de confianza del 95.5% (dos sigma y $p/q=50/50$). Los resultados obtenidos han sido cruzados por las variables género, edad, nivel de estudios, nivel económico y tamaño familiar.

Esta fase del trabajo tenía por objetivo cuantificar las percepciones y valoraciones, así como ofrecer una fotografía global del recuerdo televisivo para este período. En torno a estos materiales se articula el epígrafe 3 de este trabajo.

La segunda fuente de datos primarios son los discursos obtenidos a través de la técnica del grupo de discusión y de la entrevista en profundidad. Se realizaron tres grupos de discusión con ocho participantes cada uno (diciembre de 2017). Los grupos de discusión fueron seleccionados en función de dos criterios básicos: género y edad. La estrecha relación entre las ocupaciones domésticas y el consumo de televisión explica que en esta fase de la recogida de información se dedicara una especial atención al colectivo de amas de casa. De este modo, uno de ellos estuvo integrado por mujeres de clase media que en el período estudiado ejercían de amas de casa; otro por hombres

y mujeres de clase media que eran niños/adolescentes en el período estudiado; el último por hombres y mujeres de clase media que eran adultos en la etapa de referencia.

Una vez transcritos y analizados los discursos grupales, se identificaron algunos ejes temáticos comunes, en torno a los que se siguió profundizando mediante la técnica de la entrevista en profundidad: la evocación de la televisión de entonces, el recuerdo de formatos concretos, su comparación con los de hoy son los hilos conductores de estos materiales. Se realizaron 22 entrevistas en profundidad semi-estructuradas y realizadas cara a cara a otros espectadores diferentes de los participantes en los grupos. Las entrevistas se apoyaron en un pequeño guion temático, buscando la naturalidad de una conversación espontánea para reducir errores asociados a la directividad o la reactividad. La selección de los entrevistados respondió a un muestreo teórico o intencionado en el que las unidades muestrales fueron escogidas conforme a las mismas variables que en la selección de los grupos (clase social, edad y género), ponderando, de nuevo, la presencia de las amas de casa. El desarrollo de las entrevistas se cerró cuando las respuestas mostraron saturación o reiteración.

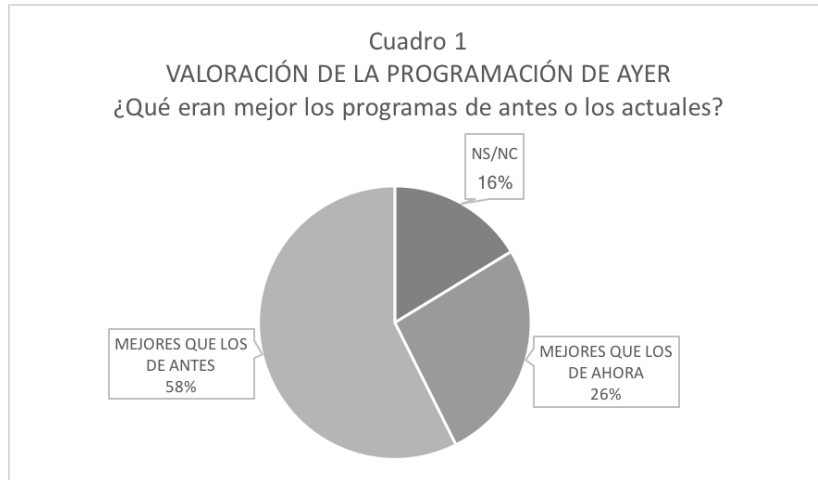
Esta fase del trabajo de campo tenía por objetivo obtener una gran cantidad de información abierta y poco direccionada, centrada en los recuerdos, emociones y sentimientos asociados a formatos concretos del período. En torno al análisis de estos datos se articula el epígrafe 4 de este trabajo.

3. Valoración general de aquella televisión: los datos de encuesta

El conjunto de las fuentes utilizadas para esta investigación señala que las imágenes que manejan los espectadores en relación con aquella televisión son, en términos generales, positivas. De ahí que muchas veces, su recuerdo vaya cargado de sentimientos de añoranza y nostalgia.

En este sentido, también los resultados de la encuesta apuntan en esta dirección, y cuantifican esa percepción. Solo un 26,3% de los encuestados califica más positivamente la televisión del presente que la del pasado. La mayoría de los encuestados (57,4 %) opina que eran mejor los programas de antes (Cuadro 1).

Cuadro 1. Valoración de la programación de ayer. Elaboración propia.



Elaboración propia.

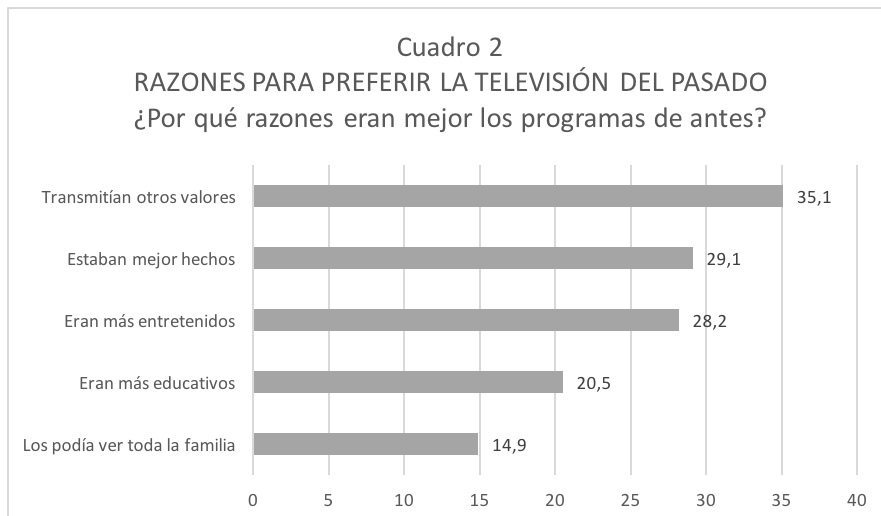
Esta valoración se puede analizar con mayor profundidad a la luz de algunas variables sociodemográficas. Mientras que la variable edad no introduce modificaciones sustanciales en la respuesta, la variable nivel de estudios sí discrimina la respuesta. A menor nivel de estudios, mayor probabilidad de recordar con añoranza la programación de ayer. La valoración de la televisión del pasado cuenta con más adeptos entre aquellos que han cursado estudios primarios y secundarios (60,3% y 60,1% respectivamente) y pierde peso entre aquellos que tienen estudios superiores: sólo un 52,7% de estos prefieren aquella televisión.

Las razones que están detrás de estas valoraciones también se pulsan en nuestra encuesta. La pregunta: “Pensando en los programas que se emitían en aquellos años, ¿por qué razones piensa que eran mejor los programas de antes?”, intenta identificar las razones

de la valoración positiva de aquella televisión. Tal y como habían registrado los grupos de discusión cuestiones como la transmisión de valores, la sofisticación técnica del formato, su capacidad para entretener, su competencia educativa, su carácter familiar, su sencillez, el atractivo de sus personajes, son utilizadas por los espectadores para valorar los contenidos televisivos.

Los datos señalan como la mayoría de los que la añoran tienden a recordarla como un medio más ético, en el que los contenidos eran más morales y su política de programación gozaba de cierta orientación educativa. Como pone de manifiesto las categorías de respuesta y la distribución de frecuencias que se adjunta, aquellos que valoran de manera positiva la televisión de ayer, entienden que ésta se distingue, sobre todo, por su capacidad para transmitir valores positivos (Cuadro 2).

Cuadro 2. Razones para preferir la programación del pasado. Elaboración propia.



Elaboración propia

De nuevo, algunas variables sociodemográficas introducen matizaciones en estas respuestas. Así, por ejemplo, la variable edad incrementa la posibilidad de recordar aquella televisión como más rica en valores. De hecho, esta opinión cuenta con más peso entre las personas de más de 65 años (39,5%) en comparación con los más jóvenes (30,2% entre el grupo de 35 a 44 años). Todo parece indicar que los espectadores más mayores manejan una visión más expresiva de la televisión, de tal manera que reivindican su papel como “instancia moral”. Frente a éstos, los grupos más jóvenes, socializados desde su infancia en el lenguaje televisivo, suscriben una visión mucho más pragmática de la televisión. Son muy conscientes de su dimensión comercial y minimizan las pretensiones éticas frente a este medio (Callejo, 1995). Esta manera de recordar la televisión es también congruente, como ya se señalará con el discurso que emana de los grupos de discusión y de las entrevistas en profundidad. El análisis del discurso señala cómo los conte-

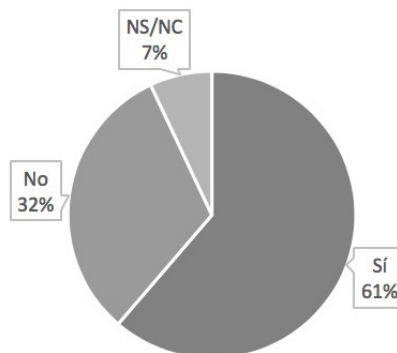
nidos de ayer se perciben como más moderados, más respetuosos, menos transgresores, más correctos, más cercanos a las normas éticas y morales, y más comprometidos con la información y el rigor que los de la televisión de hoy.

Esta diferencia en la percepción del rol de la televisión, en función de la edad, se percibe también en tanto que son los más mayores los que, sobre todo, reivindican la antigua dimensión familiar del medio. Con toda seguridad son los que más intensamente vivieron esa dimensión, y en consecuencia la recuperan más fácilmente.

Esa percepción de que la televisión de ayer tenía mayor contenido ético y educativo se ve reforzada en la medición de otros indicadores. De hecho, la mayoría de los encuestados recuerda haber aprendido algo interesante a través de aquella televisión. Es decir, independientemente de que para el espectador sea más o menos valiosa esa dimensión, casi todos la reconocen (Cuadro 3).

Cuadro 3. Televisión como fuente de aprendizaje. Elaboración propia.

Cuadro 3
Televisión como fuente de aprendizaje
¿Recuerda haber aprendido algo viendo la televisión de entonces?



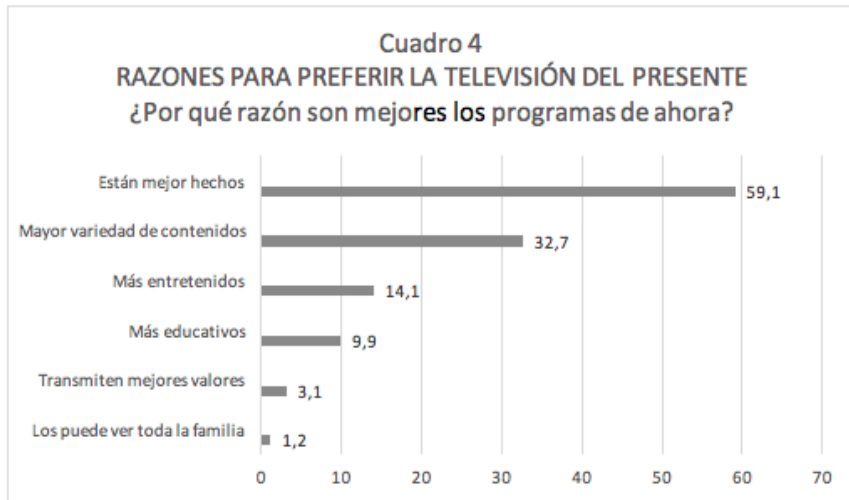
Elaboración propia

Entre los que dicen haber aprendido algo en los programas de televisión, predominan los espectadores con estudios superiores (69,9%) frente a quienes tienen estudios primarios, que señalan que la televisión ha mejorado su cultura general sólo en el 45,5% de los casos. También suscriben en mayor medida esta afirmación los varones frente a las mujeres. En este sentido, cabe señalar que esta frecuencia en las respuestas remite también a los diferentes consumos y preferencias televisivas en función del nivel educativo y del género. Es decir, valoran la función educativa del medio quienes consumen formatos educativos. Los mismos participantes de la encuesta, señalan que son los programas documentales aquellos que

más contribuyen a esta función cultural. Este tipo de contenidos tienen especial seguimiento entre varones con cierto nivel educativo.

En contraposición con la percepción de la televisión de ayer, la televisión contemporánea se distingue, en el imaginario de los espectadores por su calidad técnica y narrativa. Como bien muestra el cuadro adjunto, la de hoy es identificada sobre todo, porque sus programas “están mejor hechos”. En este sentido, se identifica el desarrollo histórico de la televisión con los avances tecnológicos y con el saber hacer televisivo. La variedad o la multiplicación de la oferta de programas es otra de las señas de identidad de la televisión de presente (Cuadro 4).

Cuadro 4. Razones para preferir la televisión del presente. Elaboración propia.



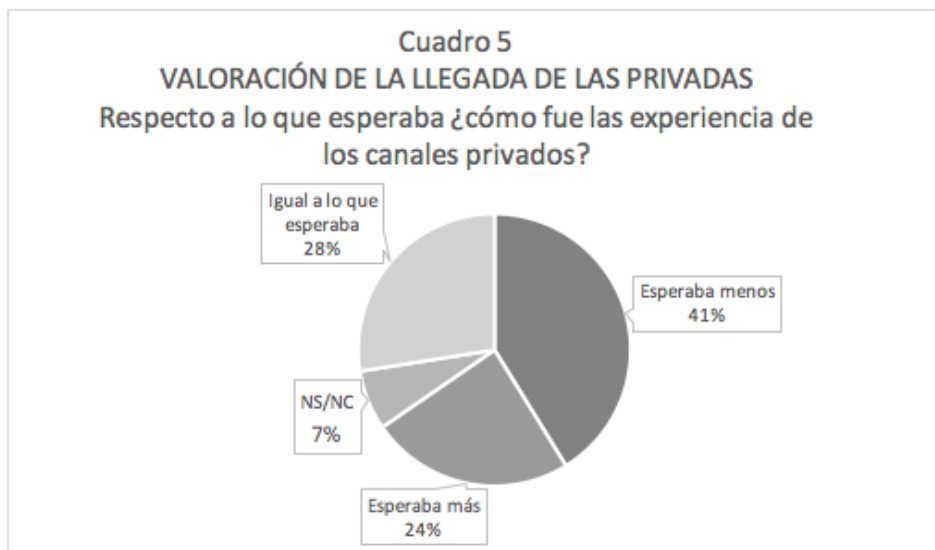
Elaboración propia

Todo parece indicar que estas cuestiones, calidad narrativa y técnica, así como variedad de contenidos, son especialmente valoradas por los grupos socio-demográficos de mayor nivel educativo así como de mayor estatus económico. Se entiende que este grupo, más conocedor del lenguaje audiovisual, valora más cuestiones formales del mensaje. Presenta por lo tanto una relación menos emocional con el medio,

valorando en menor medida cuestiones expresivas, y expresando una forma de consumo más práctico e instrumental.

A modo de síntesis, es importante señalar cómo los propios datos de encuesta señalan que este período, dominado por la llegada de las televisiones privadas y la multiplicación de canales, es definido, en términos generales como positivo. (Cuadro 5)

Cuadro 5. Valoración de la llegada de las televisiones privadas. Elaboración propia

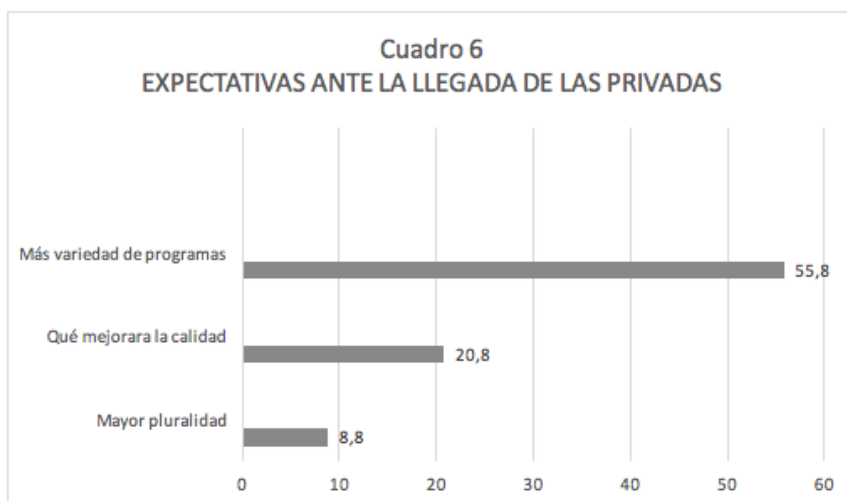


Elaboración propia

En general, la nueva etapa superó las expectativas de la sociedad una población que esperaba que las televisiones privadas incrementaran la variedad de los programas, integraran en sus parrillas varie-

dad de formatos, ofreciendo una oferta más plural, y en última instancia, incrementando la calidad de sus contenidos (Cuadro 6).

Cuadro 6. Expectativas ante la llegada de las privadas. Elaboración propia.



Elaboración propia

Complementando a estas valoraciones generales que ofrecen los datos de encuesta, las líneas que siguen matizarán estos datos, y aportarán informaciones más pormenorizadas sobre programas concretos, así como sobre los que se recuerdan como los puntos negros de aquella televisión.

4. Recuerdos cualitativos sobre aquella televisión: grupos de discusión y entrevistas en profundidad

Los discursos de los participantes en los grupos de discusión y en las entrevistas en profundidad, coinciden en recuperar esta etapa como un período positivo y añorado, cargado de títulos con nombre propio. Las menciones que realizan a programas concretos, ayudan a reconstruir la memoria general de este período.

Por encima de cualquier género, destacan los programas con forma de concurso. Se trata de formatos con sabor familiar que tienen un lugar muy especial en el recuerdo, a menudo nostálgico. En este sentido las menciones son amplias: *El precio justo* (TVE1 1988-1993) en el que los concursantes tenían que valorar el precio de objetos varios; *El juego de la oca* (Antena 3, 1993-98) en el que el conocido juego de tablero se traduce al código televisivo; *Videos de primera* (TVE1, 1990-98) en el que se exhibían vídeos domésticos; *Qué apostamos* (TVE 1, 1993-2008) en el que competían personajes conocidos, en torno a los que el público apostaba; *Furor* (A 3, 1998-2001) en el que varones y mujeres famosas compiten enfrentados; *La ruleta de la fortuna* (Antena 3 1990-93, Telecinco 1993-97), en el que los participantes van avanzando en la competición en función de los resultados obtenidos tras su turno en la ruleta; *Lluvia de estrellas*, (A3, 1995-2001) concurso musical en el que concursantes anónimos imitaban a grandes estrellas de la canción, *Lingo* (TVE2, 1993-96), con

claras reminiscencias del bingo; o *Saber y ganar* (TVE2, 1997) longevo concurso de preguntas de cultura general.

Asimismo, otros formatos tienen un lugar relevante en el recuerdo por su carácter innovador, o por su proyección social. Desde el *dating show* *Lo que necesitas es amor* (A3, 1993-1999), hasta programas juveniles musicales como *La quinta marcha* (Telecinco 1990-93), o magazines como *Vip noche* (Telecinco 1990-92) o *Noche de fiesta* (TVE1, 1999-2004).

En el terreno de la ficción de producción extranjera se recuperan títulos emblemáticos, que resuenan en el imaginario de los participantes por su interés, y que se emiten en los noventa, muchas veces, en forma de reposición: *El coche fantástico*, *McGiver*, *El equipo A*, o *Las chicas de oro*. Más noventeros son otros títulos mencionados: desde la comedia de situación *El príncipe de Bel Air*, hasta los seriales juveniles *Sensación de vivir* y *Melrose Place*, en el que sus personajes vivían intensos romances en un ambiente de lujo y riqueza. La emisión de *Cristal* (TVE1 1989-90) inaugura el aluvión de telenovelas latinoamericanas que se instalarán, sobre todo, en los horarios de sobremesa. Entre tanto, la ficción doméstica también resuena con títulos históricos, que hablan de una producción propia que comienza a despuntar y adquirir entidad propia. La comedia de situación *Farmacia de guardia* (Antena 3 1991-1995), la telenovela juvenil *Al salir de clase* (Telecinco 1997-2002), o la teleserie escolar *Compañeros* (Antena 3 1998-2002), a modo de versiones domésticas de formatos norteamericanos hermanados; y la dramedia *Médico de familia* (Telecinco 1995-99), (Herrero y Diego, 2009), programa de televisión con uno de los seguimientos medios más altos de la historia de la televisión española.

Finalmente, los programas informativos destacan cualitativamente en la memoria de los espectadores. Programas de debate, como *La Clave*, emitido en su última temporada entre 1990-93 (Antena 3), recor-

dado a modo de programa ejemplar; o formatos de reportaje como *Documentos TV* (TVE2, 1986-actualidad) o *Informe Semanal* (TVE 1, 1973-actualidad) son destacados por su reputación, considerados referencias culturales e informativas. Es así como aquella televisión es presentada como informadora, abierta, rompedora en temas y enfoques, pero, al mismo tiempo, respetuosa y educada. Rigor, claridad, pulcritud son apelativos que tiene la información de antes en relación con la del tiempo presente, valores personalizados en algunas de las figuras periodísticas del periodo (José María Carrascal, Matías Prats, Jesús Hermida, Rosa María Mateo, Hilario Pino...). Por otro lado, el respeto a los menores y su sensibilidad.

Los recuerdos de estos programas están cargados de calificativos constructivos. En su evocación se pone de manifiesto la conexión entre televisión y vida cotidiana. «Comparar la televisión de antes con la de ahora, es como comparar la vida de antes con la de ahora» (Paula, 50 años, entrevista 9). Pero, sin duda, la gran carga positiva de televisión de entonces es su carácter de objeto grupal y comunitario; como un elemento de cohesión social en torno al que se reunían los familiares o los amigos. La televisión era entendida como un medio para todos los públicos, lo que implicaba que los contenidos se orientaban al conjunto de los espectadores y no tanto a un público objetivo: familiar.

(Moderadora) Bien, ¿cómo describiríais la tele de esos años?

Pues para mí como muy familiar, para toda la familia, no como ahora. (Grupo de adultos)

En segundo lugar, la de entonces es recordada como instancia de socialización; como fuente confiable, en la que se mostraba el deber ser de las cosas, lo socialmente deseable. En tanto que medio moral y moralizante, enunciaba historias en las que los personajes victoriosos eran los bondadosos y los “adecuados”. Se recupera una televisión, consciente de su papel educativo, que protege especialmente a los públicos infantiles, controlando contenidos y horarios.

Y con una moraleja casi al final. Casi siempre acababa todo bien o te enseñaban una lección de que todo se debía a hacer bien. (Grupo de jóvenes)

Sin embargo, este tipo de apreciaciones y calificativos, que los participantes señalan a modo de valoraciones generales del medio, chocan, muy a menudo, con la descripción que realizan de programas concretos, algunos muy mencionados y recordados. Se deja notar la falta de coherencia entre los valores generales atribuidos a la televisión y los valores particulares que se vinculan con programas concretos. Es ahí, cuando el recuerdo entra en detalles, cuando estos calificativos se tornan más críticos. Atributos como casposa, machista, sensacionalista y morbosa,

cutre y de baja calidad son los que se utilizan para hablar de contenidos muy específicos.

En primer lugar, cuando los participantes revisan contenidos concretos, o fantasean con la experiencia de volver a verlos, es cuando reconocen los déficits de la televisión de ayer al igual que las dificultades para consumirla en el tiempo presente. Es así, como se pone de manifiesto que los estándares con los que los espectadores contemporáneos miden la calidad y el entretenimiento de los contenidos televisivos se han modificado sustancialmente. En el plano sintáctico, los espectadores contemporáneos conviven con producciones mucho más sofisticadas desde el punto de vista narrativo y técnico, en las que la complejidad de la realización, la riqueza de la puesta en escena, la agilidad de los diálogos o la rapidez, son condiciones indispensables en la creación de contenidos. Reconocen que algunas de aquellas producciones no superan los estándares técnicos que hoy se exigen:

Hay series que te digo en serio que yo me las he tragado, pero ahora mismo no me las vería. Ves el cartón de la producción. Ahora estamos tan acostumbrados a que todo sea tan nítido con unos colores tan brillantes y antes eran colores más pasteles (G2, 16)

Al mismo tiempo, en el plano semántico, o del significado, las producciones de hoy deben superar toda una serie de “censuras invisibles” para ajustarse a las reglas de lo socialmente correcto. Los espectadores reconocen la inconveniencia ideológica de algunos programas emblemáticos de ayer:

Si las pasas por un filtro de ahora yo no sé si muchas pasarían, porque son muy políticamente incorrectas, lo de las *Mama Chicho*, o *Uno para todas*. Tú haces ahora lo de las *Mama Chicho* y mañana se te echan todos los medios... (Grupo de jóvenes)

En segundo lugar, cuando se evoca a la televisión de ayer se rememora la génesis de la mala televisión, la denominada telebasura. En este sentido, y en el caso concreto de los grupos de discusión realizados, la posición en torno a la “mala televisión” es uno de los elementos que distingue a los grupos. En el grupo de amas de casa se aprecia una postura poco conflictiva sobre el consumo, y poco crítica en relación con el medio televisivo. Su evaluación de la televisión de los noventa es muy positiva. El grupo de los adultos, destaca por su oposición a la “telebasura”. Enarbolan como seña de identidad una capacidad de juicio intelectual que les permite distinguirse de la masa o del espectador poco selectivo. Los más jóvenes son más críticos con la televisión y establecen vínculos de identidad con aquello que consideran intelectualmente aceptable. De ahí el reconocimiento de “placeres culpables”: los contenidos que pueden llegar a ver conscientes de su vinculación con la baja cultura. Son capaces de racionalizar su sentimiento de placer ante lo que uno debería sentirse avergonzado.

En cualquier caso, los participantes coinciden en recuperar una suerte de cronología de contenidos zafios, que personalizan en programas y profesionales concretos. Es más, buena parte de ellos se evocan de manera conectada a un acontecimiento que dejó huella en la opinión pública española. El triple crimen de Alcàsser (1992) que conmocionó a las audiencias, no sólo por su dureza objetiva (la muerte violenta de tres jóvenes adolescentes) sino también por el tratamiento mediático realizado, cargado de sensacionalismo impúdico. Es tal la presencia de este episodio en el imaginario español en 2019, Netflix, retomó el suceso a través de la serie documental *El caso Alcàsser*.

Coincidiendo con el anuncio de la muerte de las tres jóvenes el magazine nocturno de *Tú a Tú* (Antena 3, 1990-93), retransmitió en directo el dolor de los familiares desde el pueblo de Alcàsser. Este episodio aparece intensamente grabado en la memoria de los participantes. Su conductora, Nieves Herrero, permanece en el imaginario de los espectadores, inevitablemente estigmatizada por su papel protagonista en esta historia televisada. Años después, confesaría que el “programa fue un error de pies a cabeza”. A fecha de hoy el espacio es considerado un punto de inflexión en la programación nacional, el pistoletazo de salida hacia una cascada de mala televisión, así como un ejemplo de mala práctica periodística (Terán, 2019)

El *late show Esta noche cruzamos el Missisipi* (Telecinco, 1995-97), que aprovechó las sinergias y las incertidumbres en torno a este sórdido caso para construir un *fake* en torno a los entresijos de este caso abierto, se convierten en algunos de los puntales de esta forma de hacer televisión. Momentos televisivos que se articularon en torno a temáticas de crónica negra, y que se estructuraron en torno a la demostración del dolor, la recreación del morbo, traspasando algunos de los límites que imponen la ética y la deontología periodística. Sucesos criminales de corte escabroso, fueron utilizados para mostrar y escenificar el dolor integrando familiares y afectados en estas ceremonias (Terán, 2011).

“Yo estuve años sin salir a la calle por lo de Alcàsser. De pequeña sola, imposible ir a ningún sitio” (Grupo de jóvenes).

Entre tanto, otros formatos del momento aparecen ligados a una valoración más benévola. *Quién sabe dónde* (TVE, 1992-98) es un programa férreamente instalado en la memoria. Bien es cierto, que en tanto que su objetivo manifiesto era el de encontrar a personas desaparecidas, a instancias de sus familiares, se revistió de cierto valor social. Así, su conductor, Paco Lobatón, apelaba repetidamente a su vocación de “servicio público”. No obstante, progresivamente iría incurriendo en un registro escabroso y sentimentalista y haría de precursor de otros formatos mucho más crudos. De ahí que sea recuperado como un for-

mato ambiguo: en él se dan cita la solidaridad y el voyerismo.

Del mismo modo, esta dinámica televisiva viene a identificarse con los programas de telerrealidad, así como con determinadas formulaciones de programas del corazón y crónica social. La crónica rosa fue otro de los escenarios en los que los programas que se iniciaron en la telebasura tuvieron especial proyección. Se recuerdan especialmente *Qué me dices* (Telecinco, 1995-98) y *Tómbola*. (Canal Nou, Fortra, 1997-2004). Centrado en temáticas del corazón, en él varios periodistas se daban cita para entrevistar y contrastar información sobre algún personaje conocido. La fórmula del programa pasaba por enfrentar a los periodistas con el personaje famoso invitado, de ahí que los tertulianos pudieran incurrir en interrupciones, atacándolo e incomodándolo al invitado. Tanto es así que la primera invitada del programa, Chabeli Iglesias, abandonó el plató en plena emisión de la primera entrega con la frase: “Me voy, me da vergüenza tu programa y esta gente es gentuza” (Bono, 1997). De modo que el programa *Tómbola*. De modo que el programa *Tómbola* es señalado por los participantes como el precursor de los actuales programas de crónica social, cargados de escándalos y riñas televisadas, y del que *Sálvame* (Telecinco, 2009-) es la versión más degradada. De alguna manera, *Sálvame* viene a ser el indicador de que la televisión de ayer era mejor, de que su trayectoria es regresiva. Ejerce de paradigma de la televisión de mala calidad, y por lo tanto es el rase-ro a través del que valorar la conveniencia de otros programas.

Es lo que decías del Sálvame, aquí lo que prima es haber quién chilla más y quién insulta más y antes eso no era así. (Grupo de amas de casa)

En general, los participantes son reacios a señalar su interés por este tipo de producciones. Es excepcional el caso de la primera edición de *Gran Hermano* (Telecinco, 2000-), que todos admiten haber visto con interés. Este formato es percibido, sin duda, como un hito televisivo. Por un lado, ofreció una fórmula de éxito que fue ensayada con variaciones diversas a través de todo un conjunto de programas, posteriores, emparentados, que trabajaron en clave de concurso y telerrealidad. Conocidas propuestas contemporáneas: Operación triunfo, La casa de los sueños o El bus son algunos de los mencionados.

En segundo lugar, el primer *Gran Hermano* es recordado, también, por el impacto social que generó. La fórmula, en la que un grupo de sujetos anónimos se prestan a que su día a día sea televisado, compitiendo así por interesar al público, que ha de decidir quién será el concursante ganador, resultó, sin duda, del todo sorprendente y fascinante para los espectadores. El producto vulneraba la privacidad, aunque con el consentimiento de los concursantes. Este extremo, de dudosa ética, era al mismo tiempo, la di-

mención más morbosa de la propuesta. Así, este *Gran Hermano* se convirtió en un producto de visionado obligado, una condición indispensable para integrarse en rutinas y actividades grupales: conversaciones, lecturas periodísticas o reuniones de grupo para compartir el programa.

Es que era una cosa nueva, meter ahí a 16 personas cada una de su padre y de su madre, que no se conocen de nada a convivir y tú viéndolo. (Grupo de amas de casa)

A mí me impresionó el primer *Gran Hermano*. El primer *Gran Hermano* yo creo que lo vio todo el mundo y fue muy impactante. Y ganó el que todo el mundo quería y fue una cosa muy social (Grupo de jóvenes).

Del mismo modo, el valor cualitativo que esta primera edición de *Gran Hermano* tiene en los discursos recogidos, se pone de manifiesto en el sentimiento de añoranza y nostalgia que se vuelca en torno a su recuerdo. Esa primera versión mantiene en la memoria un halo de autenticidad, de un relato que se presentaba como si de un “experimento sociológico” se tratara, desde la inconsciencia de cuál debería ser su impacto social. Se recuerda así como una suerte de concurso ingenuo y sincero, cuyos participantes se comportaban conforme a motivaciones lúdicas y expresivas. Los discursos recuperan esta primera entrega a modo de programa “blanco”, refiriéndose así a cómo la fórmula se ha ido progresivamente degradando, forzando y perdiendo espontaneidad. Sin embargo, en este ejercicio de memoria, se obvian algunos aspectos turbios de esta primera emisión, como por ejemplo la vinculación de alguno de los concursantes con el mundo de la prostitución, o la expulsión de uno de ellos por su comportamiento violento frente a otra de las concursantes y su pareja.

Los primeros fueron los que molaron. El primero, el segundo y hasta el tercero, ya después todo el mundo sabe a lo que va. (Grupo de amas de casa)

Así pues, la primera emisión de *Gran Hermano*, y así lo recogen los discursos analizados, supone un punto y aparte en la programación española. Implica la institucionalización de una fórmula a imitar, en la que la telerrealidad tiene una presencia central. Fue una suerte de pistoletazo de salida para otras muchas producciones en las que se confunde ficción y realidad, se hibridan géneros y fórmulas narrativas, se escogen cuidadosamente a los personajes, se idean tramas y se representan situaciones que se presentan como naturales, pero que sólo tienen sentido en tanto que construcciones mediáticas, filmadas por la cámara. “La televisión da el salto de mostrar la realidad a ser productora de la realidad” (Cáceres, 2001:9).

5. Conclusiones

Los discursos en torno a la calidad televisiva son variados, como lo son los intereses y la posición de quienes los sustentan. Desde el discurso político, que hace hincapié en los objetivos de la televisión. Los diferentes profesionales del sector, en función de su trabajo y competencias, hacen hincapié en aspectos narrativos, o visuales y técnicos de los contenidos emitidos. Los empresarios del sector audiovisual tienden a identificar calidad con resultados económicos (Pujadas, 2006).

Del mismo modo, los estándares académicos utilizan todo un compendio de categorías para calificar la televisión de calidad: la producción propia, los valores que promueven, la originalidad del formato, su diversidad y pluralismo, su capacidad para implicar al espectador, sus características estéticas, técnicas y artísticas, la mezcla de géneros, el trabajo de dirección, los recursos de producción, los premios y reconocimientos... Son algunos de los elementos que se consideran a la hora de elaborar indicadores científicos de calidad (Ferrer, 2018).

Entre tanto, ajenos a definiciones académicas, los espectadores tienden, a menudo, a identificar calidad televisiva con gusto, utilizando las preferencias personales para medir esta categoría (Medina, 2005:13). Estas preferencias son apenas exploradas por los estudios de audimetría, que analizan el consumo de una manera muy descriptiva, sin apenas incidir en las cualidades que los espectadores asocian a aquellos programas que les gusta ver. Consideraciones subjetivas de la audiencia como el calificar un programa de: divertido/aburrido, ordinario/excepcional, moderno/caduco, innovador/conservador, y que exigen de la aplicación de otras técnicas de recogida de datos, ayudan a definir con más claridad los gustos y la satisfacción del consumidor (Cubelles, 2006).

Este trabajo incide, efectivamente, en la consideración que los públicos tienen sobre categorías como la calidad, la buena y mala televisión, la telebasura o las buenas prácticas televisivas. Señala, efectivamente, cómo la valoración de la calidad televisiva se puede ver mediada por el recuerdo y cómo, en ese proceso se pierde o se desvirtúa parte de la información original. Es así como, tal y como apuntan los datos, la televisión de ayer es, en términos generales, recordada de manera positiva y constructiva. La activación de emociones como la nostalgia o la añoranza tienden a blanquear el recuerdo general de una televisión, que cuando se recupera en forma de programas concretos no siempre recibe este tipo de valoraciones. Es curioso constatar, que paradójicamente, esa valoración general tan benévola, convive con la evocación de contenidos concretos, tildados de productos de “baja cultura”.

La llegada de las televisiones privadas al panorama español y sus primeros años de emisiones, permanece en la mente del espectador como un momento dulce, cargado de valores positivos: familia, variedad, pluralismo, entretenimiento, oferta, espectáculo, culturización... Esa valoración es coherente con la

percepción de la evolución del medio, considerada como negativa. Se entiende que en la medida en la que nos acercamos al modelo contemporáneo, la televisión está menos preocupada por la transmisión de valores. Desde esta perspectiva, en la comparación entre la televisión de ayer y la de hoy, el saldo es necesariamente favorable a la primera.

No obstante, las distorsiones y contradicciones que genera la nostalgia se ponen de manifiesto en algunas apreciaciones de los participantes. El mismo discurso menciona algunos de los puntos negros de la televisión recordada, especialmente en forma de sexismo, violencia de género, morbosidad y sensacionalismos excesivos. Estas valoraciones se activan ante momentos y formatos televisivos concretos. No obstante, el recuerdo devuelve todas estas imágenes muy dulcificadas. Aquella televisión se evoca con una sonrisa, pese a todo.

Finalmente, es interesante destacar cómo los grupos de discusión y las entrevistas en profundidad inciden en el carácter profundamente social del medio televisivo. Ejerce a veces de mecanismo de

integración social: algunos consumos televisivos se convierten en imprescindibles si se quiere participar activamente en la vida social. Se recuerda el talante familiar que solía revestir este medio. Pero además, se observa como los discursos en torno a la televisión muestran, en buena medida, la posición social de los grupos/individuos que los suscriben. De alguna manera, las valoraciones en torno a la pequeña pantalla son un reflejo, a pequeña escala, de las diferencias que dan forma a la estructura social. Cada grupo se autodefine y autorrepresenta a través de su valoración del medio, y de algunos de los formatos hitos de este período (Callejo, 1995).

Si descendemos al plano más individual, muchos participantes se distinguen a través de su posición discursiva ante la considerada “mala televisión”, especialmente aquellos que la critican y niegan su consumo. La calidad que se le supone a la televisión por parte de cada sujeto ve es, por lo tanto, una cuestión de identidad personal y autoestima. El comportamiento televisivo es una fuente de autoconcepto, así como un mecanismo de distinción.

6. Referencias bibliográficas

- Bono, Ferran (20 de marzo de 1997). “Telemadrid estrena Tómbola, el polémico programa de cotilleos producido para la televisión valenciana”. *El País*, Recuperado de: https://elpais.com/diario/1997/03/20/radiotv/858812406_850215.html
- Bueno, Gustavo (2002). *Telebasura y democracia*. Barcelona: Ediciones B.
- Cáceres, M. Dolores (2001). “La mediación comunicativa. El programa Gran Hermano”. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 11. Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/zer11web/mdcaceres.htm>
- Cubeles, Xavier (2006). *Calidad y televisión: consideraciones desde la óptica del mercado*. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Recuperado de: <https://www.adudiovisualcat.-net/publicaciones/Q13pujadascats.pdf.universidadpompeufabra>
- El País (6 de noviembre de 2000). “Cada pueblo tiene la televisión que se merece, dice Gustavo Bueno”. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/diario/2000/11/06/radiotv/973465204_850215.html
- Fernández, Juan M (3 de marzo de 2015). “Lo que nunca se cuenta de Paolo Vasile”. *El Español*. Recuperado de: <https://www.elespanol.com/bluper/noticias/lo-que-nunca-se-cuenta-de-paolo-vasile>
- Ferrer Ceresola, Rosa M (2018). “Criterios para el análisis de la calidad y el sensacionalismo en los programas de entretenimiento”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 24(1), 535-550, <https://doi.org/10.5209/ESMP.59965>
- Herrero, Mónica y Diego, Patricia (2009). “Series familiares de televisión: concepto, producción y exportación: El caso de Médico de familia”. *Revista Latina de comunicación social* 12 (64), 238-247
- Imbert, Gerard (2003). *El zoo visual*, Barcelona: Gedisa.
- Palacio, Manuel (2007). “Elementos una genealogía del término “telebasura del término telebasura en España”. *Tripodos*, nº 21, 9-15.
- Pujadas, Eva (2006). *Televisión de calidad y pragmatismo*. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra. Recuperado de: <http://www.adudiovisualcat.net/publicaciones/Q13pujadascats.pdf>
- Strauss, Anselm y Corbin Juliet (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Colombia: Universidad de Antioquía.
- Terán, Borja (18 de noviembre de 2011). “Seis escabrosos momentos televisivos que precedieron a la entrevista de la Noria”. *La información telediaria*. Recuperado de: <http://blogs.lainformacion.com/telediaria/2011/11/18/seis-escabrosos-momentos-televisivos-que-precedieron-a-la-polemica-de-la-noria/>
- Terán, Borja (2019). “Las malas prácticas televisivas del caso Alcàsser que siguen vigentes y cómo se disfrazan”. *La información*. Recuperado de: <https://www.lainformacion.com/opinion/borja-teran/las-malas-practicas-televisivas-del-caso-alcasser-que-siguen-vigentes-y-como-se-disfrazan/6506762/>
- Vallés, Santiago. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid. Síntesis.

Mar Chicharro-Merayo. Doctora en Sociología y Profesora Titular de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Burgos. Su área de especialización es la sociología de la televisión así como los trabajos en los que se dan cita el medio televisivo y la variable género. Ha sido investigadora principal de varios proyectos competitivos sobre televisión (el más reciente, “Cultura audiovisual y representaciones de género en España”). Ha realizado estancias de investigación en University of San Diego, California, Harvard University o University of San Francisco. Ha publicado numerosos artículos sobre ficción televisiva, identidad y género. Entre ellos ‘Learning from television fiction: The reception and socialisation effects from watching *Loving in Troubled Times*’ (Comunicar, 2011), “Telenovelas and society: Constructing and reinforcing the nation through television fiction”, *European Journal of Cultural Studies*, 2013. “Spanish history and female characters. Representations of women in Spanish historical fiction”, *Convergencia: Revista de ciencias sociales*, 2018. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7510-1373>

Fátima Gil Gascón es licenciada en Historia y doctora, con mención europea, en periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Posee un título en realización de documentales históricos y ha co-dirigido el documental “Los años robados” (Emitido por TVE, Premio Bárbara Ansón 2006).

Actualmente es profesora contratada doctora en el Grado de Comunicación de la Universidad de Burgos.

Ha participado en varios proyectos de investigación financiados tanto por el ministerio de Educación (“Historia del entretenimiento en España durante el franquismo: Cultura, consumo y contenidos audiovisuales (cine, radio y televisión)” y “Televisión y cultura popular durante el franquismo: programación, programas y consumo televisivo (1956-1975)”), por la Universidad Complutense y la Comunidad de Madrid (“Historia y estructura de la Comunicación y el entretenimiento”) como por la Universidad Internacional de La Rioja (“Observatorio de Identidades”). Su principal línea de investigación es el análisis de la representación femenina en los medios de comunicación, principalmente durante el primer franquismo. Sobre esta cuestión ha publicado varios artículos en algunas de las revistas de comunicación más relevantes tanto españolas (*Estudios del mensaje periodístico*, *Revista latina de comunicación social*, *Historia y Comunicación social*) como extranjeras (*International Journal of Iberian studies*, *The journal of popular culture*). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7510-1373>